



MASTER SPECIALISE
MANAGEMENT DU SERVICE PUBLIC

THESE PROFESSIONNELLE

Thème :

«Le Programme d'Electrification Rurale Global :

Cadre de Partenariat Public-Privé »



Elaboré par :
Slama LEMBIRIK

Encadré par :
Abderrahim JAMRANI

Octobre 2003

DEDICACES

✧ *Tout d'abord, Je dédie le fruit de mon travail à mes parents et je les remercie pour tous les efforts qu'ils ont consentis à mon égard*

✧ *Je dédie ce travail à ma chère et tendre épouse Kaoutar pour m'avoir supporter tout au long de ce master,*

✧ *Ma dédicace s'adresse aussi à ma petite sœur Meryem qui a grandi trop vite et à mon compagnon d'infortune, mon frère Riad*

✧ *Enfin je n'omettrai point d'associer mes beaux parents pour leur gentillesse et leur soutien*

À la mémoire de ma défunte grand-mère

REMERCIEMENTS

Je remercie en premier lieu M. JAMRANI, Chef de la Division Régionale d'AGADIR pour l'énergie et le temps qu'il m'a si généreusement offert pour ce projet ;

Mes remerciements s'adressent également à M. HANNAOUI, Encadrant à l'ISCAE pour ces conseils pour la méthodologie adoptée ;

Je remercie aussi M. VALLERUGO pour les moments aussi agréables qu'utiles passés au Maroc ou en France ;

Je n'omettrai point de remercier M. BAAKIL, Directeur de l'Electrification Rurale à l'Office National de l'Electricité pour les précieuses orientations qu'il m'a accordé ;

Mes remerciements s'adressent aussi à M. TAHRI, Chef de la Division Régionale de Distribution de Casablanca qui m'a offert l'opportunité de suivre ce master ;

Je tiens également à remercier M. NAKKOUCHE, Directeur Général de l'Office National de l'Electricité ;

J'adresse aussi mes remerciements à M. HADDAN, Gouverneur de la Province de Tiznit pour les instants que nous avons partagés discutant du thème de ma thèse ;

Enfin j'adresse mes sincères remerciements au corps professoral de l'ESSEC et de l'ISCAE qui nous ont eu pour étudiants tout au long de l'année, ainsi qu'à mes collègues de l'ONE à Tiznit

Programme d'Electrification Rurale Global: Cadre de Partenariat Public – Privé

INTRODUCTION

A – PRESENTATION GENERALE

1. Le Programme d'Electrification Rurale Global
 - 1.1. Introduction
 - 1.2. Le PERG en chiffres
 - 1.3. Caractéristiques du PERG
2. Présentation du champ d'étude
 - 2.1. Présentation de la Province de Tiznit
 - 2.2. L'électrification dans la Province de Tiznit
3. Analyse des Concernés
 - 3.1. Bénéficiaires (coût de la non électricité)
 - 3.2. Communes Rurales
 - 3.3. Entreprises privées prestataires de service
 - 3.4. Autres Intervenants
 - 3.4.1. DGCL
 - 3.4.2. Conseil Provincial
 - 3.4.3. Associations

B – IMPACT DE L'ELECTRIFICATION RURALE

4. Impact de l'électrification rurale
 - 4.1. Objectifs
 - 4.2. Cible et échantillon
 - 4.3. Analyse de l'enquête auprès des foyers
 - 4.3.1. Impact sur les activités économiques
 - 4.3.2. Amélioration des conditions de vie
 - 4.3.3. Impacts sur l'aménagement du territoire
 - 4.4. Conséquences politiques et aménagement du territoire
5. Rentabilité de l'activité distribution dans le monde rural
 - 5.1. Etat des lieux
 - 5.2. Introduction de nouvelles techniques :
 - 5.2.1. Nouvelles Techniques adoptées

5.2.2. Impact de l'Introduction de nouvelles techniques sur la rentabilité de la distribution dans le monde rural

C – ELECTRIFICATION RURALE DECENRALISEE

6. Electrification Rurale Décentralisée

6.1. Introduction

6.2. Techniques Adoptées

6.3. Potentiel économique de l'Electrification Rurale Décentralisée

6.4. Approches développées

6.4.1. Action Directe

6.4.2. Action semi directe ou prestations de services

6.4.3. Partenariat

6.4.4. Clé en main

6.4.5. Fee For Service

6.4.5.1. Aspects Organisationnel

6.4.5.2. Aspect Technique

6.4.5.3. Aspect Financier

6.4.5.4. Propriété des Equipements

6.4.5.5. Aspect environnemental

6.4.5.6. Contrôle Qualité

6.4.5.7. Quelques chiffres

6.5. Démarches alternatives

D – DEMARCHE MARKETING

7. la Démarche Marketing

7.1. Quel Marketing pour l'ONE?

7.2. La stratégie Marketing de l'ONE

7.3. Elaboration d'une stratégie de communication

7.4. Alternative IMC

CONCLUSION

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Né d'une volonté politique et publique commune, le Programme d'Electrification Rural Global (PERG) a été approuvé par le gouvernement le 02 août 1995, dans la perspective de l'électrification du monde rural à l'horizon 2007. Il fait intervenir les bénéficiaires à hauteur de 25%, l'Office National de l'Electricité à 55% et les communes rurales pour 20% du coût total du projet

La part communale ou celle des bénéficiaires peuvent également être supportées par des associations. La société civile est parfois amenée à jouer son rôle en se substituant aux bénéficiaires ou aux communes.

Actuellement, le PERG dont les 2 premières phases sont achevées et la 3^{ème} en cours de réalisation, connaît un franc succès dans la Province de Tiznit qui fera l'objet pratique de cette étude, puisqu'il a permis le passage du Taux d'Electrification Rurale de 22% avant son lancement à 56% avec 42000 foyers électrifiés dans 43 communes.

Ce taux atteindra au terme de la troisième tranche du PERG 76% avec l'électrification de 540 villages pour un budget global de 180 MDH.

Les villages électrifiés sont autant de clients potentiels aux équipements électroménagers, ou à la diversification de leurs activités agricoles, artisanales ou industrielles (pompage ; petites industries ; etc..) ce qui tend à créer une dynamique de développement local et régional.

Le Secteur Privé participe massivement à ce programme puisque c'est aux entreprises privées qu'échoit la réalisation des ouvrages PERG dans le cadre de soumission à des Appels d'offres aussi bien pour l'électrification en réseau qu'en décentralisée.

Ce projet tendra à établir si ce partenariat s'inscrit bien dans une « win-win relation » où chaque partenaire tire son épingle du jeu aussi bien le secteur public que les intervenants privés ou les bénéficiaires eux mêmes:

- Quelle amélioration connaît la qualité de la vie des habitants dans les villages électrifiés ?
- Le gain par l'ONE dans la distribution de l'électricité en milieu rural répond-il aux attentes ?
- Quel marketing pour le PERG ?

A – PRESENTATION GENERALE

1. Programme d'Electrification Rurale Global

1.1. Introduction

Le programme d'Electrification rurale Global (PERG) mis en œuvre par l'ONE et approuvé par le Gouvernement le 02 août 1995 visait dans sa première formulation l'électrification de 100.000 foyers par an pour atteindre 80% de Taux d'Electrification Rurale (TER) à l'horizon 2010 (soit 1000 villages par an) et un effort financier annuel de 1 milliard de Dirhams. La déclaration ministérielle de novembre 2002 a donné une nouvelle impulsion à ce programme en avançant la date de généralisation de l'électrification rurale à l'horizon 2007.

1.2. Le PERG en chiffres

Suite au succès qu'a connu le programme et pour répondre à la forte demande de la population, l'ONE a procédé à une accélération du rythme des réalisations pour généraliser l'accès à l'électricité dans le monde rural à l'horizon 2007 au lieu de 2010 prévu initialement en revoyant à la hausse les ambitions en terme de TER : 98% au lieu de 80%.

A fin 2007, le PERG se traduira par l'électrification de **34 400 villages** dont **6 400** seront alimentés en système décentralisé, et par l'accès à l'électricité pour 12 millions d'habitants dans le milieu rural pour un budget global de l'ordre de **20 milliards de dirhams** (2 milliards d'Euros).

L'élaboration de ce programme est basée sur le critère du moindre coût par foyer dans l'objectif de faire bénéficier le maximum de foyers ruraux de l'électrification pour un budget donné.

Le PERG touche donc en priorité les villages dont le coût par foyer est le plus faible pour évoluer progressivement vers les villages à coût moyen plus élevé. Ce qui se traduit par la mise en place d'un seuil d'éligibilité pour chaque tranche du PERG.

C'est ainsi que les deux premières tranches du programme PERG 1 et 2 réalisées entre 1996 et 2001, le critère d'éligibilité était fixé à 10 000 DH par foyer. 9 270 villages ont été programmés pour ces deux tranches au bénéfice de 5,39 millions d'habitants, pour un budget de 6,5 milliards de dirhams. Les réalisations prévues dans ce cadre ont permis de porter le taux d'électrification rurale à 50% en 2001, au lieu de 18% en 1995.

La réalisation de ces villages a nécessité en terme d'infrastructures 13 077 km de lignes Moyenne Tension ; 32 826 km de lignes Basse Tension et 6346 postes de transformation.

La troisième tranche du programme PERG a été lancée au début de l'année 2002. Elle permettra d'atteindre un taux d'électrification rurale de 70% à fin 2004.

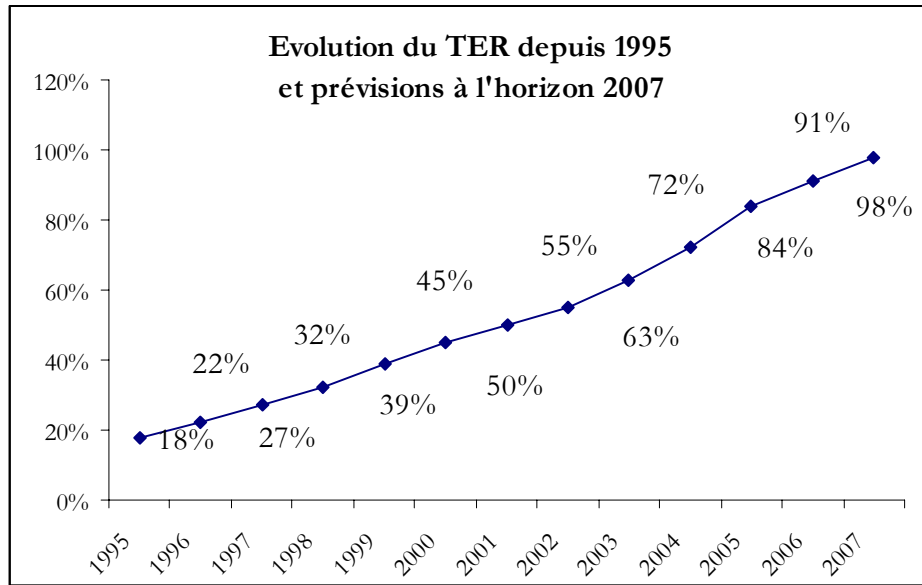
La finalisation de cette tranche s'est faite avec une plus forte implication de la Direction Générale des Collectivités Locales (DGCL) et des instances régionales.

C'est ainsi que ce programme a fait l'objet d'une première validation par des commissions préfectorales et provinciales et d'une deuxième validation par une commission mixte ONE-DGCL.

Le PERG III concernera 5 663 villages, soit 322 856 foyers répartis dans 50 provinces. Le budget alloué à cette tranche est de 4 milliards de Dirhams.

La dernière tranche PERG IV permettra de généraliser l'accès à l'électricité. Elle se déroulera de 2004 à 2007 et concernera l'électrification de 3,7 millions d'habitants ruraux et permettra d'atteindre un taux d'électrification rurale par connexion au réseau national à 91% et 7% par les systèmes décentralisés.

Le budget alloué à cette dernière tranche est de 8,6 milliards de dirhams.



1.3. Caractéristiques du PERG

Le PERG se caractérise par :

- une approche programme à long terme qui privilégie la cohérence d'ensemble et l'optimisation des coûts (les coûts des équipements et service ont été réduits de 30% environ grâce à un élargissement de la concurrence, à l'effet d'échelle et à la révision de certains standards techniques). Pour assurer cette cohérence un schéma directeur a été développé sur la base de données concernant 38.000 douars.
- Une approche globale par sa vocation territoriale, par sa prise en compte de l'ensemble des techniques d'électrification pour permettre à chaque foyer d'accéder au service électrique dans des conditions technico-économiques optimales, et par son aspect participatif ouvert à tous les modes et ressources de financement possibles.
- La satisfaction en priorité de la demande forte et structurée : le « douar » est l'initiateur du projet d'électrification. la demande est révélée par une action préliminaire de communication.

- Un effort financier très important et consenti, avec des modalités pérennes à effet multiplicateur associant l'ONE (55% : 20% sur fonds propres et 35% équivalent à 2.25% des recettes de vente d'électricité), les collectivités (20%), les bénéficiaires (25%), ainsi que les bailleurs de fonds nationaux et internationaux par l'introduction de nouveaux mécanismes.

Le critère du moindre coût au foyer pour le choix technologique est retenu pour l'électrification de 98% de foyers ruraux à l'horizon 2007. D'autres critères sont pris en considération au niveau du schéma directeur tels que l'équilibre régional, la dispersion de la population ou encore le taux de rentabilité interne du point de vue économique pour la collectivité.

2. Présentation du champ d'étude

2.1. Présentation de la Province de Tiznit

Limitée au nord par les Provinces de Chtouka Ait Baha et Taroudant, à l'est par la Province de Tata, au sud par la Province de Guelmim et à l'ouest par l'océan Atlantique, la Province de Tiznit, qui s'étend sur une superficie de 8200 km² a été créée en 1975. Elle est rattachée à la région de Souss Massa Daraa, qui comprend aussi les préfectures d'Agadir Ida Outanane et Inezgane Ait Melloul ainsi que les provinces de Chtouka Ait Baha, Taroudant, Ouarzazate et Zagora dont elle représente environ 11,30% de superficie.

Relief :

La province est caractérisée par une diversité de la morphologie du terrain : plaine de Tiznit (273000 ha) ; aspect montagneux prédominant (547000 ha) avec les collines d'Ait Baamrane, les plateaux de Lakhssas, Ait Rkha, Mjat et les montagnes de l'Anti Atlas dans les cercles d'Anezi et Tafraout.

Climat :

Le climat de la Province est de type aride avec une influence océanique. La pluviométrie annuelle moyenne est de 250 à 300 mm sur l'Anti Atlas et de 150 à 200 mm sur la plaine de Tiznit. La température est généralement douce, elle descend rarement au dessous de 0°C.

Découpage Administratif :

La Province est composée de 4 Pachaliks et 5 Cercles :

- Pachaliks : Tiznit ; Sidi Ifni ; Tafraout et Lakhssas
- Cercles : Tiznit (2 Caïdats) ; Tafraout (3 Caïdats) ; Anezi (4 Caïdats) ; Lakhsass (5 Caïdats) et Sidi Ifni (2 Caïdats).

Sur le plan du découpage communal, la province est formée de 4 municipalités et 40 communes rurales.

Population :

Près de 80% de la population réside dans le milieu rural en 1994 contre 87% en 1982 et 90,6% en 1971.

S'agissant de la répartition de la population par cercle, il y a lieu de noter que la population de Tiznit représente presque le $\frac{1}{4}$ de la population totale, alors que celle du cercle de Tafraout ne dépasse pas 6,8%. Quand au nombre de ménages, il s'est établi à 62.859, ce qui correspond à une taille moyenne de 5,53 personnes par ménage (4,9 au milieu urbain et 5,7 au milieu rural) cette taille moyenne est inférieure aux tailles moyennes observées au niveau régional et au niveau national (5,9).

Activités Economiques

Agriculture :

La faiblesse des précipitations pluviométriques et de la superficie agricole utile conjuguée au manque de ressources en eau ; autant de facteurs qui entravent le développement du secteur agricole dans la province.

La superficie agricole utile est de 185.400 ha, dont 63.580 ha pour la production végétale.

La Province compte un effectif total de cheptel de 208810 têtes, une production animale moyenne de 2025,729 tonnes de viande et 1250100 litres de lait.

La Province est également caractérisée par la dynamique des coopératives et associations :

- 28 coopératives agricoles
- 65 associations

Elles ont pour principal objectif l'instauration des conditions d'un développement durable au niveau du milieu de leur intervention et ce par le biais de l'amélioration de la situation socio-économique.

Pêche :

La pêche maritime est l'une des principales activités économiques dans la Province en raison de la longueur du littoral (120 km) et de l'importance des richesses halieutiques qu'il recèle. La flotte de la pêche côtière et artisanale reste la principale composante de l'appareil productif tandis que la contribution de la pêche hauturière est négligeable. La flotte immatriculée à Tiznit s'élève à 474 sardiniers, chalutiers et canots pour une production de 2434,66 tonnes.

Mines :

La composition géologique de la Province lui offre un sous sol riche en minerais et un gisement important des roches ornementales. Les ressources minières sont caractérisées par la présence d'indices de fer, oligiste, feldspath, muscovite, talc, zircon et d'or. En ce qui concerne

les roches ornementales, la province comporte 67 carrières d'extractions de marbre, de granite etc.

Industrie :

Le tissu industriel demeure encore faible : les principales unités existantes sont concentrées dans la ville de Tiznit, il s'agit de l'unité de transformation de plastic, les grands moulins, l'unité de production des aliments de bétail et le centre emplisseur de gaz. La ville de Sidi Ifni compte actuellement deux unités de transformations du poisson et une unité de fabrication de glace. L'exploitation du port de Sidi Ifni et de deux zones industrielles qui lui sont rattachées constitue l'élément moteur pour la relance de ce secteur.

Artisanat :

Le secteur de l'artisanat compte plus de 3400 artisans exerçant différents métiers : la poterie ; la cordonnerie ; la tapisserie ; la tannerie et la bijouterie, dont le produit est particulièrement prisé à l'échelon national et international. Ce secteur est appelé à jouer un rôle de levier pour la relance du tourisme dans la région.

Tourisme :

La province est dotée de potentialités touristiques importantes et constitue un espace attrayant pouvant drainer une masse importante de touristes tant nationaux qu'internationaux, comprenant une diversité de paysages naturels : montagne ; plaine ; mer ; oasis et vallée. Auxquelles s'ajoute l'existence de sites historiques. La capacité hôtelière en lits de la province est de 1924 dont 670 par les hôtels classés.

Urbanisation :

A travers son histoire, la province de Tiznit a toujours su préserver son authenticité architecturale. Ses constructions et ses casbahs frappent par une simplicité puisée dans les traditions accumulées depuis une date lointaine. Les contraintes climatiques ont aussi largement

2.2. l'Electrification dans la province de Tiznit

Le Programme d'Electrification Rural Global connaît un franc succès dans la province de Tiznit, en effet : sa formule de partenariat sied bien à la mentalité régnante qui privilégie l'intervention des citoyens dans toutes les activités promotrice de développement. Et vu le faible taux de couverture que connaissait la région, l'électrification est devenue une priorité dans l'ensemble des budgets programmés des communes.

C'est dans cette optique que le Taux d'Electrification Rurale (TER) est passé de 22% avant le lancement du programme à 56% à fin 2002 et sera de 91% en 2006 pour atteindre 98% à l'horizon 2007.

A fin 2002, 42 000 foyers sont électrifiés dans 43 communes rurales et 112 conventions sont signées et validées par la DGCL et 35 conventions entrant dans le cadre de la 4ème tranche – phase 1 sont en cours de signature.

3. ANALYSE DES CONCERNES

3.1. Bénéficiaires (coût de la non électricité)

La population rurale dans la province de Tiznit est estimée à 74 980 foyers dont les principales sources de revenue sont la petite agriculture, l'élevage et les transferts de devises des RME.

Son rôle consiste en la participation à ce projet à raison de 2 500 DH par foyer ou 40 DH par mois sur 7 ans.

Les bénéficiaires aspirent à l'électrification de leurs logements dans l'espoir d'améliorer leurs conditions de vie, la diversification de leurs revenus avec la création de petites activités : petites industries, pompage... et engendrer des gains sur l'énergie: « l'électricité coûte moins cher »

En effet¹, pour 2 heures d'« éclairage » par jour à la lampe ou aux bougies ajoutées aux piles pour la radio, la batterie pour le téléviseur et la bouteille de gaz pour le réfrigérateur, le coût s'élève à 180 DH par mois en moyenne et peut atteindre 350 DH. Si en plus le foyer utilise une pompe diesel pour un puits, la facture peut s'élever à 1 200 DH.

A contrario, un foyer similaire dans un village électrifié a une facture mensuelle d'électricité de 140 DH (y compris les 40 DH du PERG). Pour un utilisateur d'une pompe électrique, la facture est de 600 DH en moyenne.

Cependant, malgré cela, le taux d'abonnement dans la province de Tiznit est assez faible (62% pour un Taux de plus de 80% pour la Division Régionale d'Agadir). La première entrave à l'abonnement en milieu rural est, vue l'indigence d'une grande partie de la population locale, l'investissement initial nécessaire pour l'installation intérieure et les frais de raccordements. Afin de franchir cet obstacle, l'ONE a mis en place en partenariat avec le Crédit Agricole une formule de micro crédit qui permet aux foyers de bénéficier de prêts dans le but d'électrifier leurs foyers. Cette initiative n'a pas eu les résultats escomptés. Le relais a été pris par les installateurs électriciens (le secteur privé !) qui accordent des facilités de paiement mais cela reste du domaine informel.

3.2. Communes Rurales

Les communes rurales dans la province sont au nombre de 43 regroupés en 5 cercles. Leur population varie entre 552 et 4025 foyers et leur budget est de l'ordre de 800 KDH à 2 MDH.

Elles sont essentiellement caractérisées par un faible taux d'encadrement et du niveau d'instruction des élus.

¹ Résultat de l'enquête de satisfaction de la clientèle menée en 2003 par RESING et AXENNE à la province de Tiznit.

Leur rôle consiste en le règlement de la quote-part communale dans le cadre des conventions PERG qui s'élève à 2085 DH par foyer.

Les principales attentes des communes rurales dans ce programme sont en plus de l'aménagement de leur territoire (détaillé en 4-3-3) :

- Fixer la population locale qui a tendance à l'exode à l'intérieur ou à l'extérieur du pays ou encore vers des zones présentant de meilleures conditions de vie (notamment l'électricité) ;
- La création de petites industries par l'électricité permettra des retours en valeur ajoutée,
- Les villages électrifiés offrent plus de sécurité grâce à l'éclairage public pour la population.
- L'image de marque de la commune peut sensiblement s'améliorer grâce au taux de couverture. Une commune électrifiée est plus attractive des projets de développement que ses voisines : Eau Potable, projets touristiques .etc.

Toutefois, malgré les efforts déployés par les communes, ce programme reste assujetti à la capacité, somme toute limitée, de remboursement des communes de leurs échéances. Sur un montant total des échéances dues des communes rurales de 284 MDH, plus de 77 MDH ne sont toujours pas réglés, 124 villages dans 37 communes sont électrifiés mais les abonnements sont bloqués. Le ministère de l'Intérieur est amené à jouer son rôle de tutelle par le biais de la Direction Générale des Collectivités Locales.

Il reste à signaler que le blocage des abonnements permet un taux de recouvrement qui dépasse 75% alors qu'il n'atteint pas 20% pour des programmes similaires (Programme des routes par exemple).

3.3. Entreprises Privées prestataires de service

Il s'agit d'entreprises agréées par l'ONE, c'est-à-dire qu'elles sont habilitées à soumissionner ou à sous traiter aux appels d'offres lancés par l'ONE pour la réalisation de travaux de

construction de réseaux Moyenne et Basse Tension et des postes de transformations MT/BT, ou d'installation de kits photovoltaïques.

Elles sont actuellement au nombre de 192²

Leur sont échues la réalisation des travaux d'électrification en réseau ou en décentralisé, en respectant les règles de l'art, ainsi que la réglementation marocaine et les spécifications techniques des matériels utilisés.

Cependant, 76 villages connaissent 17 mois de retard dont les travaux d'électrification vu l'incapacité de certaines entreprises à respecter leurs engagements.

l'ONE est parfois amenée à appliquer des sanctions pour les plus défailtantes : mise en demeure ; résiliation du marché ; suspension provisoire ou définitive de l'agrément ..etc.

Toutefois, l'engouement des entreprises pour ce projet peut-il être maintenu par des encouragements fiscaux ou un encadrement technique. La notion de Partenariat Public-Privé trouve ici amplement son terrain de prédilection.

Les projets d'électrification font appel à des marchés importants dont les marges bénéficiaires sont conséquentes selon certains patrons d'entreprises exerçant dans la région d'Agadir.

Grâce à ces projets; l'entreprise est assurée d'une longévité, en plus d'un savoir-faire et d'une expérience à acquérir. Malheureusement, toutes n'en sont pas toujours conscientes, mais celles qui exploitent au mieux cette opportunité peuvent facilement tendre à s'exporter avec la prochaine ouverture des frontières avec des chances importantes de succès.

² Voir liste des entreprises agréées en annexe

3.4. Autres Intervenants

3.4.1. DGCL

La Direction Générale des Collectivités Locales est considérée, après l'ONE, comme le deuxième opérateur financier dans le programme d'électrification rural global : en effet, elle étudie la solvabilité des communes signataires des conventions et participe directement pour les communes pauvres.

Dans le cadre de la 3^{ème} tranche du Programme, la DGCL a exigé que les commissions provinciales et préfectorales présidées par les walis et les gouverneurs signent les fiches de validation techniques et financières attestant de la source de financement par les communes de ces projets.

Il arrive qu'elle prenne en charge la part des communes les plus pauvres, elle procède ainsi au rétablissement de l'équilibre entre les communes au niveau du Royaume.

Toutes les conventions doivent obligatoirement être validées par la DGCL.

3.4.2. Le Conseil Provincial:

Le conseil provincial, à partir du budget annuel dont il dispose peut participer aux conventions tripartites incluant la commune rurale et l'ONE. Par cette action, il tend au rétablissement de l'équilibre entre les communes au sein de la province, comme il encourage l'initiative de la société civile, puisqu'il intervient également dans des conventions tripartites en partenariat avec des associations.

3.4.3. La société civile

Les associations sont constituées de membres originaires de ces régions, qui tendent à améliorer les conditions de vie de leurs familles restées sur place par le financement de projets d'électrification, d'adduction d'eau potable ou de construction de route.

Un des rôles primordiaux des associations est la re-dynamisation de la « Jmaâ » comme opérateur au sein de la communauté. Cette institution qui a perdu de son ascendant, tend à revenir au devant de la scène sous une forme plus officielle qu'est l'association.

Elle se substitue aux communes rurales ou aux bénéficiaires pour le financement de leurs quotes-parts dans les projets d'électrification.

Les membres des associations tendent à améliorer les conditions de vie de leurs familles restées sur place.

A titre d'illustration, la convention établie entre l'ONE et l'Association Semlala a permis l'électrification de 84 villages de la commune rurale de Tizoughrane pour une population de 1943 foyers, en faisant passer le TER à 98%. Le coût de ce projet s'est élevé à 29 000 KDH, l'association a pris en charge 11 000 KDH, en collectant la participation des bénéficiaires à hauteur de 6000 DH par foyer.

Les travaux ont été réalisés par une entreprise franco marocaine. Les travaux ont duré 20 mois. Le taux d'abonnement à fin juillet 2003 est de 46%.

B – IMPACT DE L'ELECTRIFICATION RURALE

4. Impact de l'électrification rurale

4.1. Objectifs

Les principaux objectifs des études menées par ALCO en 1999 et en partie par RESING & AXENNE en 2003 et complétées pour les besoins de cette présente étude sont :

- Mesure des impacts socio économiques du PERG sur les villages, les ménages et les usagers non domestiques
- Perception du PERG par les différents intervenants: communes; autorités locales; entreprises privées ; société civile...

4.2. Cible et Echantillon

Echantillon de foyers électrifiés,

Elus,

Présidents d'associations,

M. le Gouverneur de la Province,

M. le Président du Conseil Provincial,

M. le Directeur de l'Electrification Rurale,

Patrons d'entreprises prestataires de service,

4.3. Analyse de l'enquête auprès des foyers

4.3.1. Impacts sur les activités économiques

- 70% des foyers considèrent que l'électrification a permis un développement des activités dans leurs villages
- près de 50% des chefs de foyers qui ont une activité secondaire affectent cette activité à l'électricité. Concernant les activités principales, elles sont généralement antérieures à l'électrification.

- Les activités qui ont le plus bénéficié de l'électrification sont les secteurs de la construction, du commerce, de l'agriculture et les cafés et restaurants.
- L'utilisation des motopompes électriques a été généralisée au détriment des motopompes à gasoil ;
- 43% des douars disposant d'un système de pompage électrique ont introduit de nouvelles cultures (légumes ou fruits)
- 30% des douars dotés du système électrique estiment que de nouveaux emplois ont été créés grâce à l'électricité.
- Il n'y a pas eu d'impact significatif sur l'élevage.
- Juste 20% qui estime qu'il y a eu une augmentation de leur revenu grâce à l'électrification malgré l'existence d'un marché et l'augmentation de la demande.
- Près de 60% des usagers non domestiques attestent que leur rentabilité ainsi que la productivité de leur activité économique est meilleure grâce à l'électrification
- Pour plus de 40% des usagers, l'entretien des machines et du matériel est facilité grâce à l'électricité ;
- 2 usagers sur 10 ont vu leur clientèle augmentée grâce à l'électrification.

4.3.2. Amélioration des conditions de vie

- sur l'émigration :
 - o ralentissement de plus de 30% de la fréquence d'émigration au niveau de toutes les destinations ;
 - o baisse de l'intention d'émigrer qui est passée de 25% à moins de 15%, alors qu'en décentralisé l'électrification n'a aucun impact sur ces intentions ;
 - o 75% des usagers non domestiques n'ont pas l'intention d'émigrer ;

- dans les douars non encore électrifiés, 30% désirent émigrer là où il y a l'électricité.
- Sur la scolarisation des enfants et rendement scolaire :
 - 67% des interviewés estiment que l'électricité a eu un impact positif sur la scolarisation des enfants ;
 - 50% des chefs de foyers perçoivent une amélioration du niveau des résultats scolaires de leurs enfants depuis l'électrification.
- Au niveau des équipements électroménagers : il a été constaté que les foyers acquièrent des équipement électroménagers en général pendant les 2 premières années qui suivent l'électrification sans recours au crédit :
 - La majorité recherche la qualité du son ou d'image en achetant un TV couleur ou à grand écran
 - 1 foyer sur 3 dispose d'un réfrigérateur
 - l'apparition de l'utilisation du fer à repasser induite par les jeunes ;
- sur l'hygiène de vie :
 - l'électrification a eu un effet direct sur l'installation et la modernisation des lieux d'aisance (100% de foyers) et d'hygiène corporelle (65% de foyers) ;
 - 11% seulement de foyers se sont dotés de système d'évacuation des eaux usées ;
- sur les habitudes alimentaires
 - pour le conventionnel, les changements dans les habitudes alimentaires sont exprimés en terme de consommation de produits frais ou produits périssables, grâce notamment au réfrigérateur.

4.3.3. Impacts sur l'aménagement du territoire

- Amélioration de l'habitat :

- Augmentation de 10% de l'habitat regroupé au détriment de l'habitat dispersé ou éclaté ;
- Augmentation du prix de la terre et du foncier (cas exceptionnel du village Jmâa Ida Ou Semlal CR : Tizoughrane)
- Conception d'un plan d'aménagement pour le douar
- Facilité d'accès aux lots aménagés
- Lutte contre l'habitat insalubre
- Diminution de 40% des pièces construites en pisé en faveur des pièces en dur
- Diminution du nombre moyen de pièces par foyer
- Sécurité dans le Douar
 - 6 foyers sur 10 considèrent que la sécurité s'est renforcée depuis l'électrification ;
 - près de 50% des usagers non domestiques considèrent que l'électricité offre plus de sécurité que le système traditionnel

4.4. Conséquences politiques et aménagement du territoire

« L'aménagement du territoire est une approche transversale et à long terme de l'action publique »³. Il est clair que cette définition s'apparente rarement aux premières préoccupations des politiciens qui cherchent surtout des actions dont les effets se font ressortir à court terme, mais pour cela pour des considérations de mandats.

Cependant, l'aménagement du territoire est bien une action publique puisqu'il s'agit d'une maîtrise des équilibres et tend à effacer sinon éclaircir les zones d'ombres qui posent les problèmes les plus lourds. Et parmi ceux là, bien évidemment l'électrification du monde rural.

³ Extrait du Schéma National d'Aménagement du Territoire – texte support de la présentation par le Ministre LYAZGHI du projet du SNAT au Conseil du Gouvernement (Rabat – Juillet 2002)

L'action politique dans le cadre de la synergie différentielle des composantes spatiales, trouve dans le Programme d'Electrification Rurale Global un parfait terrain d'expérimentation puisqu'il renvoie parfaitement à la formule de « de chaque territoire selon ses potentialités économiques, à chaque territoire selon ses besoins sociaux ».

En effet le cadre de partenariat ONE – communes – bénéficiaires adopté par le PERG est un exemple qui est d'ores et déjà suivi (cas de l'Office National de l'Eau Potable et du ministère de l'Equipement dans leur programme PAGER)

C – LA DISTRIBUTION DANS LE PERG

5. Rentabilité de l'activité Distribution

5.1. Etat des Lieux : Opérations de Distribution

5.1.1. Description des opérations

L'activité distribution se caractérise essentiellement par les opérations suivantes :

- Relevé des compteurs
 - Il s'agit de faire le tour des compteurs posés chez les clients afin de relever les indexes des consommations enregistrées depuis la dernière relève.
- Saisie et Calcul des index
 - Les indexes relevés sont saisis (ou transférés en cas d'utilisation des Terminaux de Saisie Portables) afin de permettre le calcul de la facture de la consommation d'électricité.
- Impression des factures
- Distribution des factures
 - Refaire le tour des clients afin de remettre les factures mensuelles de la consommation d'électricité.
- Encaissement
 - Réception des montants équivalents aux consommations d'énergie électrique relatives aux trois tranches de consommation additionnés aux montants des autres rubriques :
 - Participation PERG (éventuellement)
 - entretien branchement
 - Location compteur
 - TPPA

Opérations auxquelles peuvent être associées les opérations de Réception des installations et la Pose de compteurs.

5.1.2. Coûts des opérations de distributions

Afin d'effectuer ces calculs, ont été pris en considération des cas limites et moyens des agences commerciales de Lakhssas et Tafraout et à titre comparatif, le cas urbain de la ville de Tiznit.

RELEVÉ

	RURAL				URBAIN
	CAS MOYEN LAKHSSAS	CAS LIMITE LAKHSSAS	CAS MOYEN TAFRAOUT	CAS LIMITE TAFRAOUT	CAS TIZNIT
Nb clients	409	372	1048	994	6000
Nb clients relevés	205	186	524	497	400
Distance (km)	47	160	70	85	16
Route	17	102	62	30	16
Piste	30	58	8	55	0
VEHICULE	VELOMOTEUR	HYUNDAI 4X4	HYUNDAI 4X4	HYUNDAI 4X4	VELOMOTEUR
Consommation carburant (l/100 km)	3	12,98	11,78	12,94	3
Coût unitaire carburant	6	5,98	5,98	5,98	6
Coût carburant	16,92	248,39	98,62	131,55	5,76
Coût acquisition	9 000	175 000	175 000	175 000	6 667
Amortissement véhicule/j	4,93	95,89	95,89	95,89	3,65
Vignette/j	0,00	24,66	24,66	24,66	0,00
Assurance/j	2,05	13,70	13,70	13,70	2,05
COUT VEHICULE	23,91	382,63	232,87	265,79	11,47
PERSONNEL					
Comptage	1	2	1	1	1
Taux horaire	30,45	30,45	30,45	30,45	30,45
Frais de déplacement	40	40	40	40	0
COUT PERSONNEL	283,6	567,2	283,6	283,6	243,6
COUT DE LA RELEVÉ	307,51	949,83	516,47	549,39	255,07
COUT DE LA RELEVÉ D'UN CLIENT	1,50	5,11	0,99	1,11	0,64

Le coût de la relève d'un client varie donc entre 0,99 DH et 5,11 DH, ce qui reste quand même assez considérable comme plage. Afin d'optimiser leurs sorties, l'équipe de relevé

s'associe dans son déplacement avec l'équipe réseaux lors de sa sortie pour la pose des compteurs des nouveaux clients.

DISTRIBUTION

	RURAL				URBAIN
	CAS MOYEN LAKHSSAS	CAS LIMITE LAKHSSAS	CAS MOYEN TAFRAOUT	CAS LIMITE TAFRAOUT	CAS TIZNIT
Nb clients	409	372	1048	994	600
Nb clients distribuées	409	372	1048	994	600
Distance (km)	47	160	70	85	16
Route	17	102	62	30	16
Piste	30	58	8	55	0
VEHICULE	VELOMOTEUR	HYUNDAY 4X4	HYUNDAY 4X4	HYUNDAY 4X4	VELOMOTEUR
Consommation carburant (l/100 km)	3	12,98	11,78	12,94	3
Coût unitaire carburant	6	5,98	5,98	5,98	6
Coût carburant	16,92	248,39	98,62	131,55	5,76
Coût acquisition	9000	175000	175000	175000	6667
Amortissement véhicule	4,93	95,89	95,89	95,89	3,65
Vignette/j	0,00	24,66	24,66	24,66	0,00
Assurance/j	2,05	13,70	13,70	13,70	2,05
COÛT VEHICULE	23,91	382,63	232,87	265,79	11,47
PERSONNEL					
Comptage	1	2	1	1	1
Taux horaire	30,45	30,45	30,45	30,45	30,45
Frais de déplacement	40	40	40	40	0
COÛT PERSONNEL	283,6	567,2	283,6	283,6	182,7
COÛT DE LA DISTRIBUTION	307,51	949,83	516,47	549,39	194,17
COÛT DE LA DISTRIBUTION D'UNE FACTURE	0,75	2,55	0,49	0,55	0,32

Le coût de distribution d'une facture varie de 0,49 DH à 2,55 DH. Le cas limite est pénalisé par et l'éloignement et le faible nombre de clients.

EDITION

	AC TIZNIT
Nb factures éditées	12 000
IMPRIMANTE	2
Coût acquisition	28 000
Amortissement	15,56
Ruban	155,64
Coût imprimante	342
FACTURE	
Coût d'acquisition unitaire	0,104
coût factures	1 248
COUT IMPRESSION	1 590,39
PERSONNEL	
Commercial	1
Taux horaire	30,45
Frais de déplacement	0
COUT PERSONNEL	304,5
COUT DE L'EDITION	1 894,89
COUT DE L'EDITION D'UNE FACTURE	0,158

POSE COMPTEUR

	RURAL				URBAIN
	CAS MOYEN LAKHSSAS	CAS LIMITE LAKHSSAS	CAS MOYEN TAFRAOUT	CAS LIMITE TAFRAOUT	CAS TIZNIT
Nombre de compteurs installes	3	8	8	5	4
Distance (km)	47	160	70	85	3
Route	17	102	62	30	3
Piste	30	58	8	55	0
VEHICULE	HYUNDAY 4X4	HYUNDAY 4X4	HYUNDAY 4X4	HYUNDAY 4X4	EXPRESS
Consommation carburant (l/100 km)	12,98	12,98	11,78	12,94	7
Coût unitaire carburant	5,98	5,98	5,98	5,98	5,98
Coût carburant	72,96	248,39	98,62	131,55	2,51
Coût acquisition	175 000	175 000	175 000	175 000	77 084
Amortissement véhicule/j	95,89	95,89	95,89	95,89	42,24
Vignette/j	24,66	24,66	24,66	24,66	8,22
Assurance/j	13,70	13,70	13,70	13,70	16,44
COUT VEHICULE	207,21	382,63	232,87	265,79	69,41
PERSONNEL					
Réseau	2	2	1	1	2
Taux horaire 1	37,456	37,456	37,456	37,456	37,456
Taux horaire 2	29,942	29,942	29,942	29,942	29,942
Frais de déplacement 1	40	40	40	40	0
Frais de déplacement 2	60	60	60	60	0
COUT PERSONNEL	167,398	167,398	167,398	167,398	67,398
COUT DE LA POSE D'UN COMPTEUR	124,87	68,75	50,03	86,64	34,20

Le coût de pose d'un compteur en milieu rural varie entre 50,03 et 124,87 DH. On n'omettra pas de signaler que ce coût était doublé avec l'ancienne procédure qui exigeait deux sorties sur le terrain : la première pour l'octroi de l'emplacement et la seconde pour la pose du compteur. Dans le cadre d'actions de proximité, en liaison avec les autorités locales, lors des mises en service des villages, des campagnes d'envergure sont mises en place pour le branchement du maximum de clients et l'installation du plus grand nombre de compteurs.

5.2. Introduction de nouvelles techniques

5.2.1. Nouvelles techniques adoptées

« Intrinsèquement, la distribution dans le monde rural est déficitaire », au risque de contredire ce patron d'une grande entreprise très engagée dans la délégation de service public⁴, l'ONE dans son souci d'améliorer le service à sa clientèle en terme de délai de réponse, de fiabilité de données et d'améliorer de surcroît son coût de distribution, a mis en place plusieurs techniques afin de pallier aux lacunes éventuelles :

- relevé par terminaux de saisie potable
- nouvelles procédures d'abonnement
- etc...

5.2.2. Impact de l'Introduction de nouvelles techniques sur la rentabilité de la distribution dans le monde rural

Malgré les nouvelles techniques adoptées par l'ONE, réside encore quelques points sombres que ce soit pour la qualité de service ou pour la rentabilité de l'activité distribution, auquel il serait opportun d'apporter des améliorations :

- Distribution délocalisée :

Afin de faire face aux coûts élevés de la distribution, une démarche de partenariat a été ébauchée avec les associations en vue de la prise en charge des opérations de relevé d'index, de distribution des factures, d'encaissement et de recouvrement. La contrepartie pour l'association est un forfait à calculer en fonction du nombre de client. En vu du paragraphe 5-1-2, ce coût ne dépassant pas 2,55 DH par client, l'opération de distribution délocalisée au niveau des associations peut être rentable pour l'Office.

- Pré paiement

Comme solution au coût de distribution élevé, l'ONE installe des compteurs à prépaiement. Ce principe de carte rechargeable est un succès phénoménal dans le secteur de la téléphonie mobile, son adoption pour l'énergie électrique dont la généralisation pour le monde rural prendra quelque temps mais permettra à terme de réduire à néant le coût de distribution. Ceci reste tout de même conditionné par la mise en place de brigade de contrôle.

- Relevé semestriel

La formule de relevé d'index adoptée par l'ONE consiste en un relevé bimestriel avec une estimation d'un mois considéré comme un acompte sur la consommation effective des deux mois. La consommation dans le monde rural est caractérisée, à quelques rares exceptions, par sa faiblesse. Dans la région de Tafraout, la facture d'électricité mensuelle hors participation PERG) ne dépasse pas 30 DH.

Cependant, le relevé bimestriel continue à greffer le coût de distribution. C'est pourquoi, une alternative consisterait à relever semestriellement les clients ruraux, une simulation de factures relevées semestriellement et de factures relevées bimestriellement a donné un écart négligeable.

⁴ Intervention de M. H. PROGLIO Président du Directoire de VEOLIA ENVIRONNEMENT le 16 mai 2003 à Paris.

D – ELECTRIFICATION RURALE DECENTRALISEE

6. Electrification Rurale Décentralisée

6.1. Introduction

L'extension des réseaux électriques se heurte à des contraintes économiques croissantes à mesure que l'on s'éloigne des zones les plus peuplées. Le coût par foyer atteint des montants importants : de 45 000 à 115 000 DH par foyers dans certaines zones.

De plus, la demande d'électricité dans les zones rurales est relativement faible : usages essentiellement domestiques, d'artisanat ou de petites industries. La consommation moyenne dans certain village atteint à peine 30 kWh par mois par foyer. Ce qui rend impossible, à échéance raisonnable, l'amortissement des investissements de transport et distribution engagés.

De par le monde, la contrainte financière que représenterait, pour la plupart des pays, l'électrification de la totalité des populations rurales est telle qu'au rythme actuel celle ci demanderait au moins 20 ou 30 ans dans les contextes les plus favorables et plus d'un siècle dans les pays les moins avancés où le taux d'électrification des populations se situe encore aujourd'hui autour de 5%. Aujourd'hui, plus de 2 milliards d'habitants n'ont pas d'électricité.

Le coût de la fourniture d'électricité est plus élevé dans les zones rurales, soit du fait des coûts de production et de distribution dans le cadre de l'extension de réseau soit des coûts de production dans le cas de production locale.

L'électrification rurale est tenue d'être conçue et optimisée en terme de coûts de la production d'électricité. Cela implique la prise en compte de l'usage efficace de l'électricité dans les équipements et appareils de consommation dans l'évaluation des alternatives techniques.

6.2. Techniques adoptées

L'association de techniques efficaces de consommation d'électricité et de techniques diverses de production adaptées à la ressource locale et à la taille des besoins, permet de développer l'électrification rurale décentralisée à un coût économique inférieur à celui de l'extension de réseau.

Des minis réseaux locaux peuvent utiliser des générateurs diesel fonctionnant au fuel ou à des carburants dérivés de la biomasse (et opérant en cogénération à chaque fois que possible), de la petite hydraulique, de l'éolien ou des installations photovoltaïques.

Les technologies sont actuellement largement disponibles mais présentent encore un vaste potentiel d'amélioration et de réduction des coûts par la recherche & développement et l'accroissement du marché.

Les services électriques peuvent également être obtenus dans des installations isolées par des générateurs de petite puissance, par exemple photovoltaïque ou éolien, utilisés en couplage avec des accumulateurs.

Les techniques modernes d'utilisation des énergies renouvelables présentent des avantages incontestables pour le développement durable, tout particulièrement en milieu rural :

- a- elles ne portent pas atteinte à l'environnement global (en particulier pas de production nette de CO² dans l'atmosphère) et, si elles sont utilisées à une échelle raisonnable, leur impact sur l'environnement est limité.
- b- Elles représentent une source de revenu appréciable pour les zones rurales soit directement par la production de ressources énergétiques commercialisables dans le cas de la biomasse, soit indirectement en évitant l'achat de combustibles importés.

Les principaux obstacles à l'électrification rurale sont le niveau de l'investissement initial ainsi que la disponibilité des équipements.

6.3. Potentiel économique de l'ERD

Les besoins en électricité des populations rurales qui sont actuellement totalement démunies et qui ne seraient pas raccordées à un réseau dans les 20 à 30 ans qui viennent correspondent – pour les usages domestiques et collectifs de base- à une consommation de l'ordre de 200 Wh par personne par jour.

L'électrification rurale décentralisée de 2 milliards de personnes correspond par conséquent à une consommation mondiale annuelle totale de l'ordre de 150 milliards de kWh, soit environ 8% de la consommation finale de l'électricité de l'Union Européenne.

Les consommations correspondant aux usages productifs à développer sont extrêmement variables et doivent être ajoutées.

L'électrification rurale décentralisée représente donc un enjeu économique et industriel important.

Pour le cas de la Province de Tiznit, en plus de bénéficier de 300 jours d'ensoleillement par an, 8% de la population rurale sera concernée par l'ERD. en effet, l'habitat dispersée ainsi que l'éloignement par rapport au réseau existant en sont les raisons de recours à cette pratique

6.4. Approches développées

Depuis le lancement du PERG, l'ONE a mis en œuvre plusieurs approches d'électrification des foyers par kits photovoltaïques adaptées à diverses situations :

6.4.1. Action directe :

Les premières opérations ont été lancées en action directe et exécutées entièrement par les équipes de l'ONE.

Les foyers bénéficiaires sont des clients de l'ONE qui assure l'achat, l'installation et la maintenance des kits. L'ONE s'occupe également du recouvrement des mensualités.

Chaque foyer bénéficiaire paye à l'ONE une avance de 1440 DH TTC et une mensualité de 40 DH TTC pendant 7 ans. L'ONE prend en charge le reliquat du coût de l'électrification.

A ce titre, il a été électrifié 130 foyers de la commune de Sidi Laâroussi – Province d'Essaouira

6.4.2. Action semi directe ou prestations de services :

L'ONE acquiert l'équipement complet et choisit par voie de concurrence, une société privée "Prestataire de service" qui assure, pour le compte de l'ONE, l'installation, le service après vente et le recouvrement des mensualités auprès des foyers bénéficiaires. Le prestataire de services est rémunéré par l'ONE pour ses prestations.

Les foyers bénéficiaires sont des clients de l'ONE et chaque foyer participe par une avance de 1440 DH TTC et une mensualité de 60 DH TTC pendant 7 ans. L'ONE prend en charge le reliquat du coût de l'électrification.

A ce titre, il a été électrifié 1530 foyers dans 87 villages de la Province de Khouribga.

6.4.3. Partenariat :

L'ONE fournit, au titre de sa contribution PERG, un module et une batterie à chaque foyer bénéficiaire.

Le prestataire de services, entreprise privée choisie par voie d'appel d'offres, fournit le reste du matériel, procède à son installation (y compris la fourniture ONE) et son entretien pendant 5 ans.

Les foyers bénéficiaires sont clients du prestataire de services et le rémunèrent directement par une avance et une mensualité pendant 5 ans. Les montants de l'avance et de la mensualité résultent de l'appel d'offres.

Cette approche concerne le projet d'électrification de 7000 foyers qui est en cours dans la province de Taroudannt (2300 foyers ont été réalisés depuis avril 99 à fin janvier 2002).

6.4.4. Clé en main :

Dans ce cas, l'ONE choisit par voie d'appel d'offres un prestataire de services qui assure la fourniture de tout le matériel, son installation, le service après vente et la collecte de fonds ONE (éventuellement) auprès des foyers bénéficiaires.

L'ONE rémunère le prestataire de services pour ses prestations.

Les foyers bénéficiaires sont des clients de l'ONE.

Le montage financier est étudié au cas par cas.

Des projets ont été réalisés et d'autres sont en cours de réalisation dans différentes provinces du Royaume

6.4.5. FEE FOR SERVICE :

A la lumière des expériences vécues, l'ONE a mis au point en 2000 une nouvelle approche dénommée "Fee For Service" (FFS).

C'est une formule qui permettra d'offrir un service d'électrification par kits photovoltaïque, adapté, durable et au moindre coût. Cette approche consiste en la fourniture des kits photovoltaïques, leur installation et leur maintenance, avec renouvellement des équipements défectueux, pendant une durée de dix années.

Les principaux axes de cette approche sont présentés ci-après :

6.4.5.1. Aspect Organisationnel :

L'ONE assure la gestion du projet et confie notamment au prestataire de services, qu'il aura choisi par voie d'appel d'offres, les prestations suivantes :

- l'identification des clients;
- la fourniture et l'installation des équipements;

- la maintenance, le renouvellement des équipements de production (module, régulateur et batterie) et la collecte des redevances mensuelles chez les clients pendant 10 ans à partir de la mise en service;
- l'intervention dans moins de 48 heures en cas de panne;
- la gestion de la clientèle.

6.4.5.2. Aspect Technique

Afin de mieux adapter le service offert aux besoins des foyers en éclairage et audiovisuel, trois systèmes (50 Wc, 75 Wc et 100 Wc) sont proposés aux clients.

6.4.5.3. Aspect financier

L'ONE apporte une participation financière de 4500 Dh HT par foyer dans ce projet. Cette participation est payable au prestataire de services après réalisation de l'installation et la vérification de sa conformité aux clauses du marché.

Le foyer bénéficiaire prend en charge le reliquat payable également au prestataire de services sous forme d'une avance et d'une redevance mensuelle sur une période de 10 années.

6.4.5.4. Propriété des Equipements

En garantie de sa contribution financière, l'ONE reste propriétaire de la partie production comprenant le module, le régulateur et la batterie pendant 10 années. Au delà de cette période, cette partie est cédée au client.

Le reste de l'installation est propriété du client dès la paiement de l'avance.

6.4.5.5. Aspect Environnemental

L'ONE attache un intérêt particulier à la protection de l'environnement dans le cadre de ce projet. Ainsi, il est exigé du prestataire de services de veiller sur la collecte et le recyclage des batteries usées.

« Le développement durable n'est pas une mode ; la nécessité d'une utilisation rationnelle et avisée des ressources rares, du contrôle de l'impact des activités humaines sur l'environnement sera l'une des priorités de ce siècle »⁵

Consacré à Rio en 1992 par les états de la Planète, le développement durable est un principe d'action visant à concilier le développement économique, la cohésion sociale et les impératifs écologiques à travers un ensemble de valeurs sociales d'objectifs de long terme, de prise en compte de l'équité et de prise de décision démocratique. Il constitue une réaction politique à certains processus de développement qui se sont avérés pénalisants⁶

6.4.5.6. Contrôle de Qualité

La réussite du projet sur le plan technique passe par la fourniture des équipements de bonne qualité et la réalisation des installations suivant les règles de l'art, ce qui permet ainsi d'offrir aux clients une bonne qualité de service. Dans ce sens, l'ONE confie à des bureaux d'études spécialisés le contrôle des équipements et des installations.

6.4.5.7. Quelques chiffres

Dans le cadre de la nouvelle approche « fee for service », un marché relatif à l'électrification rurale par kits solaires a été conclu en mai 2002 entre l'ONE et le consortium « TEMASOL » formé par Total Energie, EDF environnement et Total Maroc. Le contrat porte sur l'électrification de 16 000 foyers correspondant à une population estimée à 100 000 habitants dans les régions éloignées du réseau électrique et situées dans les provinces de Khouribga, Khemisset, Khenifra et Settat.

Un don de 5 millions d'Euros a été concédé par KFW dans le cadre de la coopération marocco allemande pour la réalisation de ce projet.

⁵ Message de H. PROGLIO Président du directoire de VEOLIA Environnement – Rapport Annuel 2002

⁶ Aménager la France de 2020 – Mettre les territoires en Mouvement – DATAR – La documentation Française

L'assistance technique du projet a été attribuée au groupement PROJECT-CONSULT GMBH/ ENTEC AG / RESING.

6.5. Démarches alternatives⁷

L'électrification rurale décentralisée peut se faire suivant deux démarches :

- a. L'électrification « pilotée » relève d'une approche de service public et d'une décision politique d'établir une infrastructure de base en milieu rural. Elle touche la plus grande partie de la population, mais est freinée par l'importance des investissements initiaux.
- b. L'électrification « spontanée », réalisée par le secteur privé sur une base exclusivement commerciale et qui s'adresse pour l'essentiel à l'équipement à l'équipement des ménages et des petites entreprises ayant un pouvoir d'achat suffisant, ainsi qu'aux collectivités locales ayant une forte capacité d'auto organisation et d'auto financement.

Ces deux approches sont complémentaires : dans les deux cas, le secteur privé a un rôle essentiel ; et, en complément à une logique commerciale, l'intervention des autorités publiques est nécessaire pour assurer un meilleur environnement à la mise en œuvre.

Le développement à grande échelle de l'électrification rurale décentralisée est donc possible car la technologie existe et les montants financiers nécessaires restent dans des limites raisonnables. Les problèmes cruciaux à résoudre concernent l'organisation et le financement. Ils peuvent être traités par des approches diverses et les conditions locales seront décisives pour décider de la meilleure approche dans une situation particulière.

⁷ Extraits des recommandations à la commission du Développement Durable des Nations Unies et aux Acteurs des Programmes de Développement – Séminaire de Marrakech (13 –17 novembre 1995).

Le lancement de l'électrification rurale décentralisée peut être défini comme les conditions de production et de distribution des équipements.

Si ce lancement est réussi, l'expérience acquise dans plusieurs pays montre qu'il existe dans de larges segments des sociétés rurales, la volonté et la capacité de payer les coûts des services obtenus, même au niveau relativement élevés des prix actuels.

L'électrification rurale décentralisée a été réalisée avec succès dans plusieurs pays, à l'initiative du secteur privé, des coopératives, de gouvernements, et de la coopération internationale.

Aujourd'hui, l'objectif est d'élargir les options ouvertes au choix des consommateurs, en fonction de leur propre situation et de leurs moyens économiques, en rendant accessibles de nouvelles alternatives.

D – LA DEMARCHE MARKETING

7. La Démarche Marketing

7.1. Quel Marketing pour l'ONE ?⁸

La notion de marketing désigne, à l'origine, un ensemble d'actions visant essentiellement une connaissance fine du marché : une entreprise qui commercialise un produit ou un service a besoin de savoir si ce produit (ou service) correspond aux attentes des clients. Il est donc impératif d'avoir une connaissance aussi poussée que possible des besoins et motivations d'une clientèle existante et potentielle. Le marketing, appréhendé sous cet angle, est valable aussi bien pour une entreprise privée que pour une entreprise publique. La différence réside dans la motivation. Une entreprise privée, agissant dans un environnement concurrentiel doit, au risque de perdre sa clientèle, améliorer son produit ou service pour le rendre attractif et adapté au besoin du client et ceci au meilleur rapport qualité/prix.

Pour l'ONE, il ne s'agit pas de perdre une clientèle qui est captive de fait, mais la motivation est d'ordre éthique et politique : le client est avant tout un citoyen et l'ONE a le devoir et l'obligation en tant qu'entreprise de service public, d'être à son écoute et de prendre en charge la satisfaction de ses besoins dans les meilleures conditions de coût et de qualité.

7.2. La stratégie marketing de l'ONE

Dans le domaine du marketing, on distingue, parmi les 4 P, deux entités : le produit (ou service) commercialisé doté de caractéristiques, dont le prix, et le consommateur actuel ou potentiel de ce produit qui possède un profil. La stratégie marketing consiste à faire rencontrer ces deux entités de sorte à favoriser une croissance constante du chiffre d'affaires. bien entendu, il appartient à la structure commerciale, qui, elle, possède la force vente et le levier tarifaire, d'agir effectivement sur ce chiffre d'affaires.

Pour l'ONE, la stratégie marketing se décline à deux niveaux :

- l'amélioration de la qualité du kWh livré et des prestations fournies ainsi que l'exploration de nouvelles prestations liées à la fourniture de l'électricité.
- le pilotage des actions visant une meilleure connaissance des habitudes et besoins spécifiques des clients-citoyens.

Pour le premier point, l'effort est réparti entre la Direction Commerciale et Marketing et la Direction de la Distribution. Pour le deuxième point, c'est la Direction Commerciale et Marketing qui développe des outils d'investigation et élabore des contrats d'enquêtes et de prospection avec des bureaux d'études spécialisés. La DCM emploie également des cadres responsables de marchés :

- marché rural
- marché tertiaire
- ...etc

Le plan d'action découlant de l'orientation client, axe stratégique de l'office est mis en place par la DCM. Pour le développement des nouvelles prestations ou l'amélioration de celles existantes, des actions sont arrêtées dans le cadre de plans triennaux glissants et déclinées au niveau des chargés de marchés ou des ingénieurs d'affaires.

Il est à noter que toutes les deux années, l'office lance une campagne de mesure de la satisfaction clients. Les résultats de ces campagnes, qui vont devenir annuelles du fait de leur importance, font l'objet d'un intérêt très particulier et sont pris en considération par la Direction de la Distribution qui adapte ses outils commerciaux en conséquence.

⁸ Entretien avec M. ALLABI Directeur Commercial et Marketing de l'ONE – MEGAWATT n°11 – 2^{ème} trim 2003

7.3. Le Marketing pour le PERG

Le PERG génère plus de 100 000 clients BT par an. Le marché rural est particulièrement sollicité en ce sens que le profil de cette clientèle doit être dégagée, en particulier sa segmentation, ses habitudes, son mode de consommation, le degré de monétarisation et l'impact de l'électricité sur son mode de vie. Un ensemble d'études ont été confiées à l'Institut Agronomique et Vétérinaire, à titre d'exemple :

- l'étude sur la saisonnalité des revenus en milieu rural
- développement de la force motrice
- la dynamique de l'abonnement dans les centres ruraux

7.4. Alternative IMC

En terme de communication, le Programme d'Electrification Rurale Global bénéficie d'une publicité non négligeable relayé par les élus locaux qui en font souvent un de leurs chevaux de bataille lors des campagnes électorales. Et tant que l'électricité reste un des axes de développement important, les candidats s'enquièreent de la programmation des villages appartenant à leurs territoires et distillent ces informations, parfois interprétées erronées, à la population, ce qui tend à créer des situations qui nuisent à l'effort fait dans le cadre de ce programme. C'est pourquoi, il serait judicieux d'adopter une démarche de communication marketing intégrée

Le processus de la communication marketing est le suivant:



Ce bruit peut avoir l'une des formes suivantes :

- Techniques de ventes piètres
- Une vague publicité
- Mauvais choix de media
- Echec à trouver les bonnes personnes de contact
- Age
- Sexe
- Statut social
- Personnalité

Il arrive quelques fois que le message décodé soit différent de celui envoyé au début par l'entreprise; cela est souvent dû au bruit qui existe dans le processus de la communication. Par conséquent, une communication marketing effective dépend si le client reçoit le bon message et s'il se comporte de la manière désirée. C'est pour cette fin d'ailleurs, qu'aujourd'hui, plusieurs entreprises travaillent constamment à ce que leur audience ciblée reçoive leurs messages avec le minimum de bruit.

Il est à noter que la communication avec le client et les autres intervenants demande plus qu'une publicité réussie, elle a besoin aussi de l'exécution d'un nouveau concept qui est la Communication Marketing Intégrée (integrated marketing communication). Un processus de IMC effectif intègre plusieurs activités de marketing dans un seul « colis », pour que les entreprises soient plus capables d'atteindre leurs cibles et d'autres audiences, d'une façon plus efficace.

Définition :

Integrated Marketing Communication : la coordination et intégration de tous les outils, moyens, et ressources de la communication marketing d'une entreprise, dans un programme qui maximise l'impact sur le consommateur à un coût minimal.

Le plan IMC commence tout d'abord par le développement d'un marketing mix: produit, prix, promotion et place. Afin de développer ce marketing mix, un plan marketing doit être établi comme suit :

- Analyse de la situation
- Objectifs Marketing
- Budget Marketing
- Stratégies Marketing
- Tactiques Marketing
- Evaluation de la performance

Une fois ce plan est établi, le programme IMC peut être facilement préparé contenant les éléments suivants :

- Ethiques et responsabilité sociale de la communication marketing
- Fondation
 - Analyse promotionnelle
 - Gestion de l'image de marque de l'entreprise
 - Comportement du consommateur citoyen
 - Comportement des autres intervenants (Business to business)
- Publicité
 - Gestion de la publicité

- Sélection des media de publicité
- Design de la publicité : Appels
- Design de la publicité : Cadre exécutoire
- Le mix promotionnel
 - Promotions de commerce
 - Promotions du consommateur
 - Ventes personnelles et gestion des ventes
- Outils de communication
 - Relations publiques et les programmes de patronage
 - Programme des bases de données
 - Marketing via l'Internet
 - Evaluation du programme du IMC

CONCLUSION

CONCLUSION

Le Public/Private Partenaireship, les 3P, est une appellation américaine qui signifie que les énergies tant publiques que privées sont associées en vue d'aboutir à un résultat commun. Le Programme d'Electrification Rurale Global entre exactement dans ce cadre.

En effet, ce programme vieux déjà de 7 ans et compte tenu de son modèle financier efficace est assuré d'aller à son terme.

Ce programme a joué le rôle de précurseur puisque plusieurs projets gouvernementaux similaires ont été créés sur la même base tels le PAGER pour l'Adduction de l'Eau Potable ou la construction des routes en milieu rural.

L'élaboration de l'Electrification Rurale Décentralisée quant à elle, est passée par plusieurs étapes et 4 années de recherches pour aboutir à la solution la plus réaliste qui est le FEE FOR SERVICE.

Dans le cadre de cette solution, l'ONE n'assure que la gestion du projet alors que l'entreprise privée preste tous les services aux clients y compris la gestion de la clientèle.

L'état ne saurait se désengager dans la gestion de l'électricité vu sa sensibilité, et compte tenu des récentes mésaventures du secteur privé au niveau mondial, la privatisation n'est donc pas la bonne solution.

Ne reste plus pour aboutir à une concession au secteur privé de l'électrification rurale décentralisée qu'à franchir une dernière étape qui n'est pas disponible pour le moment à savoir un environnement légal approprié.

Au vu de ce qui précède, l'ONE doit jouer son rôle de locomotive pour entraîner le secteur privé à s'impliquer dans le secteur de l'électrification rurale décentralisée, quitte à se retirer dans un second temps. Son rôle de départ étant de stimuler le développement de cette énergie jusqu'à ce que la machine soit rodée.

A ce moment, les collectivités locales sont tenues d'effectuer une relecture pour l'électrification de leur territoire par la formule décentralisée concédée à une entreprise privée et donc œuvrer afin de faire aboutir une législation adéquate et compatible avec la réforme du secteur électrique en cours.

Enfin, l'accélération du programme PERG et l'augmentation rapide de la demande nécessite des besoins importants en capitaux estimés à 44 milliards de Dirhams jusqu'en 2010 (dont 23 milliards de Dirhams pour l'Electrification rurale).

Afin d'y faire face, l'ONE a entamé l'ouverture progressive du marché électrique Marocain ayant pour objectif d'attirer suffisamment d'investissements toujours dans le cadre de cette réforme.

BIBLIOGRAPHIE

- [1] **SCHEMA NATIONAL D'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE** – texte support de la présentation par le Ministre LYAZGHI du projet du SNAT au Conseil du Gouvernement (Rabat – Juillet 2002)
- [2] **AMENAGER LA FRANCE DE 2020** – Mettre les territoires en Mouvement – DATAR – La documentation Française
- [3] **ENQUETE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE ONE 1999** - Rapport d'enquête - ALCO
- [4] **RAPPORT ANNUEL 2002** – VEOLIA ENVIRONNEMENT
- [5] **L'EAU MAROCAINE, PRIVEE MAIS PAS TROP** – Entretien avec Gérard Payen, directeur général de Suez - l'Economiste paru le 24 / 03 / 2002
- [6] **MEGAWATT** – n°11 – 2^{ème} trimestre 2003 – Office National de l'Electricité
- [7] **Integrated Advertising Promotion & Marketing Communications** – KENNETH E. CLOW – DONALD BAACK – année 2001 – library of congress – in – publication data

ANNEXES