

ETUDE PANAFRICAINNE SUR LES TELECENTRES  
SENEGAL

Khamathe Sène, Pape Touty Sow et Mor Dieng

# TABLES DES MATIERES

<b>TABLES DES MATIERES .....</b>	<b>3</b>
<b>I. INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L’EVALUATION.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. PROBLEMATIQUES ET QUESTIONS DE RECHERCHE.....</b>	<b>6</b>
1.2.1. <i>Problématiques.....</i>	<i>6</i>
1.2.2. <i>Questions de recherche.....</i>	<i>7</i>
<b>1.3. LE PROGRAMME ACACIA AU SENEGAL.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. REVUE DES AUTRES EVALUATIONS ET DE LA LITTERATURE.....</b>	<b>9</b>
<b>II. LA METHODOLOGIE DE L’EVALUATION.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. DESCRIPTION DU PROCESSUS.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. L’ECHANTILLON.....</b>	<b>11</b>
2.2.1. <i>Sélection des sites d’étude des télécentres.....</i>	<i>11</i>
2.2.2. <i>Sélection des personnes interrogées dans le cadre de l’enquête.....</i>	<i>12</i>
2.2.3. <i>Sélection des utilisateurs de télécentres.....</i>	<i>14</i>
2.2.4. <i>Sélection des organisations et institutions communautaires.....</i>	<i>14</i>
2.2.5. <i>Les instruments de l’enquête.....</i>	<i>14</i>
<b>2.3. PARTICIPATION DES GROUPES CLE DANS LE PROCESSUS D’EVALUATION.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4. COMPOSITION DE L’EQUIPE D’EVALUATION ET FORMATION.....</b>	<b>15</b>
<b>2.5. PROBLEMES RENCONTRES.....</b>	<b>16</b>
<b>2.6. LEÇONS APPRISES DU PROCESSUS.....</b>	<b>16</b>
<b>III. LE CONTEXTE DES TELECENTRES.....</b>	<b>18</b>
<b>3.2. PROFIL DEMOGRAPHIQUE.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3. ALPHABETISATION ET EDUCATION.....</b>	<b>23</b>
<b>3.4. ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE.....</b>	<b>24</b>
<b>3.5. ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE.....</b>	<b>26</b>
<b>3.6. CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES DES SITES D’IMPLANTATION.....</b>	<b>29</b>
<b>IV. LES RESULTATS DE L’EVALUATION.....</b>	<b>33</b>
<b>4.1. L’ENVIRONNEMENT.....</b>	<b>34</b>
4.1.1. <i>Localisation des télécentres.....</i>	<i>34</i>
4.1.2. <i>Découverte et fréquentation des télécentres.....</i>	<i>34</i>
4.1.3. <i>Attirance.....</i>	<i>36</i>
4.1.4. <i>Comportement des gestionnaires de télécentres.....</i>	<i>37</i>
4.1.4. <i>Sécurité.....</i>	<i>38</i>
4.1.4. <i>Concurrence.....</i>	<i>38</i>
<b>4.2. L’ACCES.....</b>	<b>40</b>
4.2.1. <i>Profil des utilisateurs physiques.....</i>	<i>40</i>
4.2.2. <i>Profil des organisations utilisatrices.....</i>	<i>46</i>
4.2.3. <i>Aménagement et équipements des télécentres.....</i>	<i>47</i>
4.2.4. <i>Les utilisations des équipements.....</i>	<i>50</i>
4.2.5. <i>Obstacles.....</i>	<i>52</i>
4.2.6. <i>Les bénéficiaires.....</i>	<i>53</i>
4.2.7. <i>Réseau de relations.....</i>	<i>55</i>
4.2.7.1. <i>Réseau de relations avec l'utilisateur.....</i>	<i>55</i>
4.2.7.2. <i>Réseau des relations des organisations.....</i>	<i>57</i>
4.2.8. <i>Profil des échanges et communication.....</i>	<i>59</i>
<b>4.3. LES CONTENUS ET LEUR PERTINENCE.....</b>	<b>66</b>
<b>4.4. LA PROPRIETE, LA GESTION ET LA PERENNITE.....</b>	<b>70</b>
4.4.1. <i>La propriété.....</i>	<i>70</i>
4.4.2. <i>La gestion.....</i>	<i>70</i>
4.4.2.1. <i>La participation de la communauté à la gestion.....</i>	<i>70</i>
4.4.2.2. <i>La rentabilité financière.....</i>	<i>72</i>

4.4.3. <i>La pérennité</i> .....	78
<b>V. CONCLUSIONS</b> .....	<b>82</b>
5.1. EFFETS DES TELECENTRES .....	82
5.2. POTENTIALITES ET PERENNITE DES TELECENTRES .....	83
5.3 RECOMMANDATIONS .....	84
<b>VI. REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE ET DOCUMENTAIRES</b> .....	<b>88</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>89</b>
ANNEXE 1 .....	90
ANNEXE 2 .....	91
ANNEXE 3 .....	92

## I. INTRODUCTION

Cette étude sur les télécentres en Afrique fait partie d'une série de trois études de recherche visant à consolider les leçons tirées de l'initiative ACACIA du CRDI. Elle entre dans le cadre de l'évaluation de l'initiative. Les deux autres études sont le « Evaluation des projets d'introduction des technologies de l'information et de la communication dans les écoles en Afrique Subsaharienne dans le cadre du Programme Acacia » et « technologies de l'information et de la communication et développement communautaire en Afrique subsaharienne : Leçons tirées des projets ACACIA ». Ces trois études constituent les dernières études d'un groupe d'activités d'ELSA.

### 1.1. Contexte et justification de l'évaluation

L'initiative ACACIA a démarré en avril 1997 dans l'objectif de rendre les communautés d'Afrique subsaharienne capables d'utiliser les TIC aux fins de leur propre développement social et économique.

Ce programme a été initié en réponse à l'Initiative de la Société africaine d'information (AISI) endossée par les gouvernements africains comme cadre d'action pour mettre en place l'infrastructure de l'information et de la communication en Afrique. Cette initiative a été conçue comme programme d'action intégré de recherche et de développement utilisant les projets de démonstration afin de se pencher sur les questions de technologie, d'infrastructure, de politique et d'application.

Il était entrepris au profit des communautés défavorisées, surtout en milieu rural, périurbain ou urbain isolées de réseaux de communication et d'information et, plus particulièrement, les groupes marginalisés au sein de ces communautés tels que les jeunes et les femmes. Un élément clé de cette vision consistait à utiliser les TIC dans la recherche de solutions aux problèmes locaux de développement.

De ce fait, de nombreux résultats étaient attendus d'ACACIA. Dans le domaine spécifique des télécentres, il s'agissait des suivants :

- La mise en œuvre de projets pilotes testant les différentes approches capables de permettre aux communautés l'accès aux TIC ;
- L'élaboration de modèles démontrant la manière dont les communautés peuvent se développer et avoir un impact sur la planification et la gouvernance locale grâce à l'utilisation des TIC ;
- Des applications sur le terrain afin de satisfaire les besoins locaux en matière de santé, d'éducation, de gestion des ressources naturelles et des autres questions de développement ;
- La mise à disposition de technologies (logiciels et matériel) adaptées à l'utilisation locale au sein des communautés rurales et défavorisées ;
- La disponibilité d'infrastructures innovatrices permettant d'étendre les réseaux à faibles coûts ;
- La recherche afin de rendre les politiques, réglementations et pratiques de TIC plus conviviales que celles actuellement utilisées ;

La présente étude sur les télécentres africains se situe dans le cadre des évaluations ; elle est de type formatif. Son objet principal est d'examiner comment fonctionne ce volet spécifique du programme ACACIA (les télécentres) , de déterminer les leçons tirées depuis leur lancement et d'identifier les améliorations ou modifications susceptibles d'être apportées à ce stade de l'exécution du programme.

Etant donné qu'ACACIA avait été lancé pour une période initiale de cinq ans, et qu'elle se trouve à mi-parcours de son premier cycle de vie, la série actuelle d'études de recherche ne pourrait être une évaluation finale (Hudson, non datée). La justification de cette étude et d'autres de la série est de consolider les acquis du programme en vue d'une auto-évaluation, auto-révision, d'un apprentissage et d'une auto-amélioration.

Ainsi, les objectifs spécifiques de l'étude consistent à :

- Collecter et fournir des preuves démontrant dans quelle mesure les télécentres contribuent à apporter, au plan local, des solutions aux problèmes sociaux et économiques de la communauté ;
- Rechercher comment les télécentres ont affecté les jeunes et les femmes dans et autour des communautés où ils sont installés ;
- Examiner et documenter les résultats des opérations de télécentres dans les communautés, y compris la nature des compétences et capacités développées, le degré de connaissance et d'information des membres des communautés ;
- Documenter la nature (caractéristiques, réalisations, succès ou échecs) des opérations de télécentre du projet ACACIA à ce jour.

Ces objectifs doivent être perçus par rapport au mandat d'ELSA. Il constitue, en partie, un processus pour accumuler des preuves afin de tester l'hypothèse d'ACACIA, tout en étant placé dans un cadre d'apprentissage spécifique à ELSA.

## **1.2. Problématiques et questions de recherche**

### **1.2.1. Problématiques**

Le télécentre est une institution relativement nouvelle en Afrique et pour laquelle il y a beaucoup d'attentes en vue d'un impact positif. Les personnes chargées de l'exécution du projet, les opérateurs, les collaborateurs locaux et même les bénéficiaires y croient et s'attendent à ce que ces télécentres aient un impact positif sur leurs conditions de vie. Toutefois le taux de mortalité élevé des télécentres tel qu'on l'a vécu au Mexique et plus récemment en Afrique du Sud est un signe avant coureur, alors la pérennité constitue un problème clé. Les principaux domaines de préoccupation de la présente étude se rapportent donc à la pérennité ainsi qu'aux avantages sociaux et économiques des communautés où les télécentres sont situés dans des conditions optimales.

*La pérennité est perçue selon la force ou capacité financière et institutionnelle du télécentre de demeurer opérationnel longtemps après que les fonds du projet aient été arrêtés.*

Conformément à l'approche participative d'ELSA et présents tel que préconisé par Love, A. J. 1991 ; Jackson, E. T. & Kassam, (Eds) 1988 ; Gomez, R. & Hunt, 1999 ; Whyte, 1999 ; Patton, M. Q. 1997), les questions ci-dessus relatives à la recherche ont été tirées des discussions lors de l'atelier de conception/méthodologie d'un groupe clé d'acteurs comprenant 22 personnes représentant le Comité de gestion d'ACACIA, le personnel du programme ACACIA, les gérants de télécentres, les Comité nationaux consultatifs d'ACACIA, les utilisateurs de télécentres, les bailleurs de fonds, notamment le CRDI, l'UNESCO et les chercheurs locaux.

La présente étude sur les télécentres permettra donc de se pencher sur les principaux problèmes ci-après :

- i) Accès (disponibilité de moyens, d'utilisations et d'utilisateurs, de bénéficiaire ainsi que d'exclusivité, entre autres) ;
- ii) Pertinence (utilité) des services et du contenu (ou applications) vis-à-vis des besoins de la communauté ;
- iii) Pérennité, propriété et gestion ;
- iv) L'environnement politique, économique, social et technologique.

### 1.2.2. Questions de recherche

Les principales questions relatives à la recherche qu'il faudra examiner comprennent :

#### i) **Quelle est la nature de l'accès aux TIC dans les télécentres ?**

- Qui sont les utilisateurs de télécentres en termes d'âge, de sexe, de niveau d'alphabétisation, d'emplacement, etc. ?
- Quelles TIC utilisent les télécentres et à quelles fins (recréation, éducation, mise en valeur des compétences, amélioration des moyens de subsistance, commercialisation, etc.) ?
- Qui sont les non-utilisateurs et pourquoi n'utilisent-ils pas les télécentres ?
- Quels sont les obstacles à l'accès/l'utilisation et comment les éliminer ?

#### ii) **Quelle est la pertinence des services (utiles et appropriés) ainsi que des applications offertes/disponibles pour la communauté au niveau des télécentres ?**

- Quels sont les services existants ou offerts ?
- Lesquels d'entre eux marchent actuellement ?
- Quelle la nature des applications disponibles ?
- Quelle est la pertinence des applications disponibles ?
- Ces applications sont-elles appropriées et utiles pour satisfaire les besoins de la communauté ?
- Quel est le degré de satisfaction par rapport aux services, aux applications ?
- Dans quelle mesure les applications disponibles sont-elles adaptées, c'est-à-dire, présentent-elles un attrait au plan local ?
- Quelles sont les expériences du personnel des télécentres ou du personnel du projet en matière de création de contenus ?
- Quelles sont les conditions nécessaires pour une création réussie de contenus attractifs au plan local ?

- Quelles sont les approches de fourniture de services au niveau des télécentres ? Sont-elles fonctionnelles ?

**iii) Quels facteurs (politiques, économiques, infrastructurels, sociaux, éducationnels) contribuent davantage à réaliser la pérennité des télécentres ?**

- Comment la propriété et la gestion affectent-elles la pérennité des télécentres ?
- Quelles sont la portée et les conséquences de la participation de la communauté dans la gestion et la pérennité des télécentres ?
- Quels types de partenariats améliorent-ils cette pérennité et comment ?
- Quels sont les approches/modèles de propriété et de gestion en cours ? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ?
- Quels types de capacités et de renforcement de capacités sont nécessaires pour soutenir le développement durable des télécentres ?

**iv) Quelle la nature du contexte politique, économique, social et technologique dans lequel fonctionne le télécentre ?**

- Quel est l'environnement politique du pays ou de la région où se trouve le télécentre ? Existe-t-il une politique de TIC et sur quoi porte-t-elle ? Est-ce que la politique gouvernementale encourage l'utilisation et la diffusion des TIC ?
- Quel est l'état/la nature des infrastructures et de la technologie disponible ?
- Quel est le degré de convenance de la technologie disponible ? Est-ce que la technologie disponible est utile et efficace ?

### **1.3. Le programme Acacia au Sénégal**

Le programme ACACIA au Sénégal épouse les contours d'ensemble de l'initiative, à savoir la mise en oeuvre d'actions coordonnées dans le domaine des politiques, des infrastructures, des technologies et des applications. Ces actions convergentes visent l'accès continue des communautés défavorisées aux TIC. A cet égard, les besoins et attentes entrant dans les cinq thèmes suivants ont été retenus : la santé, l'éducation et la formation, l'emploi et la création de revenus, la gestion des ressources naturelles et la bonne gouvernance .

L'exécution de l'initiative qui s'est faite à travers la stratégie Acacia Sénégal repose sur un cadre de concertation et de partenariat comprenant un Secrétariat Permanent, cinq groupes de travail thématiques et un groupe transversal qui assure la coordination technique. Le secrétariat assure des services d'appui opérationnel aux groupes de travail et est relayé dans les différentes régions du pays par dix points focaux régionaux (PFR). Les principales activités assurées dans ce cadre sont l'information et la sensibilisation des populations, la formation à l'utilisation des TIC et le plaidoyer pour l'extension sociale et spatiale des TIC.

A côté de ces structures s'exécutent des projets de démonstration de l'apport des TIC au développement des populations et des organisations locales et couvrant les différentes thématiques d'Acacia. Il s'agit notamment :

- Décentralisation du Trade Point Sénégal (TPS),
- Utilisation et appropriation des TIC par les organisations populaires (Enda Ecopole),
- Introduction des TICs dans la gestion et la réhabilitation des terroirs Villageois,

- Expérimentation d'espaces cyber jeunes dans l'enseignement moyen et secondaire du Sénégal,
- Communication pour le développement dans les centres de lecture et d'animation culturelle (CLACs),
- Rôle des TIC dans la politique de décentralisation au Sénégal,
- Initiative pour l'accès des jeunes aux TIC.

Des services conseils sont fournis aux différents acteurs de la Stratégie Acacia Sénégal ; il s'agit essentiellement de l'étude "intégration de la dimension genre dans la stratégie Acacia" et de l'appui à la réforme politique et institutionnelle des télécommunications au Sénégal.

Dans le cadre de cette étude, les deux projets qui comportent des infrastructures de type télécentre et qui sont en phase terminale ont été retenus : Décentralisation du Trade Point Sénégal; Utilisation et appropriation des TIC par les organisations populaires.

#### **1.4. Revue des autres évaluations et de la littérature**

L'étude entre dans le cadre de la quatrième génération des études ELSA relatives aux TIC et au développement. L'étude initiale a été exécutée afin de tester les hypothèses sur le rôle des TIC par rapport au développement et était intitulée : « Utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les projets du CRDI : leçons apprises » et représentait la première génération de ce type d'études. Les études de 1998, à savoir « Les petits moteurs qui marchent », « Les cas historiques tirés du mouvement global des télécentres », et « le cadre de recherche d'ACACIA sur les télécentres » ont représenté la deuxième génération d'études. « Les directives de recherche d'ACACIA » (Whyte, 1999) consolident les acquis de la première et deuxième générations d'études tout en préparant et en présentant le plan général pour la génération actuelle d'études. L'évaluation à mi-parcours d'ACACIA (Whyte, 2000) doit être considérée comme appartenant à un genre différent de la série actuelle d'études car elle constituait une évaluation.

Cependant, au niveau du Sénégal, une étude a été réalisée sur les téléservices et ainsi que deux évaluations de projets, dont les résultats ne sont pas actuellement disponibles. Des mémoires de fin d'études universitaires ont été réalisés par des étudiants.

Il faudrait noter que l'envergure des études et les objectifs visés sont différents d'une étude à l'autre. Celle-ci a une vocation à la fois nationale et africaine.

## **II. LA METHODOLOGIE DE L'EVALUATION**

### **2.1. Description du processus**

Le processus d'évaluation a suivi quatre grandes étapes : La conception de l'étude, la collecte de données, la saisie et l'analyse des données et la rédaction du rapport.

- **La conception de l'étude**

La préparation de l'étude s'est déroulée de façon participative et itérative et a commencé au séminaire atelier d'ELSA tenue en mai 2000 à Kampala qui a dégagé les éléments de base ayant permis l'élaboration d'une proposition sommaire de projet d'étude (concept paper). Ce



document a été partagé avec les bureaux régionaux et a fait l'objet d'une série d'échanges et de consultations dont l'atelier panafricain de Nairobi, en Août 2000.

Cet atelier auquel ont participé l'ensemble des parties prenantes à l'initiative Acacia (et des consultants et chercheurs africains) a permis d'obtenir un consensus sur les problématiques, les questions de recherche, les objectifs et la démarche de l'étude, d'identifier les données et de bâtir les outils nécessaires à sa réalisation ainsi qu'un calendrier de mise en oeuvre.

Par la suite, ces différents éléments ont été affinés et approfondis par le Point Focal basé à EARO, en collaboration avec les autres bureaux et l'Unité d'Evaluation (Ottawa). Ils ont constitué le document d'orientation méthodologique qui a servi de base aux travaux de collecte de données et de guide pour l'élaboration de ce rapport d'étude.

- **La collecte des données**

Le processus de collecte qui s'est déroulé dans la période du 10 au 30 Novembre 2000 s'est fait en deux grandes phases : la préparation, et la collecte des données sur le terrain (enquêtes ou données secondaires),

Les principales étapes peuvent être ainsi résumées :

- Echanges entre le coordinateur de l'étude à ELSA et les consultants et mise à disposition de documentation pour une meilleure compréhension de la stratégie ACACIA et de la problématique de l'évaluation ;
- Appropriation de la thématique et de la méthodologie de recherche à travers les différents instruments disponibles,
- Formation des enquêteurs et appropriation des outils de collecte des données,
- Test des outils par l'équipe et les enquêteurs (SERBATIM, Guédiawaye)
- Evaluation du test par l'équipe, critiques et amélioration de certains outils; autocritique du mode d'administration des questionnaires,
- Détermination du plan de travail de l'équipe :
  - Constitution des sous- équipes,
  - Répartition des sites par groupe,
  - Fixation des objectifs,
- Mise en place de la logistique de terrain ;
- Enquête de terrain ;
- Evaluation sommaire (des objectifs, des difficultés, etc..) par l'équipe consultants / CRDI ;
- Collecte des données et documentaires complémentaires (à partir du 17 Novembre).

- **La saisie, l'analyse et l'interprétation des données**

Dès le retour des équipes du terrain l'on a centralisé les documents de collecte en vue de les saisir et de procéder à leurs traitements et analyse. Ces dossiers de collecte de données contenaient des questionnaires quantitatifs et des outils de collectes de données qualitatives (guides d'entretien, focus groupe...).

Les programmes de saisie ont été élaborés avec le logiciel SPSS (Statistical Package for Social Science). Les données ont été saisies dans EXCEL, puis les fichiers exportées vers SPSS. Au fur et à mesure qu'avancait la saisie l'on a élaboré des programmes de contrôle de cohérence pour améliorer la qualité des données recueillies et saisies. Ces contrôles ont permis de procéder aux premières corrections à la fin de la saisie des données. A ce stade les données ont été apurées tout en procédant à la création de variables supplémentaires plus appropriés pour les analyses des experts, en regroupant des modalités ou en combinant des variables .

La tabulation a été faite avec le logiciel IMPS et SPSS/PC à partir d'une liste de tableaux confectionnée par les chercheurs. Les tableaux sont composés à partir :

- des tris à plat qui permettent de faire les analyses de fréquences des différentes variables ;
- des tris croisés (ou tableaux à doubles entrées) qui ont permis des faire des analyses comparatives entre les différents sites.

- **La rédaction du rapport**

- Adoption du plan de rédaction du rapport et répartition du travail au sein l'équipe de recherche;
- Rédaction du rapport provisoire par l'équipe de recherche ;
- Validation du rapport provisoire par les parties prenantes, lors du séminaire tenu à Saly Portudal du 27 au 28 février 2001 ;
- Elaboration du rapport final par l'équipe de recherche.

## **2.2. L'échantillon**

Pour chacune des méthodes de collecte de données, les échantillons ont été différents. L'unité primaire d'observation, c'est-à-dire, l'unité d'échantillonnage pour les observations et l'analyse, est le télécentre.

La population des projets comprend les projets de télécentre en phase terminale. Il s'agit du projet « Utilisation et appropriation des TIC par les organisations populaires » et « Décentralisation du TPS ». Ces projets ont été retenus sur la base de critères dégagés lors de l'atelier de Nairobi.

En outre, des télécentres témoins privés ont été intégrés à l'échantillon pour permettre une comparaison entre ces télécentres et ceux réalisés dans le cadre de la stratégie ACACIA.

### **2.2.1. Sélection des sites d'étude des télécentres**

Une représentation proportionnelle de télécentres financés par le CRDI au Sénégal et de télécentres privés, de cybercafés ou de cabines téléphoniques ont été retenus dans l'échantillon de l'étude. Ce mélange est nécessaire à des fins de comparaison et pour tirer des leçons de plusieurs expériences et modèles de télécentres. Les critères utilisés dans le choix des échantillons comprennent : la représentativité, l'emplacement (en zone rurale ou urbaine), le type de propriété (collectif ou privé), les services offerts et la maturité, les centres ayant moins d'un an d'existence étant éliminés d'office.

L'échantillon comprend vingt (20) télécentres répartis ainsi qu'il suit :

- douze (12) télécentres Acacia : Dakar (Yarakh, Médina, Rail, Colobane, Baraka), Pikine (Yeumbeul, Pikine, Guédiawaye), Rufisque (colobane Gouye Mourides), Saint Louis, Joal, Mboro ;
- huit (8) télécentres témoin : Dakar (Yarakh, Rail, Médina, Colobane), Rufisque, Saint Louis, Mboro, Joal.

Les télécentres témoin ont été choisis dans le même contexte local que le télécentre Acacia, de façon à faciliter la comparaison.

### **2.2.2. Sélection des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête**

L'enquête au niveau de la communauté s'est déroulée sur chaque site de chacun des télécentres sélectionnés. L'échantillon pour cette enquête est tiré de la population de la zone de collecte pour chacun des télécentres sélectionnés (environ un rayon de 5km en zone rurale et un de 1km en zone urbaine). L'échantillon d'étude est, par conséquent, tiré de la population des « utilisateurs potentiels » de ces télécentres. Un nombre compris entre 56 et 100 utilisateurs potentiels a été sélectionné par site de télécentre. La localisation du télécentre témoin dans le même site que le télécentre Acacia a permis de prendre le même échantillon d'utilisateurs pour l'ensemble de ces deux télécentres.

Les difficultés de réunir des données secondaires nécessaires, auprès de la communauté, pour une stratification en couches socio-économiques homogènes de la population et les délais impartis à l'étude ont conduit à un échantillon raisonné. Il s'agissait de sélectionner une maison sur deux et d'y interroger une personne.

Ainsi pour les 20 télécentres situés dans les 12 sites sélectionnés, 1 019 personnes ont été interrogées pendant l'enquête communautaire (cf tableau 1 : niveau d'administration des outils, page suivante).

Tableau 1 : niveau d'administration des outils

### **2.2.3. Sélection des utilisateurs de télécentres**

En plus des observations sur le fonctionnement des télécentres en temps réel, un sondage ciblant les utilisateurs à la sortie des télécentres a été organisé afin de voir dans quelle mesure les services de télécentre satisfont à leurs besoins. Ce sondage a été effectué en interrogeant tous les clients sortant du télécentre, jusqu'à concurrence de 40 clients par télécentre. Cette approche a été adoptée du fait que la fréquentation des télécentres est faible, voire quasi nulle dans certains cas. Le nombre de personnes interrogées a varié entre 1 (CRC de Pikine) et 40 (CRC de Yeumbeul).

### **2.2.4. Sélection des organisations et institutions communautaires**

Outre l'enquête communautaire, des interviews seront menées auprès des représentants des organisations et institutions communautaires situées dans le voisinage des télécentres. Encore, une fois, à l'aide de données secondaires tirées des archives existantes et des connaissances locales, un cadre d'échantillonnage a été compilé comprenant toutes les institutions et organisations communautaires et stratifié selon le type ou le secteur d'activité. Ensuite, 2 à 4 organisations par site d'étude, soit un total de 29 organisations seront choisies pour faire partie de l'échantillon de l'étude.

D'autres personnes ont été interviewées, notamment les représentants ou membres des Comités consultatifs nationaux d'ACACIA, ceux des Comités locaux de pilotage, les propriétaires de télécentres, les gérants, les opérateurs ( de télécoms...), agents chargés de l'information, le personnel des projets et programmes, les membres des ministères et des organisations pertinents.

Des focus groupes ont été organisés avec les jeunes, les femmes, les agriculteurs, les commerçants et les étudiants ; le choix de ces groupes dépendant du contexte du site d'enquête.

### **2.2.5. Les instruments de l'enquête**

La présente étude a utilisé une méthodologie diversifiée afin de saisir la variété d'informations recherchées. A cause de la complexité de certaines questions et des problématiques à examiner, le dispositif de recherche a été centré à la fois sur des méthodes qualitatives et quantitatives. Une gamme de méthodes a été utilisée comprenant des groupes de discussion (focus groups), des observations, des cas historiques approfondis et des interviews avec les informateurs clés.

L'analyse documentaire a été utilisée pour compléter l'enquête communautaire.

Ainsi une batterie de seize (16) outils (cf annexe 1) répartie de la manière suivante a été utilisée pour la collecte des données :

- cinq (5) questionnaires d'enquête individuelle (enquête communautaire, sondage et interview étude de cas approfondie),

- quatre (4) guides d'entretien individuel (personnel et gérants des télécentres, personnel télécom, autorités administratives ),
- quatre (4) guides pour les groupes de discussion (comité de gestion de télécentre, communauté, organisations, leaders de la communauté ),
- un guide (1) d'observation des télécentres, et
- deux (2) guides d'analyse (document, genre).

Ainsi des sources de données secondaires ont été aussi collectées et mises à contribution. Il s'agit notamment des suivantes : rapports de l'enquête de base, rapports du projet et de comptes rendus de gestion, carnets de note des télécentres, formulaires d'enregistrement, etc.

### **2.3. Participation des groupes clé dans le processus d'évaluation**

Le coordinateur de l'étude ELSA, en étroite collaboration avec les consultants, s'est fortement impliqué dans le processus d'évaluation par la mise à disposition de toute information ou document nécessaire à une bonne réalisation de l'évaluation. Il a aussi facilité les contacts entre les différentes équipes d'évaluation et les partenaires du CRDI au niveau du programme ACACIA (Trade Point Sénégal/ENDA-Ecopole). Son niveau d'implication a été fort apprécié par les consultants.

Les consultants se sont impliqués dans la préparation de l'évaluation en relation avec le coordinateur ELSA, dans la formation des enquêteurs, le management des équipes d'enquêteurs sur le terrain, la collecte de données, leur analyse et leur mise à disposition sous forme de rapport.

Les enquêteurs ont pleinement participé à la phase de collecte des données sur le terrain, ils ont fait preuve d'une grande disponibilité et d'une bonne maîtrise des outils de collecte.

Sur le terrain, les staff des télécentres ont fait preuve d'un esprit de collaboration et d'une grande disponibilité à l'endroit des équipes d'évaluation, ils ont facilité les contacts avec les personnes-ressources, les groupes sociaux et les organisations locales ciblées dans le cadre de cette évaluation.

En outre, les autorités locales et les responsables des services de télécommunication ont été contactés par les chercheurs.

Les différents groupes impliqués dans le processus d'évaluation ont travaillé dans une ambiance de complicité autour d'une dynamique participative permettant à chacun de contribuer pleinement à l'atteinte des objectifs de l'évaluation.

### **2.4. Composition de l'équipe d'évaluation et formation**

Cette étude a été coordonnée par le point focal régional, évaluateur chercheur à BRACO, en collaboration avec deux consultants chercheurs : un sociologue et un spécialiste de management. Le coordonnateur et les deux consultants ont organisé et géré tout le processus de l'enquête.

L'équipe<sup>1</sup> était répartie en trois sous équipes pendant la phase d'enquête et a utilisé huit enquêteurs (dont une femme), diplômés de l'enseignement supérieur dans les domaines des sciences économiques et sociales (sociologie, éducation sociale) et ayant une bonne expérience en matière d'administration de questionnaires.

L'équipe de recherche a bénéficié de l'appui d'un statisticien et de deux secrétaires.

L'étude a organisé plusieurs réunions avec les différents acteurs, ainsi qu'un atelier local de restitution et de validation des résultats.

## 2.5. Problèmes rencontrés

1. Les objectifs de la mission étaient généralement ignorés par les cibles de l'étude jusqu'au moment de l'arrivée de l'équipe, notamment au niveau des télécentres Enda ;
2. La lourdeur des instruments et le niveau des objectifs fixés aux enquêteurs n'ont pas toujours permis de conduire avec le maximum de sérénité l'enquête. Du fait du nombre d'instruments utilisés, de l'étendue et de la nature des questions posées, il a été souvent constaté une forme d'exaspération des cibles ;
3. Réticence de quelques personnes à répondre à des questions considérées comme socialement sensibles et ayant trait au dénombrement des membres du ménage ou à leurs revenus ;
4. Il a été difficile de recenser des organisations socio-professionnelles ou institutions communautaires fonctionnelle dans les localités de Mboro et de Joal.
5. Dans de nombreux cas, l'intervention du personnel des TC ou de leaders communautaires ont été un préalable à l'administration des questionnaires aux personnes et groupes ciblés.
6. L'absence de dynamisme communautaire autour des télécentres TPS n'a pas facilité la mobilisation des groupes sociaux ciblés dans le cadre de l'évaluation ;
7. Le niveau relativement bas du taux de fréquentation de certains télécentres n'a pas permis de réaliser un sondage selon la méthode initialement retenue (interroger tous les 6<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> clients), cette difficulté a conduit à interroger tous les utilisateurs qui ont accepté d'être interviewés ;
8. Difficultés à rencontrer les autorités administratives et locales pour des interviews du fait de leur absence ou indisponibilité quasi permanente ;
9. Difficultés à rassembler des données secondaires (socio-démographiques et économiques) du fait de leur indisponibilité sur le terrain ou d'un manque de collaboration des services administratifs concernés.

## 2.6. Leçons apprises du processus

---

<sup>1</sup> Voir liste en annexe 1

- La bonne entente entre les enquêteurs et les chercheurs a permis de franchir les écueils sur le terrain et des déficiences de la logistique d'enquête.
- Réduire le nombre de supports et adapter davantage leur contenu au contexte national ;
- Améliorer la planification de sorte à ne pas mettre les enquêteurs dans une tension trop aiguë qui peut affecter la qualité de l'administration des instruments ;
- Assurer une meilleure synchronisation entre l'équipe de collecte et celle chargée du traitement et de l'analyse ;
- S'assurer que le travail de sensibilisation des partenaires et des populations concernées a été préalablement bien effectué afin de minimiser les réserves sur le terrain ;
- Maintenir le bon niveau de recrutement des enquêteurs ; Le niveau d'études relativement élevé des enquêteurs (Bac + 2 minimum) ajouté à leur expérience en matière d'enquête ont été des éléments positifs qui ont facilité le processus d'appropriation des outils ;
- Favoriser la socialisation entre enquêteurs et chercheurs ;
- Bonne collaboration au sein de l'équipe de recherche.



### III. LE CONTEXTE DES TELECENTRES

Les télécentres, objet de la présente étude, sont situés dans les régions de Dakar, Thiès et Saint-Louis. Les principales caractéristiques géographiques, socio-économiques, et technologiques de ces zones sont présentées ci-après.

#### 3.1. Localisation géographique et cadre institutionnel

Les sites d'implantation de télécentre sont localisés au Centre et au Nord du Sénégal, sur l'axe Dakar – Thiès – Mbour – Saint-Louis (voir cartes des sites, page suivante).

Depuis l'avènement de la régionalisation en 1996 (loi n° 96-06 portant code des collectivités locales), les régions de Dakar, Thiès et Saint-Louis, à l'instar des sept autres régions du Sénégal, sont administrées depuis 1996 sous forme de collectivités locales. Chaque région est une collectivité locale administrée par un conseil régional élu au suffrage universel direct.

Le principe général qui a inspiré cette réforme repose sur deux mots : autonomie et proximité. Des autorités décentralisées et proches des citoyens, autonomes dans leurs décisions ; des représentants de l'Etat sur le terrain dotés de pouvoirs déconcentrés, un contrôle de légalité adapté et rapproché.

Au niveau urbain, la ville est érigée en commune et dirigée par un conseil municipal tandis qu'en milieu rural, il y a la communauté rurale dirigée par un conseil rural.

Aujourd'hui, l'on constate dans ces trois régions, et par delà, à travers l'ensemble du pays, une volonté des populations de s'impliquer dans la prise en charge de leur destin. Cette volonté se traduit par la multiplication d'organisations locales structurées, dynamiques et actives intervenant dans des domaines liées à la vie quotidienne des populations. Il s'agit notamment des secteurs de la santé communautaire, du renforcement des capacités (programmes de formation en alphabétisation et autres), du financement (épargne et crédit), de la gestion de l'environnement, de la culture et des sports.

Dans le cadre de ces activités, les femmes jouent un rôle de premier plan à travers les groupements féminins constitués au niveau local.

#### Carte des sites



CRC Enda
  Antenne TPS
  TC témoin

Les trois régions concernées présentent les profils suivants :

La région de **Dakar** est sur une presqu'île située à l'extrême ouest du Sénégal, sur sa façade Atlantique. Cette situation fait de Dakar, la capitale du Sénégal, un carrefour entre l'Europe, l'Amérique du sud et l'Afrique ainsi qu'un centre de convergence des principales voies de circulation interne (terrestres et ferroviaires).

L'organisation de la région de Dakar répond à la politique de décentralisation indiquée ci-dessus qui garantit la participation et l'implication des populations dans la vie politique, économique et sociale de leur localité.

Ainsi, les populations sont représentées dans les organes électifs de la région :

- cinq communautés urbaines animées par des conseils municipaux ;
- 39 mairies d'arrondissement animées par des conseillers d'arrondissement ;
- 4 communautés rurales dirigées par des conseils ruraux ;
- un conseil régional, organe délibératif composé des représentants des collectivités décentralisées.

En outre, la région de Dakar couvre trois départements administratifs et deux communautés rurales qui sont pilotées respectivement par 3 comités départementaux de développement et deux conseils ruraux.

La région de **Thiès** est limitée au Nord par la région de Louga, à l'Est par la région de Fatick, au Sud par l'Océan Atlantique et à l'ouest par la région de Dakar et l'Océan Atlantique. Sa capitale régionale, Thiés, est située à 70 km de Dakar.

La région couvre trois (3) départements, sept (7) communes, dix (10) arrondissements et trente et une (31) communautés rurales avec une superficie de 6 601 km<sup>2</sup>, soit 3,5 % du territoire national (196 200 km<sup>2</sup>).

La région de Thiès est traversée par 3 routes nationales et dispose de 470 km de routes revêtues et de 480 km de routes non revêtues dont 295 km de pistes. Tandis que le réseau ferroviaire couvre une longueur de 129 km.

Quant à la région de **Saint-Louis**, elle englobe pratiquement tout le Nord du pays et borde le fleuve Sénégal sur une longueur de près de 500 km et est limitée au Nord par la Mauritanie, au Sud par la région de Louga, au Sud-Est par la région de Tambacounda et à l'Ouest par l'Océan Atlantique. Elle est subdivisée en trois (3) départements, onze (11) arrondissements, vingt-huit (28) communautés rurales et sept (7) communes avec une superficie de 44 127 km<sup>2</sup>, soit 22,4 % du territoire national.

La région de Saint-Louis, dispose d'un réseau routier de 1 723 km dont 637 km de routes revêtues et 1 086 km de routes non revêtues.

Le réseau ferroviaire ne dispose que de 33 km (qui ne sont plus en service depuis quelques années).

Sur le plan fluvio-maritime, la région dispose d'un port de pêche.

Elle dispose aussi d'un aéroport avec une piste capable de recevoir de gros porteurs.

### 3.2. Profil démographique

Le Sénégal compte une population d'environ 8 millions d'habitants avec un taux de croissance de l'ordre de 2,9 %.

Avec une population supérieure à 2 millions, la région de **Dakar** est la plus peuplée du Sénégal. Elle concentre 25% de la population nationale du Sénégal sur 0,3 % de la superficie, soit une densité de plus de 3000 h/km<sup>2</sup>.

Le taux d'accroissement de la population de Dakar est très élevé (4% contre 2,9% au plan national) : elle reçoit environ 120 000 personnes provenant des flux migratoires intérieurs.

Le nombre de ménages recensé à Dakar est de 201 091 avec une taille moyenne autour de 10 à 12 personnes.

A Dakar, les Ouolofs constituent l'ethnie dominante, ils représentent plus de la moitié de la population(52%). Par contre, la répartition entre hommes et femmes est équilibrée.

Les ruraux représentent moins de 4% de la population, ce qui atteste d'un fort taux d'urbanisation de la région.

Le taux d'activité de la population n'est que de 42%, dont moins d'un quart de femmes.

Le secteur de l'habitat, est en crise : l'explosion démographique n'a pas été suivie par un programme de construction conséquent. Si certains logements (environ 1/3) à Dakar ne souffrent que de manque d'électricité et de robinet intérieur, d'autres sont simplement dans la précarité, avec une perpétuelle instabilité foncière. Il existe de nombreux quartiers flottants et insalubres tant au cœur de la ville que dans sa périphérie.

La ville de Dakar abrite 50% des pauvres du Sénégal résidant en milieu urbain.

La région de **Thiès** compte 941 151 habitants soit environ 13,6 % de la population totale du Sénégal. Elle est répartie sur un espace de 6 601 km<sup>2</sup>, soit une densité de 143 hbts/ km<sup>2</sup> qui est nettement au dessus de la moyenne nationale (35 hbts/ km<sup>2</sup>).

La population urbaine est de 331 549 habitants, soit 35,2 %, ce qui en fait la 3<sup>e</sup> région du Sénégal sur ce plan. Malgré ce taux d'urbanisation relativement élevé, près de 65 % de la population vivent encore en milieu rural.

La population de la région est essentiellement composée de jeunes, 58,3 % ont moins de 20 ans tandis que les personnes âgées d'au moins 60 ans ne représentent que 5,8 %.

Au niveau de la répartition par sexe, il y a une légère domination des femmes avec 51,5 %.

Le nombre de ménage est estimé à 97 962 dont 4 761 à Mboro et 2 719 à Joal. Plus de 20% des ménages pauvres du Sénégal vivent à Thiès.

La population est composée essentiellement des ethnies Wolofs et Sérères avec néanmoins quelques bambaras originaires du Mali qui s'y sont installés du fait que la région abritait le siège des chemins de fer (Dakar-Niger). Les immigrants représentent 17,3% de la population.

La population active est de 311 368 personnes correspondant à un taux d'activité de 45,8%. La source principale d'occupation est l'agriculture qui regroupe 67 % de la population active. Cependant, les activités liées aux secteurs secondaire et tertiaires prennent de l'ampleur surtout dans la communauté rurale de Mboro et le département de Thiès. Il est à noter que le taux de chômage de la région se situe autour de 9,8 %.

La région de **Saint-Louis** compte 661 082 habitants, soit environ 11 % de la population du Sénégal avec une densité moyenne de 15 hbts/ km<sup>2</sup> ; cependant, d'un département à l'autre, on peut observer des différences très importantes :

- Dagana : 47 hbts/ km<sup>2</sup>
- Matam : 9 hbts/ km<sup>2</sup>
- Podor : 12 hbts/ km<sup>2</sup>

La population de la région est très peu urbanisée, en effet, environ 29 % de la population seulement vit dans les villes. D'ailleurs, pour les départements de Matam et Podor, plus de 90 % de la population vit dans les campagnes.

La structure par âge et par sexe indique une population très jeune avec 60 % de moins de 20 ans et une dominance du sexe féminin (349 350) soit 52,8 % de la population de la région.

La région est principalement habitée par les ethnies Toucouleurs et Peulhs qui représentent 61 % de la population, les Wolofs viennent en seconde position avec 30,1 %, puis viennent les autres ethnies : Maures (3,5 %), Sarakolé (2,7 %), Bambara (0,7 %), Sérère (0,7 %), Diola (0,3 %).

La migration est une des caractéristiques fondamentales de la population de la région de Saint-Louis. Malheureusement, les données existantes pour apprécier le phénomène sont souvent incomplètes. Cependant, toutes les études s'accordent sur les éléments suivants :

- la région présente un solde migratoire négatif notamment à Matam ;
- les déplacements de population peuvent être intra-régionaux et internationaux.

La population active est estimée à 378 714 personnes soit 57 % de la population. La principale occupation des populations est l'agriculture et sa transformation qui concernent 57 % de la population active puis viennent les services (14,8 %), la production (11,3 %) et le commerce (6,8 %). ; le taux d'activité constaté est de 32,4%.

S'agissant de l'habitat, les constructions en banco restent très importantes avec 45,9 % contre 29,5 % en dur. Le niveau d'équipement de l'habitat est bas, seuls 15,2 % des ménages disposent d'un robinet interne (pour l'alimentation en eau) et 14,2 % de l'électricité.

Plus de 13% des ménages pauvres du pays vivent à Saint-Louis.

### 3.3. Alphabétisation et Education

Le taux national d'analphabétisme est très élevé dans la tranche d'âge supérieure à 15 ans; il concerne 82% des femmes et 63% des hommes.

Par contre le taux brut cumulé de scolarisation (préscolaire et élémentaire) est de l'ordre de 84,2%.

Le Sénégal dispose de 5.793 établissements scolaires d'enseignement général et professionnel pour un effectif global de 1.393.730 élèves.

La région de **Dakar** est la région la plus fortement scolarisée du fait de l'importance relative de ses infrastructures scolaires.

Dakar compte environ 900 établissements scolaires entre le préscolaire et le secondaire, en plus de nombreux instituts de formation universitaire et para-universitaire. La plus grande université nationale (Université Cheikh Anta DIOP) est abritée par Dakar avec un effectif de près de 20.000 étudiants.

Le taux brut de scolarisation est de 89%, ce qui la situe au-dessus de la moyenne nationale. Cependant ce taux cache mal le niveau d'analphabétisme de la population adulte. En effet, le taux d'analphabétisme de la région de Dakar est de....

Le système traditionnel de formation a été complètement perturbé alors que l'école moderne connaît une profonde crise et le système des nouvelles communications de masse (TV) n'est pas encore suffisamment adapté au contexte socio-culturel.

Cette situation se traduit par une dégradation de plus en plus perceptible des valeurs socio-culturelles et la démobilité des jeunes.

Dans la région de **Thiès**, le niveau d'instruction reste encore relativement bas. Sur 720 591 personnes ayant 6 ans et plus, on dénombre 493 411 personnes ne sachant ni lire ni écrire. L'analphabétisme est plus élevé chez les femmes que chez les hommes. Celles qui savent lire et écrire représentent 12,0 % contre 19,5 % chez les hommes.

Les hommes qui savent lire et écrire le français sont les plus nombreux. Ils représentent 36,3 % du total. Malgré l'importance de l'Islam, 36 746 personnes seulement savent lire l'arabe, le facteur religieux explique l'importance de cette langue après le français.

La forte proportion de population analphabète vit dans la campagne et représente 75,9 % du total. Les analphabètes urbains ne représentent que 24,1 %. Le Taux brut de scolarisation au niveau régional est de 57%

S'agissant des infrastructures, on dénombre au total 656 établissements scolaires. Tandis que l'enseignement supérieur compte 3 établissements (Ecole Nationale Supérieure d'Agriculture, l'Ecole Polytechnique de Thiès, l'Ecole Nationale des Officiers d'Active), l'enseignement professionnel dispose d'un établissement public (école des monitrices rurales).

Dans la région de **Saint-Louis**, on dénombre 579 établissements des ordres d'enseignement relevant du secondaire, de l'élémentaire et du préscolaire. De manière spécifique, l'enseignement professionnel compte 4 établissements (Ecole d'Elevage, Horticulture, Ecole Normale Régionale, Lycée Peytavin) tandis que le supérieur dispose d'une université (Université Gaston Berger).

Au niveau de l'élémentaire, les filles représentent 42 % des effectifs, 31 % dans le moyen et 22 % dans le secondaire et technique.

Le taux brut de scolarisation enregistré au niveau régional est de 54%.

### 3.4. Environnement économique

La région de Dakar et de Thiès constituent les principaux pôles de concentration industrielle du Sénégal alors que Saint-Louis affirme une vocation agro-industrielle.

La ville de **Dakar** est un centre international d'affaires avec un port et un aéroport de dimension internationale.

Par ses fonctions administratives et politiques et son niveau d'équipement, Dakar est le principal marché du Sénégal : un débouché de la production nationale et un centre d'approvisionnement en produits et matériels importés.

L'espace économique de la région est dominé par les activités secondaires et tertiaires (usines, finances, assurances, commerce..) et plus récemment les activités liées aux TIC. Le secteur de la pêche artisanale et industrielle apporte une grande contribution à la formation de la valeur ajoutée régionale.

Le tissu industriel de la région est particulièrement dense avec 80% des établissements industriels du Sénégal. Le quart des activités du secteur artisanal se déroulent à Dakar avec plus de 20.000 entreprises artisanales. Les activités de maraîchage et de cultures fruitières sont menées dans les Niayes avec une production annuelle moyenne autour de 6000 tonnes. La capacité installée de production énergétique représente 94% de la production nationale.

Malgré cette forte concentration de l'essentiel des activités économiques avec 65% des emplois du secteur moderne, le taux de chômage est supérieur à 24%, soit 45% du nombre de chômeurs.

Cette situation déséquilibrée favorise l'émergence de zones de précarité avec une forte exacerbation des problèmes sociaux, tant dans la ville que dans sa périphérie.

Au niveau économique, la région de **Thiès** occupe une place prépondérante à l'échelle nationale, sa proximité par rapport à la capitale Dakar (70 km) lui a permis de bénéficier des différentes infrastructures de celle-ci.

La région est surtout performante dans l'industrie minière, la pêche et le tourisme. Elle compte 8 unités industrielles :

- 3 unités extractives de phosphate (CSPT, SSPT, PROCHIM)
- 2 unités chimiques de transformation de phosphate en acide phosphorique et engrais (ICS, SENCHIM)
- 2 unités de textile de base (MSAT, NST)
- 1 unité de matériaux de construction (SENAC ETERNIT).

Sur le plan énergétique, la région est alimentée par un réseau de haute tension interconnecté. Elle absorbe 10 % de la production électrique nationale occupant le 2<sup>e</sup> rang après Dakar.

Au niveau de la pêche, la région fournit à elle seule les 2/3 de la production nationale artisanale avec une mise à terre de l'ordre de 240 000 tonnes pour un chiffre d'affaires d'environ 55 milliards de FCFA. Elle occupe environ 11 169 personnes.

Avec 167 km de plage, la région dispose d'importants atouts sur le plan touristique. Elle dispose de 18 établissements de premier choix, de 1549 chambres et de 3157 lits.

L'agriculture et l'élevage ne sont pas en reste du fait que la région a un taux de ruralité de 65 %. L'arachide, la principale culture d'exportation du Sénégal, couvre une superficie de 2 550 km<sup>2</sup> pour une production de 44 424 tonnes. 30,25 % de la production maraîchère et de l'arboriculture fruitière proviennent aussi de la région.

Quant à l'élevage, il est essentiellement de type extensif .

L'artisanat et le commerce occupent respectivement 19 200 et 49 902 personnes.

S'agissant de la région de **Saint Louis**, elle est surtout connue à travers les performances de l'agriculture irriguée, de la transformation des produits agricoles, de la pêche et du tourisme.

La région dispose de 3 unités agro-industrielles dont :

- 1 unité pour la production et la transformation de la canne à sucre (CSS)
- 2 unités pour la transformation de la tomate (SOCAS, SNTI)



La pêche maritime et continentale y sont très développées, elles occupent 13 000 pêcheurs pour une production annuelle de 17 112 tonnes.

Au niveau touristique, la région dispose de 11 réceptifs et de plusieurs auberges et campements.

Concernant l'agriculture, on peut noter :

- le maraîchage (oignon, pomme de terre, choux, carotte, navet, tomate, gombo) avec une production de 12 512 tonnes),
- les cultures pluviales (mil, arachide, niébé et béréf) pour une production totale de 98 850 tonnes ,
- les cultures irriguées (riz, maïs, sorgho, tomate).

Il y est pratiqué un élevage de type extensif.

### **3.5. Environnement technologique**

Au Sénégal, il n'existe pas encore une véritable politique sur les télécentres, de même sur les TIC. Seules les pratiques en cours dans le secteur des télécommunications permettent de relever les éléments d'une politique.

#### **Les infrastructures et les services**

- Tous les commutateurs du réseau public sont numériques ;
- Les 30 départements du pays sont connectés au réseau général par une liaison de transmission numérique, ce qui fait que le réseau de transmission est entièrement numérique ;
- 22 départements sur 30 sont reliés au réseau général par une liaison de transmission en fibre optique ;
- Tous les chefs-lieux de communauté rurale ont accès au téléphone ;
- Le réseau de transmission de données par paquets (Senpac) lancé en 1988 offre aux entreprises l'accès aux banques de données et l'interconnexion aux réseaux étrangers à des débits pouvant atteindre 19 200 bps, cependant son débit est de 64 kbps sur le tronçon national et international depuis 1997 ;
- 24 départements sur 30 ont accès au Réseau numérique à intégration de services (RNIS)
- Les liaisons spécialisées numériques internationales à n\*64bps par satellite sont possibles ;
- Le réseau cellulaire numérique Alizé, de norme GSM, mis en oeuvre par la SONATEL, couvre les principales villes et axes routiers du pays et est interconnecté avec des réseaux étrangers (Espagne, Grande Bretagne, Italie etc.) ;

- Le nombre de lignes fixes était passé à 200 000 en Décembre 2000 ; ce qui correspond à une densité téléphonique urbaine aux environs de 2,54 % contre 0,05 % en milieu rural, avec 70 % des lignes installées à Dakar ;
- On compte près de 10 000 télécentres dont les deux tiers sont situés à Dakar et le tiers restant dans les régions ;
- La SONATEL dispose de 2000 km de fibres optiques qui ceinturent le pays ;
- Le Sénégal est connecté à Internet par une liaison à 64 kbps vers les USA via MCI et une liaison à 2 mbps vers le Canada via Téléglobe ;
- Il existe 12 fournisseurs d'accès (ISP) dont 11 installés à Dakar et un à Saint Louis ;
- Une cinquantaine de structures sont connectés à Internet via une liaison spécialisée sur le point de présence Internet de la SONATEL ;
- 400 noms de domaines ont été enregistrés par le National Internet Center (NIC) Sénégal ;
- Un réseau IP, Sentranet basé sur des liens à 155 mbps, 34 mbps et 2 mbps reliant toutes les villes secondaires du pays et permettant la mise en oeuvre d'intranet et d'extranet est opérationnel depuis avril 1999 ;
- Une première licence de communication par satellite a été accordée à Iridium qui a officiellement lancé ses activités au Sénégal début octobre 1999.

Le parc téléphonique national est passé de 81 000 lignes en 1998 à plus de 200 000 lignes en Décembre 2000, soit un accroissement annuel supérieur à 100%.

La région de **Dakar** concentre 64% des lignes téléphoniques installées.

La région de **Thiès** dispose de 14.043 lignes téléphoniques, soit 8% du réseau national.

La région de **Saint-Louis** possède 29 bureaux de postes. Le téléphone couvre entièrement la région jusqu'aux arrondissements et quelques communautés rurales avec 14 539 lignes.

En novembre 2000, les chiffres fournis par la SONATEL indiquent que 12492 télécentres sont en activité au Sénégal.

Le dernier recensement (Sonatel, 1999) dénombre une vingtaine de cybercafés et près de 80 télécentres connectés sur Internet.

Avec le passage de la bande passante de 4 à 42 MBIT/s annoncé par la SONATEL en Décembre 2000 (Sud Quotidien du 26 Décembre 2000), la croissance de l'utilisation de l'Internet est attendue.

### **La réglementation sur les télécommunications**

Le secteur des télécommunications est dominé par la SONATEL, opérateur public dont 42,33 % du capital est détenu par France Télécom, qui détient un monopole pour la téléphonie fixe, le télex, le télégraphe, l'accès à l'international et la communication de données par commutation par paquets jusqu'en 2006. Cependant la concurrence est réglementée sur les réseaux et libre pour les services à valeur ajoutée.

### **Droits et taxes sur les TIC**

Suite à l'application de la loi n ° 98-36 du 17 Avril 1998, le matériel informatique et télématique est exonéré de droits de douanes. Cependant les périphériques ( imprimantes, scanners, lecteurs de CD-Rom) et le matériel électrique sont taxés à hauteur de 55 %.

Par ailleurs, les biens d'équipements pour le matériel informatique et télématique fabriqué localement subit des taxes de 25 %.

### **Le rôle des technologies de l'information dans l'économie**

Le secteur a fait l'objet d'importants investissements à partir des années 80, avec un volume moyen annuel de plus de 18 milliards de FCFA.

Le secteur a contribué directement en 1996 à la création de la richesse du PIB à hauteur de 2,6 % et en tant que support à la production, il a un fort effet d'entraînement sur les autres activités économiques nationales.

Il contribue dans la création d'emplois : 10 000 emplois entre 1992 et 1998.

### **Coûts des télécommunications**

Les tarifs pratiqués pour une connexion illimitée varient de 9 600 à 15 000FCFA par mois, alors que le prix des communications téléphoniques est basé sur un tarif unique de 50 FCFA.

Ce niveau de coûts des télécommunications reste élevé et les services de télécoms ne sont pas encore accessibles à tous du fait :

- du faible niveau de développement des infrastructures dans les zones rurales
- de la non solvabilité des certaines franges des populations.

### **Les fournisseurs de services de télécommunications**

La SONATEL est le principal opérateur de ce secteur, rejoint récemment par SENTEL dans le réseau GSM.

Quant aux fournisseurs de service Internet ( Internet providers), outre les deux principaux, en l'occurrence SONATEL (Telecomplus) et SENTEL, on peut signaler l'existence d'une douzaine de fournisseurs de services.

Privés :

- Métissa Cana
- AFRICANET
- Enda
- Arc Informatique,
- Cyber Bussiness Center,
- Point Net,
- WAIT.

Publics :

- UCAD
- AUPELF-UREF
- Primature,
- Université Gaston Berger,
- Trade Point (TPS)

### **3.6. Caractéristiques socio-économiques des sites d'implantation**

Les populations des zones visitées sont concentrées dans des quartiers particulièrement défavorisés de Dakar pour ce qui concerne ENDA ECOPOP ou dans les localités décentralisées s'agissant des sites du TPS.

- **Les sites ENDA-ECOPOP**

Dans les sites des quartiers défavorisés de Dakar, c'est Enda-Ecopop qui assure le portage technique et institutionnel des télécentres.

Chacun des sites est lié à un centre de ressources communautaires (CRC), animé par un comité de gestion. Les CRC eux-mêmes sont en réseautage avec les organisations populaires des quartiers d'implantation.

Les sites du projet « utilisation des TIC par les organisations populaires » à travers le réseau ENDA sont situés en milieu urbain et périurbain.

Quatre sites parmi les huit sont implantés dans les quartiers centraux de la ville de Dakar (Félix Eboué, Médina, Sicap, Colobane) et y constituent des îlots particuliers d'extrême pauvreté. Les autres sites sont davantage en harmonie dans le contexte de la périphérie urbaine (Pikine, Yeumbeul, Rufisque, Yarakh.).

L'on y retrouve majoritairement des sérères, des pular et des wolofs. Ils sont rarement des résidents de souche de ces quartiers. Ce sont des migrants permanents et des migrants temporaires qui gardent des liens très forts avec leur village d'origine.

Ces populations occupées dans des micro activités de survie du secteur dit informel ne disposent que de faible revenu.

Leurs conditions de vie sont marquées par :

- une grande insécurité foncière
- une précarité remarquable des habitats

Toutefois, le programme Enda-Ecopop intervient de manière intégrée dans ces centres communautaires avec des activités tournant autour de :

- santé
- Ecole
- Assainissement
- Micro-projet
- micro-financement.

La diversité de leur composition est le point commun de la totalité des sites : des groupes sociaux différents par leur origine ethnique, religieuse vivent ensemble et développent des activités variées de survie et renforcent un réseau serré et actif de solidarité.

Le projet s'est précisément appuyé sur les dynamiques communautaires identifiées par l'existence d'organisations populaires comprenant divers associations et groupements populaires, menant des activités à caractère socio-économique ou culturel.

Ainsi le groupe directement porteur est sélectionné sur la base de sa capacité à démontrer une assise populaire locale, l'impact de son intervention dans les activités socio-économiques et de jouer le rôle d'interface et de relais intercommunautaire.

Enfin, la capacité à impulser une dynamique de partage de ressources et d'animation de la vie communautaire à travers une thématique.

Chaque site du projet est lié à un groupe porteur articulé à un thème précis caractéristique des dynamiques communicatives en cours dans le milieu.

Les caractéristiques des sites sont résumés dans le tableau suivant.

**Tableau 2 : Caractéristiques**

- **Caractéristiques des sites TPS**

Pour les sites déconcentrés dans les régions (antenne régionale), c'est le Trade Point Sénégal (TPS) qui sert de support technique et administratif.

Au plan local, chaque site est soutenu par une structure locale (Municipalité, communauté rurale, Chambre de commerce) qui participe au Comité de gestion en qualité de partenaire local.

Le comité de gestion est une structure consultative de coordination et d'animation ; elle est composée des acteurs locaux et du personnel du télécentre (antenne).

Les télécentres TPS (Trade Point Sénégal) sont situés dans des localités socio-culturelles assez hétérogènes.

**Guédiawaye** (région de Dakar) est un quartier périphérique de la banlieue Dakaroise caractérisé par une forte population, un niveau de pauvreté important, un faible niveau d'équipement en infrastructures socio-éducatives, un taux d'analphabétisme très élevé et le développement d'activités socio-économiques dites « informelles ».

Mais il est aussi marqué par l'existence d'importants réseaux de solidarité articulés autour d'une dynamique communautaire. Cela se traduit par la mise sur pied d'organisations permettant l'appropriation de toutes innovations capables d'améliorer la situation socio-économique des populations.

**Mboro** (région de Thiès) est le chef lieu d'une communauté rurale qui bénéficie d'un niveau de développement et d'équipement en infrastructures routières et socio-éducatives assez important et généralement très rare pour des localités de même niveau.

Cette particularité est due au fait qu'elle se situe à proximité de la première industrie minière du pays, et prend des allures de ville ouvrière avec une population constituée en majorité d'immigrants. Cette situation ne favorise pas le développement de dynamismes communautaires.

A **Joal**, le télécentre est localisé dans un nouveau quartier de la ville créé par des immigrants pêcheurs intervenant directement dans la pêche ou la transformation de produits halieutiques. Les formes de dynamique communautaires constatées tournent essentiellement autour de l'activité de pêche.

A **Saint-Louis**, le télécentre est situé au niveau de la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de la ville. Celle-ci est localisée dans le quartier administratif de la ville, ce qui lui donne l'apparence d'un service officiel. Cette localisation ne favorise pas l'éclosion d'une dynamique communautaire. Cependant, il bénéficie d'un niveau d'équipement en infrastructures assez important à l'image des autres capitales régionales du pays.

#### **IV. LES RESULTATS DE L'EVALUATION**



## 4.1. L'environnement

### 4.1.1 Localisation des télécentres

Les télécentres sont en général (59%) situés dans un rayon inférieur à 500 m du lieu habituel de résidence ou d'activité de l'utilisateur et ne nécessite aucun frais de voyage pour y accéder. Cette localisation est généralement plus favorable que celle des autres infrastructures pouvant constituer des sources d'information. Par exemple, le bureau de poste le plus proche est distant en moyenne de 1 km à 3 km du domicile de la majorité des ménages enquêtés.

Dans l'ensemble, les distances séparant les ménages du téléphone privé ou public ainsi que les frais de voyage nécessaires pour y accéder restent insignifiants pour l'essentiel des ménages.

Les télécentres privés sont plus concentrés que les télécentres communautaires dans ce rayon moyen (63% contre 56%). La densification des télécentres privés constitue un facteur de facilitation de l'accès.

**Tableau 3: Répartition des enquêtés selon distances du télécentre éventuel où il irait chercher l'information**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Où iriez-vous chercher l'info. si le télécentre n'était pas là	0 à 50 mètres	25	64.1%	14	35.9%	39	100%
	51 à 100 mètres	27	64.3%	15	35.7%	42	100%
	101 à 500 mètres	44	73.3%	16	26.7%	60	100%
	501 à 1 km	6	100.0%			6	100%
	1 à 3 km	4	80.0%	1	20.0%	5	100%
	plus de 3 km	10	90.9%	1	9.1%	11	100%
	Non réponse	22	73.3%	8	26.7%	30	100%
	N'importe quel télécentre	32	66.7%	16	33.3%	48	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentres, Novembre 2000

De manière générale, les télécentres ont l'avantage de s'installer de plus en plus à proximité des ménages. Seuls 85 ménages, soit moins de 10% de l'échantillon parcourent une distance comprise entre 500 m et 1 km pour accéder à un télécentre. Les frais relatifs à ce transport sont faibles : 1% seulement des ménages interrogés déboursent entre 100 et 250 F, alors que 80% ne sont pas obligés de déboursier un franc. (Tableau 34, enquête ménage en annexe).

### 4.1.2. Découverte et fréquentation des télécentres

*La découverte des télécentres au Sénégal est récente, rappelons que leur implantation a démarré en 1992 ; celle des télécentres ACACIA sous revue ne date que de 1998. Les usages semblent multiples et variés mais quels sont les facteurs d'attraction et les freins à cette pénétration accélérée des TIC à travers les télécentres ?*

Alors que les utilisateurs de plus de 2 ans ne font que 5%, ceux de moins d'un an constituent 65% des enquêtés. (Tableau 4)

**Tableau 4: Répartition des enquêtés selon la première date d'utilisation du TC**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
<b>Quand avez-vous commencé à utiliser le télécentre</b>	<b>moins d'un mois</b>	28	71.8%	11	28.2%	39	100%
	<b>3 mois</b>	21	75.0%	7	25.0%	28	100%
	<b>6 mois</b>	18	81.8%	4	18.2%	22	100%
	<b>moins d'un an</b>	43	67.2%	21	32.8%	64	100%
	<b>1 à 2 ans</b>	51	77.3%	15	22.7%	66	100%
	<b>2 à 5 ans</b>	7	43.8%	9	56.3%	16	100%
	<b>5 ans et +</b>	2	40.0%	3	60.0%	5	100%
	<b>non déclaré</b>			1	100.0%	1	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentres, Novembre 2000

L'observation recueillie sur tous les sites (plus de 85%) indique une progression continue du nombre des utilisateurs. Le rythme de progression est variable mais peut aller du simple au double voire triple.

Ce constat atteste non seulement du fort rythme de progression mais surtout de la découverte des télécentres grâce au projet ACACIA dans les sites d'enquête.

L'analyse des habitudes de fréquentation révèle qu'elle est plus accentuée en début de semaine, moyenne en cours de semaine et quasi nulle en fin de semaine. La plupart des télécentres communautaires sont fermées tout le week-end et au-delà de 19 heures. Par contre, ces périodes qui correspondent aux heures de basse tarification appliquée par la SONATEL, sont mises à profit par les télécentres privés pour accroître leur chiffre d'affaires.

Les supports comme l'affichage public et les spots publicitaires par la radio ont constitué les principales sources pour faire connaître les télécentres, elles sont citées dans une proportion de 45%. Par contre, dans cette diffusion, l'apport des institutions est plutôt négligeable. (Tableau 5)

**Tableau 5: Répartition des enquêtés selon la source d'information sur l'existence du TC**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
<b>Comment avez vous obtenu l'infor. sur le télécentre</b>	<b>Relations familiales/amicales</b>	43	75.4%	14	24.6%	57	100%
	<b>Publicités/affichages/radio</b>	81	68.6%	37	31.4%	118	100%
	<b>Campagnes de sensibilisation communautaires</b>	44	69.8%	19	30.2%	63	100%
	<b>Institutions (chambres commerce etc)</b>	2	66.7%	1	33.3%	3	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentres, Novembre 2000

L'enquête des ménages a permis de constater que plus de 20% des ménages ont déjà utilisé l'ordinateur ; les sites de Mboro, Médina et Saint-Louis affichent un taux supérieur à la moyenne de l'échantillon.

L'usage fait de l'ordinateur est surtout orienté par ordre d'utilisation vers la bureautique (traitement de texte) ensuite le courrier électronique et enfin la navigation Internet.

S'agissant du traitement de texte, on trouve les fortes utilisations à Mboro (24 ménages), à Saint-Louis (19), à Médina (19) et à Pikine (13).

Pour le courrier électronique, les utilisations sont observées à Saint-Louis (13), à Médina (8), à Pikine (8) et à Barak (7). Tandis que pour l'Internet, Saint-Louis sort du lot avec 13 ménages, suivi de Médina (7), Mboro (7) et Pikine (7). (Tableau 33 enquête ménage en annexe).

Sur tous les sites, y compris les sites témoins, la tendance nettement dominante est l'utilisation du téléphone devenu un outil à usage populaire. D'ailleurs le télécentre est avant tout, si ce n'est exclusif, un lieu de service téléphonique.

#### **4.1.3. Attirance**

Paradoxalement, ce n'est pas le prix qui est le principal facteur d'attraction des utilisateurs des télécentres. Les facteurs liés à l'accueil, à l'assistance au cadre et à l'ambiance du télécentre semblent primer. Ces derniers paramètres sont largement plus cités par les interrogés (66%).

D'ailleurs, près du tiers des enquêtés estiment le niveau de prix abordable ; les utilisateurs des sites ACACIA sont plus satisfaits des tarifs qui leur sont appliqués (64%).

Si plus de la moitié de ces utilisateurs déclarent qu'ils ont les moyens d'accéder aux services, par contre seulement un tiers des utilisateurs des sites témoins prétendent disposer de moyens pour payer les services offerts.

La majorité des utilisateurs, sans distinction de site, sont favorables à une baisse des prix, il reste néanmoins que plus du tiers des enquêtés n'est pas franchement convaincu que ce serait un facteur d'accroissement de l'affluence.

L'entretien avec le personnel des télécentres ( cf tableau 36 : caractéristiques des utilisateurs, en annexe) confirment ces résultats et note que le nombre d'utilisateurs n'a cessé d'augmenter aussi bien pour les télécentres privés que communautaires du fait principalement de : l'accessibilité des prix, la proximité, l'accueil et la qualité de l'assistance technique fournie par le personnel.

#### 4.1.4. Comportement des gestionnaires de télécentres

Au niveau des gérants de télécentres, le personnel féminin est bien représenté au niveau des CRC alors qu'il n'est que 2/6 au niveau des quatre antennes visitées. Quant à leur statut, on remarque que le personnel des CRC est constitué de bénévoles tandis qu'au niveau des antennes le personnel est salarié.

**Tableau 6.1 : profil du personnel des télécentres**

Télécentres	Postes	Diplômes, Qualifications	Sexe	Durée au télécentre	statut
<b>CRC Enda Ecopole</b>					
<b>CRC Yeumbeul</b>	Gestionnaire 1	Encadreur SODEVA (société agricole), stage TIC	masculin	21 mois	Salarié du CCTAS
	Gestionnaire 2	Comptable, stage TIC	féminin	21 mois	Salarié du CCTAS
<b>Médina</b>	Gestionnaire 1	Agent commercial	féminin	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	Enseignant privé, stage TIC	Homme	20 mois	bénévole
<b>Barak</b>	Gestionnaire	Terminale, animateur social, gestion, stage TIC	Homme	20 mois	bénévole
<b>CRC Pikine</b>	Gestionnaire 1	Bac, comptabilité, stage TIC	féminin	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	BFEM, formatrice	féminin	20 mois	bénévole
<b>CRC Rufisque</b>	Gestionnaire 1	Bac, année 2 université, stage TIC	féminin	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	Bac, stage TIC	féminin	20 mois	bénévole
<b>Rail</b>	Gestionnaire 1	Secrétaire	féminin	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	Etudiante	féminin	20 mois	bénévole
<b>Colobane</b>	Gestionnaire 1	Electricien, stage TIC	Homme	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	Bac+2, coordonnier, stage TIC	Homme	20 mois	bénévole
<b>CRC Yarakh</b>	Gestionnaire 1	Terminale, assistante de santé, stage TIC	Homme	20 mois	bénévole
	Gestionnaire 2	Technicien bureautique	Homme	20 mois	bénévole
<b>Antennes TPS</b>					
<b>Saint Louis</b>	Chef antenne	Maîtrise anglais, stage TIC et e-commerce	Homme	16 mois	Salarié
<b>Mboro</b>		DEUG anglais, comptable, stage e-commerce	Homme	16 mois	Salarié
<b>Joal</b>		2 ème année droit, stage TIC et e-commerce	Homme	16 mois	Salarié
<b>Télécentres témoin</b>					
<b>Hann Photo</b>	Gérante	Niveau 1 ère, Informatique et bureautique	féminin	Depuis le début	salariée

Enquête, entretien avec le personnel, télécentre, 2000

Le personnel des télécentres présente un niveau de qualifications adéquat, il dispose pour l'essentiel d'une formation diplômante doublée d'expériences et d'aptitudes techniques lui permettant de faire face aux différentes tâches ( tableau 6.1, page précédente).

Cela leur permet aussi d'apporter aux utilisateurs une certaine assistance technique qui du reste est fort appréciée par ces derniers (cf tableau 6.2, page suivante).

Les utilisateurs apprécient aussi très fortement la qualité de l'accueil que leur réserve le personnel qui n'hésite pas à « descendre » au niveau de l'utilisateur en utilisant les langues locales en vue de rendre plus fluide la communication.

Du point de vue de la gestion technique des équipements, il faut reconnaître que le personnel ne dispose pas généralement des solutions idoines pour résoudre les différents problèmes techniques auxquels les télécentres sont confrontés et qui ont pour noms : panne de l'imprimante, coupure d'électricité, interruption du signal de connexion etc. Il est souvent obligé de faire appel à des personnes extérieures (siège TPS, autres) en vue de les régler et ceci pose le problème de la nécessité de renforcer leurs compétences par des séries de formation complémentaire en maintenance technique.

#### 4.2.4. Sécurité

La sécurité est considérée comme un facteur important pour la fréquentation du télécentre. Au niveau du CRC de Pikine, les agressions de bandits ont amené le personnel à arrêter le travail vers dix sept heures.

Enfin, il importe de signaler que certains télécentres, du fait de leur localisation dans des zones fortement fréquentées par des marginaux n'offrent pas aux utilisateurs toutes les conditions de sécurité nécessaire (Yeumbeul) ce qui a pour conséquence de limiter la fréquentation à certaines heures de la nuit.

#### 4.1.4. Concurrence

La densité nationale d'implantation des télécentres est relativement importante : 70% des personnes interrogées estiment disposer d'alternatives pour obtenir des services dans un autre télécentre.

Cette situation laisse supposer une forte concurrence entre les télécentres. Pourtant les télécentres communautaires ne semblent pas particulièrement souffrir de cette concurrence pour au moins quatre raisons :

- localisation dans des zones géographiques spécifiques où la demande solvable n'est pas a priori évidente pour un opérateur privé ;
- la qualité de l'assistance offerte dans les télécentres communautaires,
- la faiblesse de la capacité dans les télécentres ENDA ou l'absence de téléphone des sites TPS favorisent les télécentres privés. Il en est de même des heures et jours d'ouverture qui déportent la clientèle sur les sites privés.

**Tableau 6.2 : Observation des télécentres**

NOM DU TELECENTRE	INTERACTIONS		LANGUE DE COMMUNICATIONS LA PLUS USITEE
	<i>Qualité des rapports entre le personnel et les utilisateurs</i>	<i>Groupe spécifique sollicitant le plus d'aide de la part du personnel</i>	

<b>SERBATIM</b>	Le personnel est amical et disponible Il assiste les utilisateurs sur le plan technique	les femmes et les personnes analphabètes en raison de leur faible niveau d'instruction	Le wolof en raison du fort taux d'analphabétisation qui sévit dans le milieu.
<b>CRC CCTAS</b>	Le personnel est amical et disponible Il assiste les utilisateurs sur le plan technique	Les analphabètes	Le wolof L'utilisation du français dépend du niveau d'éducation Les hommes utilisent le français plus que les femmes
<b>KHADIM RASSOUL</b>	Le personnel est accueillant et il assiste les utilisateurs	Les analphabètes	Le wolof
<b>TPS / ANTENNE MBORO</b>	Le personnel est accueillant et assiste les utilisateurs	Les femmes et les adultes analphabètes mais en définitive très peu	Le wolof
<b>CYBERCAFE METISSACANA POINT FINAL</b>	Le personnel est accueillant et assiste très peu les utilisateurs car la clientèle est essentiellement composée de gens instruits	Les non initiés en informatique pour des problèmes d'ordre technique	Le français
<b>TPS SAINT LOUIS</b>	Le personnel est très accueillant et disponible à l'endroit des utilisateurs	Les analphabètes	le wolof et le français
<b>COLOBANE WAKHINANE</b>	Le personnel est amical et disponible envers les utilisateurs	Les hommes (ouvriers)	Wolof (systématique)
<b>EL HADJ KHALIFE ABABACAR SY</b>	Le gérant est très accueillant et il aide les utilisateurs qui en ont besoin	Les femmes analphabètes et les vieux qui sont illettrés ou qui ont des problèmes de vision	Wolof
<b>CRC COLOBANE GOUYE MOURIDE</b>	Le personnel est accueillant et très respectueux	Les analphabètes	Wolof et français
<b>MAGASIN THIAM</b>	Le personnel est très accueillant et disponible envers les utilisateurs	Les analphabètes	La langue utilisée dépend du niveau d'éducation
<b>LE DJOLOFF</b>	Le personnel est très chaleureux et disponible vis à vis des utilisateurs Il aide si on lui demande	Les enfants Les analphabètes	Français surtout
<b>CRC YARAKH</b>	Le personnel est très chaleureux et disponible vis à vis des utilisateurs Il aide si on lui demande		Wolof L'utilisation du français dépend du niveau d'éducation

## 4.2. L'ACCES

Selon Chéneau Loquay et al. (2000), 70% des habitants du Sénégal sont accessibles par téléphone. Cette situation est le fait de l'apparition et du développement fulgurant des télécentres dès 1992. La concession de lignes accordées par la SONATEL a permis une véritable prolifération de petites boutiques ou de simples kiosques de service téléphonique qui ont connu un rythme d'accroissement remarquable ( plus 22,4% en deux ans). Au service téléphonique se sont progressivement ajoutés d'autres services, comme Internet et d'autres activités connexes voire annexes.

Mais qui sont les principaux bénéficiaires de ce nouveau vecteur de communication et à quelles fins les services sont-ils exploités ?

### 4.2.1. Profil des utilisateurs physiques

#### i. Genre

La population des utilisateurs de télécentres est composée majoritairement d'hommes (77%) ; ils représentent 80% sur les sites Acacia et 70% sur les sites témoins.

Pourtant, la prédominance des hommes dans les ménages enquêtés n'atteint pas ce niveau d'écart : les hommes ne représentent que 51,32%.

Ce paradoxe s'explique probablement par la place prépondérante que les hommes occupent dans les communications avec l'extérieur, en dehors de l'espace familial et communautaire.

**Tableau 7 : Répartition des enquêtés selon le sexe**

		Type de Site				Total		Pourcentage par à l'effectif total
		ACACIA		Site témoins		Nombre	%	
		Nombre	%	Nombre	%			
Genre	Féminin	34	61.8%	21	38.2%	55	100%	23%
	Masculin	136	73.1%	50	26.9%	186	100%	77%
Total		170	70.5%	71	29.5%	241	100%	100%

Enquête/sondage, Télécentre/, Novembre 2000

#### ii. Age

La tranche d'âge, comprise entre 19 et 55 ans, est nettement dominante parmi les utilisateurs enquêtés ; ils représentent 91% des utilisateurs.

**Table 8: Répartition des enquêtés selon l'âge**

		Type de Site				Total		% par rapport au total
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%	
		Nbre	%	Nbre	%			
Age utilisateur	moins de 19 ans	10	71.4%	4	28.6%	14	100%	6%
	19 à 30 ans	81	68.6%	37	31.4%	118	100%	50%
	31 à 45 ans	50	72.5%	19	27.5%	69	100%	29%
	46 à 55 ans	18	72.0%	7	28.0%	25	100%	11%
	56 et +	6	75.0%	2	25.0%	8	100%	3%
Total		165	70.5%	69	29.5%	234	100%	100%

Enquête/sondage, Télécentre, Novembre 2000

Le groupe des plus jeunes, à savoir les moins de 30 ans, occupe une part supérieure à 55%. Il est également observé que la tranche d'âge (15-55 ans) représente 54% de la population globale des ménages enquêtés. Cela traduit la jeunesse de la population enquêtée et reflète une tendance à l'échelle nationale

Table 9: Structure par âge et sexe de la population des ménages enquêtés

		Personnes de moins de 15 ans		Personnes De 15-55 ans		Personnes de 55 et plus		Population Total	
		Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Site de l'étude	Yarakh	360	36%	519	51%	130	13%	1009	100%
	Joal	401	37%	618	56%	77	7%	1096	100%
	Mboro	340	34%	598	59%	73	7%	1011	100%
	Pikine	417	40%	535	51%	87	8%	1039	100%
	Rufisque	520	34%	805	53%	185	12%	1510	100%
	Saint Louis	228	33%	413	59%	58	8%	699	100%
	Rail	246	45%	285	52%	19	3%	550	100%
	Colobane	345	46%	378	51%	22	3%	745	100%
	Barakh	292	43%	366	54%	20	3%	678	100%
	Médina	257	40%	342	53%	45	7%	644	100%
	Guédiawaye	361	38%	511	54%	79	8%	951	100%
	Yeumbeul	498	38%	691	52%	136	10%	1325	100%
<b>Total</b>	<b>4265</b>	<b>38%</b>	<b>6061</b>	<b>54%</b>	<b>931</b>	<b>8%</b>	<b>11257</b>	<b>100%</b>	

Enquête ménage, Télécentre, Novembre 2000

L'enquête révèle que toutes les tranches d'âge utilisent les télécentres mais les jeunes et les adultes (30 – 55 = 41 %) sont largement majoritaires. Probablement, parce qu'ils jouent un rôle social et économique plus actif.

Les personnes âgées, moins portées à la mobilité, semblent être des bénéficiaires indirects des informations recueillies et communiquées par les autres catégories d'utilisateurs.

### iii. Ethnie religion

Le profil ethnique observé parmi les utilisateurs épouse la répartition ethnique de la population nationale. Les Wolofs représentent près du tiers de la population de l'échantillon, suivis par les sérères, les toucouleurs et peulhs ; ainsi, la première langue parlée par les personnes interrogées est le Wolof. (tableau 10).

Commentaire [pts1] : Cf tableau 3 Ethnie

Commentaire [MK2] :

Commentaire [MK3] :





**Table 10: Répartition des enquêtés selon l'ethnie**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Ethnie		75	61.0%	48	39.0%	123	100%
	Bambara			1	100.0%	1	100%
	Béninois	1	50.0%	1	50.0%	2	100%
	Diola	2	100.0%			2	100%
	Malinké	1	100.0%			1	100%
	Manjaque	1	100.0%			1	100%
	Maure	2	100.0%			2	100%
	Pulhaar	5	62.5%	3	37.5%	8	100%
	Sarakhol	1	50.0%	1	50.0%	2	100%
	Sérère	12	85.7%	2	14.3%	14	100%
	Toucouleur	6	66.7%	3	33.3%	9	100%
	Wolof	64	84.2%	12	15.8%	76	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentre, Novembre 2000

Ces caractéristiques sont à nuancer dans les sites ACACIA où les ethnies sérères et pular occupent une position importante qui traduit le mouvement de l'exode rural dans les quartiers.

Il en est de même au plan religieux, les musulmans sont nettement plus nombreux que les catholiques avec une proportion de 91% (Tableau 11).

**Table 11: Répartition des enquêtés selon la religion**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Religion	Musulmane	157	71.4%	63	28.6%	220	100%
	Catholique	13	61.9%	8	38.1%	21	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentre, Novembre 2000

#### iv. Environnement familial

Les utilisateurs vivent dans des familles de taille variant entre 7 et 8 personnes. Les utilisateurs des sites témoins semblent vivre dans des familles plus larges que celles dont sont issus les utilisateurs des télécentres communautaires (2 personnes en charge contre 3). Par contre, le taux d'utilisateurs des télécentres dans ces dernières familles est plus faible (41% contre 54%). (Tableau 12).

**Table 12: Répartition des enquêtés selon l'existence d' autres membres qui utilisent le TC**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nombre	%
		Nombre	%	Nombre	%		
y a t-il un autre membre de votre ménage qui utilise le télécabine	Ne sait	20	71.4%	8	28.6%	28	100%
	Non	80	76.2%	25	23.8%	105	100%
	Oui	70	64.8%	38	35.2%	108	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécabine, Novembre 2000

## v. Education

Les utilisateurs sont en moyenne relativement instruits. Environ 64% ont effectué des études secondaires. Les analphabètes utilisateurs directs ne comptent que pour 17%. Ce taux ne reflète pas la place de cette catégorie de personnes qui bien souvent, quand ils n'ont pas l'assurance d'une assistance technique, ont recours à un membre de la famille pour la satisfaction de leurs besoins en information.

Les universitaires sont peu représentés (13%) dans l'échantillon, probablement parce qu'ils disposent d'autres possibilités d'accès, en milieu professionnel ou à domicile, mais surtout parce que les zones d'enquête sont peu habitées par cette catégorie sociale. (Tableau 13 : répartition selon l'éducation).

**Table 13: Répartition des enquêtés selon le niveau d'éducation**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Niveau d'éducation	Analphabète	29	67.4%	14	32.6%	43	100%
	Arabe			1	100.0%	1	100%
	Coranique	5	71.4%	2	28.6%	7	100%
	Primaire	32	68.1%	15	31.9%	47	100%
	Secondaire	77	73.3%	28	26.7%	105	100%
	Supérieur	4	80.0%	1	20.0%	5	100%
	Terminale	1	100.0%			1	100%
	Université	22	68.8%	10	31.3%	32	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête /sondage, Télécabine, Novembre 2000

## vi. Occupation socioprofessionnelle

D'ailleurs, au plan de l'occupation socioprofessionnelle, l'enquête a permis de constater une forte présence de travailleurs indépendants, en moyenne 46,4% des ménages enquêtés. Ce taux atteint un niveau très élevé à Colobane(91,2%), Rail (71,4%), Joal (61,4%) et Baraka (61%). Les sites enquêtés abritent des franges importantes du secteur dit informel.

Les chômeurs constituent la deuxième grande catégorie avec en moyenne 22% des ménages. En ce qui concerne spécifiquement les chômeurs, ils sont importants à Yeumbeul (39,60 %), à Pikine (35,60 %) et à Yarakh, quartiers périphériques de Dakar.

Les étudiants, qui constituent 11 % de l'effectif des ménages enquêtés, sont surtout présents à Saint-Louis (23 %) qui abrite la seconde université du pays (Gaston Berger), à Mboro (16,20 %) et à Rufisque (14,90 %).

Pour leur part, les retraités ne représentent qu'un pourcentage marginal (3,2 %).

Les salariés représentent 17,50 % des enquêtés. La présence de la plate-forme des Industries Chimiques du Sénégal (ICS) à Mboro en fait le principal site (28,30 %), à côté de la Médina (24,60 %) quartier-dortoir situé en centre-ville au cœur de la capitale, à Rufisque (23,80 %) du fait de la présence de la seule usine de ciment du pays (SOCOCIM) et enfin à Yarakh (20,20 %) situé en bordure de mer et qui abrite plusieurs usines de transformation de produits halieutiques.

**Tableau 14: Répartition par situation socio-professionnelle et par sites des enquêtés**

		Situation professionnel												Total	
		Salarié		Travailleur Indépendant		Retraité		Etudiant		Chômeur		Non déclaré		Count	%
		Count	%	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%		
Site de l'étude	Yarakh	17	20%	31	37%	5	6%	5	6%	26	31%			84	100%
	Joal	9	9%	62	61%			11	11%	19	19%			101	100%
	Mboro	28	28%	27	27%	9	9%	16	16%	19	19%			99	100%
	Pikine	14	14%	37	37%	2	2%	12	12%	36	36%			101	100%
	Rufisque	24	24%	39	39%	1	1%	15	15%	22	22%			101	100%
	Saint Louis	10	14%	24	32%			17	23%	23	31%			74	100%
	Rail	9	16%	40	71%	4	7%	2	4%	1	2%			56	100%
	Colobane	6	9%	62	91%									68	100%
	Barakh	11	15%	46	61%	3	4%	10	13%	6	8%			76	100%
	Médina	17	25%	32	46%			10	15%	10	15%			69	100%
	Guédiawaye	15	18%	39	46%	4	5%	7	8%	20	24%			85	100%
Yeumbeul	18	18%	32	32%	4	4%	6	6%	40	40%	1	1%	101	100%	
<b>Total</b>		178	18%	471	46%	32	3%	111	11%	222	22%	1	0%	1015	100%

Enquête ménage, Télécentre, Novembre 2000

Les principaux utilisateurs recensés s'accordent bien avec la structure sociale ci-dessus. En effet, les principaux utilisateurs des télécentres proviennent du milieu des artisans, ouvriers et commerçants (46%).

Les chômeurs (22%) et les étudiants (11%) constituent les autres groupes d'utilisateurs relativement significatifs.

Cette catégorie et celle des chômeurs ne disposent pas de beaucoup d'opportunités d'accès, ni au plan professionnel ni à domicile. (Tableau 15: Répartition socioprofessionnelle)

Toutes proportions gardées, il faut admettre que les étudiants sont particulièrement actifs dans l'utilisation des nouvelles technologies à travers les télécentres. Cet intérêt pour les télécentres est d'autant plus remarquable que ces catégories ne bénéficient pas en général de ressources financières propres.

**Table 15: Répartition des enquêtés par catégorie socio-professionnelle**

	Type de Site		Total	
	ACACIA	Site témoins	Nbre	%

		Nbre	%	Nbre	%		
Occupation/poste	Chômeur	17	60.7%	11	39.3%	28	100%
	Militaire	1	100.0%			1	100%
	Artisan	11	84.6%	2	15.4%	13	100%
	Ouvrier	30	83.3%	6	16.7%	36	100%
	ménagère	7	63.6%	4	36.4%	11	100%
	commerçant	30	73.2%	11	26.8%	41	100%
	employeur	11	50.0%	11	50.0%	22	100%
	technicien	7	100.0%			7	100%
	élève/étudiant	20	74.1%	7	25.9%	27	100%
	autres professions libérales	30	63.8%	17	36.2%	47	100%
Enseignant	6	75.0%	2	25.0%	8	100%	
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentre, Novembre 2000

### vii. Niveau des revenus et dépenses

La plupart des utilisateurs (70%) n'ont pas voulu déclarer leurs revenus. Parmi les revenus révélés, la moyenne est comprise entre 10.000 et 100.000 FCFA/mois.

Plus de la moitié des utilisateurs interrogés consacrent entre 300 et 3000 FCFA par semaine de leurs revenus pour accéder aux services offerts par les télécentres. (tableau 16).

**Table 16: Répartition des enquêtés selon les montants dépensés par semaine pour utilisation TC**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Combien payez vous ce type de service	0 à 300 F	8	40.0%	12	60.0%	20	100%
	300 à 500 F	15	71.4%	6	28.6%	21	100%
	500 à 1000 F	35	77.8%	10	22.2%	45	100%
	1000 à 3000 F	52	73.2%	19	26.8%	71	100%
	3000 à 5000 F	14	82.4%	3	17.6%	17	100%
	plu de 5000 F	13	59.1%	9	40.9%	22	100%
	Non Déclaré	33	73.3%	12	26.7%	45	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentre, Novembre 2000

A ce niveau de dépenses hebdomadaires, les utilisateurs des télécentres communautaires sont plus nombreux que ceux interrogés dans les sites témoins (60% contre 49%).

Pourtant, de l'enquête auprès des ménages, il apparaît que pour plus de la moitié de ceux-ci, la moyenne des dépenses journalières se situe entre 1000 et 2500 F. Ainsi, les utilisateurs des télécentres semblent disposer, à consacrer, une part non négligeable, de leurs revenus, pour s'offrir les services des télécentres (Tableau 32, enquête ménage en annexe).

**Tableau 17 : Profil des organisations**

Nom	Type	Nombre de	Objectifs	Activités principales
-----	------	-----------	-----------	-----------------------

		<b>membres</b>		
Association des Amis du Livre	Association de quartier	160	Promouvoir la citoyenneté et la participation	Organisation de conférences Encadrement des élèves Entraide sociale
Book Juubo Takku Ligeey	Groupe ment féminin	80	Accroître les revenus des femmes	Mutuelle d'Epargne – Crédit
Ndimbal Djigeen	Groupe ment féminin	34	Promouvoir la situation économique et sociale des femmes	Commerce Aviculture Teinture Transformation de produits agricoles Alphabétisation
GIE DJAPPO Ligeey	Groupe ment d'intérêt économique	20	Lutter contre le chômage	Commerce Mareyage prestations de services
CODEL	Organisation d'appui au développement	56	Promouvoir le développement local	- éducation - formation - environnement
ASC GUNNEY MARINE	ASC	36	Promouvoir les activités sportives et culturelles	- sport - culture
GPF CCTAS	Groupe ment féminin	33	Promouvoir les femmes	- Formation - Teinture - aviculture
Sope Serigne Falou	Groupe ment féminin	07	Promouvoir la solidarité et l'entraide	- Commerce - crédit
ASAS	ONG	10	Appuyer et encadrer les groupements féminins	- Formation - Crédit
Cercle des Tradipraticiens	Association professionnelle		Promouvoir la médecine traditionnelle	Soins Pharmacopée Prestations de services
Syndicat d'Initiative	Association professionnelle	10	Promouvoir le développement touristique de la localité	Organisation de manifestations culturelles Mise en valeur des sites historiques
Regroupement des jeunes Mareyeurs	Association professionnelle	20	Développement de la commercialisation du poisson	- Epargne – Crédit - Entraide sociale
Groupe ment des Maraîchers de Mboro et Fass Boye	Association professionnelle	500	Promouvoir la culture et la commercialisation maraîchère	- Information - Formation - Crédit

#### 4.2.2. Profil des organisations utilisatrices

Les organisations utilisatrices comprennent des associations de quartiers, des ASC, des groupements de promotions féminines, des ONG et des associations professionnelles. (cf tableau 17).

- ❖ *Association de quartier* : Association des amis du livre,
- ❖ *Groupe ment féminin* : Book Juubo Takku Ligeey, Ndimbal Djigen, CCTAS, Sope Serigne Falou, etc.
- ❖ *Groupe ment d'intérêt économique* : GIE Djappo liggey
- ❖ *Organisation d'appui au développement* : CODEL
- ❖ *Association sportive et culturelle* : ASC Gunney Marine
- ❖ *Organisation Non Gouvernementale* : ASAS, etc.
- ❖ *Association professionnelle* : Cercle d'Initiative, Syndicat d'Initiative, Regroupement des jeunes Mareyeurs, Groupe ment des Maraîchers de Mboro et Fass Boye.

Les activités des associations concernent tous les domaines de la vie économique sociale : crédit, épargne, commerce, aviculture, mareyage, artisanat, éducation, formation et alphabétisation, culture, sport, médecine traditionnelle.

Les besoins en information et en communication exprimés concernent essentiellement des informations permettant à ces organisations d'améliorer leurs interventions : échange d'expériences sur leurs domaines d'activités, recherche de sources de financement et de marchés, informations sur le sport et la culture au profit de leurs groupes cibles.

#### 4.2.3. Aménagement et équipements des télécentres

Les télécentres ne sont pas tous situés dans des locaux initialement destinés à cet usage ; ils sont soit hébergés dans des locaux appartenant aux collectivités locales, associations ou chambres consulaires (Mboro, Saint Louis, Yarakh, Pikine, Yeumbeul) soit dans des locaux loués et initialement prévus pour d'autres usages (Joal et autres CRC ).

De prime abord, il découle de ce constat une impression d'exiguité, les locaux sont pour l'essentiel étroits et n'offrent pas toujours le confort nécessaire aux utilisateurs. Néanmoins, certains gérants sont parvenus à réaliser des aménagements permettant aux utilisateurs de disposer de salle d'attente, de chaises confortables et même de bénéficier de l'air frais du fait de la ventilation (certains étant équipés de climatiseurs : Saint Louis, Joal).

Malgré cela il faut reconnaître que l'essentiel des télécentres visités ne garantissent pas la confidentialité du fait que le téléphone et les ordinateurs sont dans une même pièce qui sert aussi de salle d'attente, très peu d'entre eux offrent aux utilisateurs en attente de la lecture (revues, journaux) et très peu disposent aussi de toilettes autonomes (exclusivement destinées au télécentre et à ses utilisateurs).

Quant aux meubles et équipements disponibles, ils sont assez variés, en bon état en général et fournissent de ce fait de bons services. Néanmoins, il faut signaler l'insuffisance en quantité et en qualité des équipements informatiques, ce qui a été généralement déploré par les utilisateurs qui perdent souvent beaucoup de temps pour avoir la connexion ou réaliser certaines tâches (traitement de texte).

De façon générale l'espace occupé par les télécentres a été jugé inadéquat ; il est en deçà des normes de la Sonatel (12 m<sup>2</sup> par cabine téléphonique). Cet espace n'arrive pas à remplir les diverses fonctions attendues des télécentres : accueil, utilisation des équipements, espace de travail (pour le personnel).

Les principaux problèmes rencontrés dans l'utilisation des équipements sont notés ci-après par ordre d'importance :

- **Problèmes techniques** : arrêt de l'ordinateur, panne de l'imprimante, logiciel non fonctionnel, entretien courant de l'ordinateur ;
- **Problèmes électriques** : coupure d'électricité ;
- **Problèmes de téléphone/connexion** : tonalité d'occupation, interruption de signal ;

Aussi bien au niveau des CRC que des antennes, le personnel n'a pas les compétences requises pour résoudre seul ces problèmes. La résolution des problèmes techniques relève de

la responsabilité du centre de ressources principales en ce qui concerne les CRC et des services techniques du TPS pour ce qui a trait aux antennes.

Tableau 18 : Observation des télécentres

TELECENTRE	Espace	Convenance	Confort utilisateurs	Normes d'installation
<b>TELECENTRES ACACIA</b>				
P. SERBATIM	Espace assez vaste	Grande salle d'attente	Sièges confortables et suffisants Système de ventilation Pas de matériel de lecture	Pas de téléphone public Pas de toilettes
CRC CCTAS	Espace suffisant		Chaises en nombre suffisant Qualité (plastique)	La disposition du TC permet l'intimité lors de l'utilisation du téléphone Pas de toilettes
KHADIM RASSOUL	Local étroit	Possibilité de place assise 4/5 chaises pour attente	Chaise en plastique 2 présentoirs de livres avec publications ENDA Système de ventilation	La disposition du télécentre ne permet pas vraiment l'intimité Toilettes en annexe
TPS / ANTENNE MBORO	Espace spacieux	La salle permet une attente de 10 utilisateurs	Sièges confortables et permettent une attente Pas de matériel de lecture	Pas de téléphone, il n'y a qu'une seule pièce Pas de toilettes
TPS SAINT LOUIS	Locaux exigus	La salle dispose d'une seule banquette de 3 à 4 places	chaises confortables mais insuffisantes Pas de matériels de lecture	Toilettes existantes mais inutilisables pour l'instant par manque d'eau
COLOBANE WAKHINANE	Espace suffisant	Salle d'attente spacieuse	Pas de matériel de lecture Mais qualité des sièges confortables	La disposition du télécentre ne permet pas l'intimité Pas de toilettes
CRC COLOBANE GOUYE MOURIDE	Salle exigue	Pas assez d'espace pour la salle d'attente	Chaises métalliques pas confortables Pas d'aération malgré la présence d'un ventilateur	Discretion pas garantie pour les appels Pas de toilettes maison
CRC PIKINE GUEDIWAYE	Salle spacieuse	Pas de problèmes particuliers le CRC est bien équipée et est spacieuse	Le confort existe Pas de journaux ou livres à lire	La disposition du télécentre garantie l'intimité des appels Existence de toilettes
CRC YARAKH	Salle exigue	Etroitesse des lieux	Sièges empruntés à la commune	discretion pas garantie pour les appels Pas de toilettes
<b>TELECENTRES TEMOIN</b>				
CYBERCAFE METISSACAN A POINT FINAL	Espace spacieux	La salle comporte 6 ordinateurs et beaucoup de chaises pour attente	chaises sont confortables Système de ventilation existant Pas de matériel de lecture matériel de musique caféteria	Pas de toilettes
EL HADJ KHALIFE ABABACAR SY	L'espace existe au moins pour 5 à 6 personnes	Le nombre de personnes attendant est en moyenne de 5 à 6 personnes sponibles	Chaise plastique pas de matériel de lecture	La disposition du TC permet au client de parler en toute quiétude Pas de toilettes
MAGASIN THIAM	Salle spacieuse	Espace convenable et aéré	Chaises en quantité suffisante Système de ventilation Baie vitrée aluminium	La disposition du TC garantie l'intimité des appels Pas de toilettes
LE DJOLOFF	Salle spacieuse	Pas de problèmes particuliers, cela est très convenable	Correct	Discretion des appels pas garantie Pas de toilettes



#### **4.2.4. Les utilisations des équipements**

##### **Les services offerts**

Les services communs offerts par l'ensemble des télécentres tournent essentiellement autour de la bureautique : saisie de texte, de facture, confection de cartes de visite ou d'invitation, etc.

En plus de ces services chaque type de télécentres offre des services spécifiques, en fonction parfois de son propre contexte.

Dans les sites TPS, l'offre de service concerne :

- l'accès, l'impression et la traduction des opportunités commerciales ( ETO) diffusées par le réseau mondial de la CNUCED auquel le TPS est affilié.
- la mise à disposition du courrier électronique (boîte E-mail)
- la construction et l'hébergement de pages WEB
- la navigation Internet.

Dans les sites Enda Ecopole, la gamme de services comprend :

- la téléphonie (émission/réception),
- l'accès au courrier électronique,
- La navigation sur Internet,
- la formation en traitement de texte et autres applications bureautique,

Dans les sites témoins, les services se déclinent en :

- téléphonie (appel),
- télécopie,
- photocopie,
- Internet dans les cybercafés

Cependant, il faut noter que la priorité est accordée à l'utilisation du téléphone dans certains télécentres Enda Ecopole, l'exclusivité des services Internet dans les antennes et l'amorce de l'utilisation de l'Internet dans les télécentres privés, notamment le courrier électronique. Certains télécentres privés offrent des services de vidéothèque. Diverses autres activités sont proposées suivant les télécentres.

Dans les sites témoins, il s'agit en général d'activités marchandes. Par contre dans les sites ACACIA, (ENDA) il s'agit d'activités à caractère communautaire comme l'épargne crédit, la gestion communautaire de l'eau ou de l'électricité, l'appui conseil aux organisations du quartier (tenue fichier électronique des membres, gestion de trésorerie, secrétariat de réunion, archivage électronique)

##### **Les usages**

- ***La téléphonie***

L'analyse de la pratique des utilisateurs des télécentres révèle que ces derniers y recherchent avant tout la possibilité de communiquer avec l'extérieur rapidement et au moindre coût.

Quel que soit le type de télécentre, l'usage du téléphone est le principal moyen utilisé, notamment à l'envoi.

Aussi bien dans les sites ACACIA que dans les télécentres privés, le téléphone demeure le moyen privilégié de communication. L'ampleur de son usage en a fait progressivement un outil banal, un fait de culture qui est préféré bien souvent au déplacement physique.

S'agissant spécifiquement des télécentres Acacia, ils présentent la particularité d'être des centres d'ancrage social dans un environnement socio-économique défavorable.

Ils s'imposent de plus en plus comme des vecteurs de liaison entre la communauté d'implantation et l'extérieur, notamment avec la communauté d'origine.

A ce titre, les utilisateurs locaux bénéficient du téléphone communautaire, comme répondeur collectif (réception quasi gratuite), pour la plupart des utilisateurs qui ne disposent pas de moyens propres pour s'offrir un abonnement Sonatel. A baraka, la communauté a pris l'initiative, sur ses propres ressources, d'installer une ligne exclusivement réservée aux appels entrants.

A titre d'exemple, certaines employées de maison de ces quartiers défavorisés, qui avaient l'habitude de parcourir la ville en quête d'emploi, encourant des risques de toutes sortes, ont modifié leur comportement grâce à l'usage du téléphone qui leur permet de faire des affiches et des annonces de demande d'emplois.

Dans les sites Enda Ecopole, les utilisateurs estiment que l'offre de service de téléphonie est insuffisante par rapport à la demande potentielle, en raison du faible niveau d'équipement. D'ailleurs c'est ce service qui est la principale source de recettes des télécentres.

- ***Les services liés à l'ordinateur***

Dans les sites sous revue, la pénétration du PC, antérieurement au projet, est quasi nulle. La découverte de l'ordinateur est généralement liée à l'implantation du télécentre.

L'usage le plus courant de l'ordinateur porte sur la bureautique notamment les travaux de saisie en faveur des opérateurs et groupements économiques (artisans et autres micro-entreprises) et des associations communautaires

L'usage de la boîte électronique (e-mail) et de la navigation Internet est encore très faible voire marginale. Apparemment il ne concerne que les étudiants en recherche d'inscription universitaire et plus rarement quelques opérateurs dans les sites TPS.

S'agissant de l'usage des services spécialisés offerts par le TPS et non disponibles dans les CRC Enda, l'on note que l'usage concerne surtout les commerçants en quête d'opportunités. C'est par exemple, le cas des commerçants des villes comme Thiés et Saint-Louis et de certaines zones rurales éloignées comme Ross Béthio et Podor.

Mais en réalité, les usagers de ces zones sont davantage des consommateurs d'opportunités que des générateurs d'informations commerciales.

A noter cependant le cas du point relais TPS de SERBATIM qui fait exception avec le développement d'un réseau de partenariat apparemment fort intéressant par les nombreuses opportunités identifiées dont certaines ont été concrétisées.

De manière générale, la majorité des utilisateurs (78%) trouve suffisants les services offerts par les télécentres tant privés que communautaires. Ainsi, nombre d'entre eux (plus de 80%) semblent trouver leur compte dans les informations obtenues.

Les principaux facteurs de succès des télécentres communautaires recensés portent sur :

- le rôle de centre d'attraction économique, sociale et/ou culturel des télécentres communautaires
- l'accessibilité des TIC par les populations de quartiers défavorisés ou de zones rurales par la proximité et le niveau de tarification;
- le conseil-assistance des gérants des télécentres aux utilisateurs ;

Mais ces succès devront être consolidés. En conséquence, les contraintes à lever pour la majorité des utilisateurs portent prioritairement sur l'augmentation de la capacité d'offre de services et l'amélioration du cadre physique du télécentre.

**L'usage des télécentres est devenu un fait populaire.** Toutefois, les groupes qui ont plus de contraintes pour l'utilisation sont les démunis (les élèves, les étudiants et les chômeurs) qui ne bénéficient pas de revenus propres.

Si les adultes sont les principaux bénéficiaires des services offerts par les télécentres, les femmes en constituent la catégorie minoritaire, du fait certainement de leurs conditions économiques généralement plus défavorables.

L'analphabétisme ne semble pas être une contrainte majeure d'accès dans les zones enquêtées, grâce à l'assistance des gérants de télécentre.

Mais à quel rythme les télécentres ouverts ces dernières années sont-ils fréquentés et pour quel usage ?

#### **4.2.5. Obstacles**

Le prix ne devient véritablement un obstacle sérieux pour l'utilisation que pour la catégorie des démunis dont les chômeurs et les élèves.

Un nombre important d'utilisateurs des télécentres communautaires estiment qu'une augmentation du prix des services ne les détournerait pas de leur télécentre (47% contre 41%). La fidélité est moins nette dans les télécentres privés, où seulement 37% accepteraient, en cas d'augmentation des prix, de fréquenter le même télécentre (table 19)

**Table 19: Répartition des enquêtés selon la continuité de l'utilisation en cas d'augmentation des prix**

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Utiliserez-vous le même télécentre si prix augmente	Non	70	64.8%	38	35.2%	108	100%
	Non réponse	20	74.1%	7	25.9%	27	100%
	Oui	80	75.5%	26	24.5%	106	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage, Télécentres, Novembre 2000

Cependant, les groupes sociaux (handicapés et personnes âgées) utilisant moins les services du télécentre ont des contraintes liées à l'âge, aux revenus et à l'éloignement du télécentre. (tableau 36, caractéristiques des utilisateurs, en annexe).

L'insuffisance des équipements, plus que leur qualité, et l'ambiance générale du télécentre constituent aux yeux des utilisateurs les principales difficultés d'accès.

En outre, la faible capacité d'offre de service téléphonique et l'interférence de ce service les utilisations de l'Internet constituent une contrainte majeure dans certains télécentres communautaires.

Le coût de la communication facturé par la SONATEL est considéré comme un facteur qui empêche la rentabilité des télécentres et la généralisation de l'accès par plus d'utilisateurs, surtout en milieu populaire.

L'existence d'une seule ligne RTC qui sert à la fois les liaisons téléphoniques et Internet limite les services offerts dans les sites Enda pendant que les sites TPS ne prennent pas en compte l'intérêt du service téléphonique.

En outre, l'insuffisante sensibilisation des opportunités d'Internet en fonction du profil des utilisateurs, sur la base d'applications concrètes ne permet pas la vulgarisation de l'outil dans la communauté

Ensuite sont notées les tentatives d'accaparement par certains groupes de pression (organisations communautaires ou institutions locales) ou encore la structure d'appui dont la tutelle peut parfois être pesante.

Enfin, au plan technique, de nombreuses contraintes se dressent sur l'utilisation des télécentres. Il s'agit de l'instabilité de l'alimentation électrique, des délestages électriques intempestifs et enfin du défaut d'entretien et de maintenance (Tableau 37, en annexe)

#### 4.2.6. Les bénéficiaires

L'ensemble des membres de la communauté locale est bénéficiaire des services des CRC ou des antennes (tableaux 20 et 21). Il s'agit notamment :

- Des membres des ménages de l'utilisateur, ses parents, ses beaux-parents, ses amis etc, avec qui il partage les informations obtenues ;
- Les relations d'affaires et sociales de l'utilisateur ;

- Les membres des associations qui bénéficient directement ou indirectement des informations reçues par l'utilisateur souvent représentant de l'association ;
- Les collectivités locales, qui ont accès à l'information et à la communication et se font parfois même assurer leurs services bureautiques par le secrétariat (cas de la communauté rurale de Ross Béthio) ;
- L'ensemble des catégories socio-professionnelles.

**Tableau 20 : relations familiales avec les bénéficiaires**

NB : 29 réponses / 39 personnes enquêtées

<b>Liens de parenté</b>	<b>Effectif</b>	<b>%</b>	<b>% de cas</b>
<i>Frère / soeur</i>	4	6,5	13,8
<i>Epoux / épouse</i>	10	16,1	34,5
<i>Oncle / tante</i>	3	4,8	10,3
<i>Copain / ami</i>	13	21,0	44,8
<i>Associé</i>	4	6,5	13,8
<i>Neveu / nièce</i>	1	1,6	3,4
<i>Cousin / cousine</i>	6	9,7	20,7
<i>Père / mère</i>	2	3,2	6,9
<i>Fils / fille</i>	4	6,5	13,8
<i>Client</i>	2	3,2	6,9
<i>Collègue</i>	8	12,9	27,6
<i>Encadreur</i>	4	6,5	13,8
<i>Beau frère / belle soeur</i>	1	1,6	3,4
<b>TOTAL</b>	62	100,0	213,8

Enquête/étude de cas approfondie, télécentre, novembre 2000

**Tableau 21 : Occupation des bénéficiaires**

NB : 30 réponses / 39 personnes enquêtées

<b>Catégories professionnelles</b>	<b>Effectif</b>	<b>%</b>	<b>% de cas</b>
<i>Enseignant</i>	9	14,3	30,0
<i>Ouvrier</i>	10	15,9	33,3
<i>Commerçant</i>	11	17,5	36,7
<i>Ménagère</i>	14	22,2	46,7
<i>Artiste</i>	2	3,2	6,7
<i>Etudiant</i>	6	9,5	20,0
<i>Employé</i>	9	14,3	30,0
<i>Technicien supérieur</i>	1	1,6	3,3
<i>Cadre</i>	1	1,6	3,3
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100,0</b>	<b>210,0</b>

Enquête/étude de cas approfondie, télécadre, novembre 2000

#### 4.2.7. Réseau de relations

##### 4.2.7.1. Réseau de relations avec l'utilisateur

Il ressort de l'étude de cas approfondie que les 29 utilisateurs ayant répondu à cette question transmettent les informations obtenues à 62 autres personnes : amis et copains (13), conjoints (10) ; collègues (8) ; cousins et cousines (6). Il ressort aussi de cette étude que le réseau familial (30) est suivi du réseau des amis (13) et puis les collègues de travail (9) bénéficient prioritairement des informations reçues par l'utilisateur.

- **Les relations sociales ou d'affaires au Sénégal et dans le monde**

*Sur 1011 ménages enquêtés, 894, soit 88 %, affirment entretenir des relations avec des personnes résidentes à Dakar contre 117 soit 12 % qui répondent par la négative. 789 ménages déclarent en entretenir avec d'autres personnes ailleurs au Sénégal contre 206.*

Sur 900 ménages, 217 déclarent en entretenir ailleurs en Afrique contre 683.

422 ménages sur 934, soit 45 %, déclarent en entretenir avec d'autres personnes dans le monde contre 512. Généralement, plus on s'éloigne de Dakar, le niveau de relation baisse mais remonte légèrement pour les relations avec d'autres personnes dans le monde (Tableau 22).

Enfin, il ressort des résultats de l'enquête que tous les groupes sociaux recensés sont utilisateurs des services des télécadres.

Tableau 22 : Relations avec d'autres personnes à Dakar, Sénégal, Afrique, monde

		Relation avec autres personnes à Dakar				Total	
		Oui		Non		effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	75	89%	9	11%	84	100%
	Joal	76	75%	25	25%	101	100%
	Mboro	67	68%	32	32%	99	100%
	Pikine	97	97%	3	3%	100	100%
	Rufisque	99	99%	1	1%	100	100%
	Saint Louis	67	91%	7	10%	74	100%
	Rail	53	95%	3	5%	56	100%
	Colobane	68	100%			68	100%
	Barakh	66	87%	10	13%	76	100%
	Médina	68	100%			68	100%
	Guédiawaye	58	69%	26	31%	84	100%
Yeumbeul	100	99%	1	1%	101	100%	
<b>Total</b>		894	88%	117	12%	1011	100%
		Relation avec autres personnes au Sénégal				Total	
		Oui		Non		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	68	81%	16	19%	84	100%
	Joal	75	77%	22	23%	97	100%
	Mboro	70	71%	29	29%	99	100%
	Pikine	83	83%	17	17%	100	100%
	Rufisque	83	83%	17	17%	100	100%
	Saint Louis	55	76%	17	24%	72	100%
	Rail	39	72%	15	28%	54	100%
	Colobane	64	96%	3	5%	67	100%
	Barakh	57	79%	15	21%	72	100%
	Médina	63	93%	5	7%	68	100%
	Guédiawaye	34	42%	47	58%	81	100%
Yeumbeul	98	97%	3	3%	101	100%	
<b>Total</b>		789	79%	206	21%	995	100%
		Relation avec autres personnes en Afrique				Total	
		Oui		Non		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	18	22%	65	78%	83	100%
	Joal	21	25%	62	75%	83	100%
	Mboro	15	15%	84	85%	99	100%
	Pikine	21	21%	79	79%	100	100%
	Rufisque	19	19%	80	81%	99	100%
	Saint Louis	19	38%	31	62%	50	100%
	Rail	12	24%	39	77%	51	100%
	Colobane	10	17%	49	83%	59	100%
	Barakh	28	50%	28	50%	56	100%
	Médina	19	34%	37	66%	56	100%
	Guédiawaye	7	11%	56	89%	63	100%
Yeumbeul	28	28%	73	72%	101	100%	
<b>Total</b>		217	24%	683	76%	900	100%

Tableau 22 (suite) : Relations avec d'autres personnes à Dakar, Sénégal, Afrique, monde

		Relation avec autres personnes dans le monde				Total	
		Oui		Non		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	34	42%	48	59%	82	100%
	Joal	34	39%	53	61%	87	100%
	Mboro	33	33%	66	67%	99	100%
	Pikine	50	50%	50	50%	100	100%
	Rufisque	48	48%	52	52%	100	100%
	Saint Louis	43	66%	22	34%	65	100%
	Rail	17	34%	33	66%	50	100%
	Colobane	29	44%	37	56%	66	100%
	Barakh	15	31%	34	69%	49	100%
	Médina	34	57%	26	43%	60	100%
	Guédiawaye	30	40%	46	61%	76	100%
	Yeumbeul	55	55%	45	45%	100	100%
<b>Total</b>		422	45%	512	55%	934	100%

Enquête ménage, Télécentres, novembre 2000

#### 4.2.7.2. Réseau des relations des organisations

L'entretien avec les représentants des organisations montre que le réseau des organisations comprend principalement ceux qui contribuent à la réalisation de leurs objectifs, leurs membres et les groupes cibles ainsi que la presse (écrite et parlée). Rarement les relations avec les autorités administratives et politiques ont été citées (tableau 23 Accès des organisations à l'information et coûts).



Tableau 23 : Accès des organisations aux TIC et coûts

ORGANISATION	INFORMATION	SOURCE	MOYENS	COUT
<b>Association des Amis du Livre</b>	- Documentation - Formation - Financement	- CODEL - Radios privés - Ecoles - CNC - Mutuelles d'épargne - CLD/CAR - CRC Enda	- Bouche à oreille - Radio - Email - Lettre - Téléphone	
<b>GPF Ndimbal Djiguène</b>	- Information communautaire	- Enda Graf - PAMECAS - CODEL - Service du développement social	- Téléphone - Bouche à oreille - Déplacement	
<b>Regroupement Book Joobo Takku Ligeey</b>	- Financement - Achat et vente des marchandises	- Projet Ecopole	- Discussion - Réunion	
<b>ASC Dalifort</b>	- Informations sportives - Echanges d'idées et d'expériences	- ODECAV - ORCAV - Zone sportive - Partenaires belges	- Convocation - Email, - Internet - Téléphone	
<b>Centre de Ressources de Yeumbeul CCTAS</b>	- Téléphone - Déplacement	- Les membres du réseau	- Téléphone - Lettre - Déplacement	
<b>Groupement Soppe Serigne Falou</b>	- Formation - Santé et hygiène - Le cadre de vie		- Téléphone - Photocopie	
<b>Groupement Féminin CCTAS</b>	- Echanges d'information avec des partenaires extérieurs - Formation	- Autres groupements - Enda - CCTAS	- Internet - Téléphone - Lettre - Déplacement	
<b>ASC Guney Marine</b>	- Informations sur la santé, hygiène, drogue, délinquance, sport et culture	- Les journaux - Radios TV - Bouche à oreille	- Les journaux - Convocation écrite et affiche	
<b>ASAS</b>	- Sur la santé - Sur l'environnement - Sur les programmes d'éducation - Sur l'agriculture et l'élevage	- Enquêtes - Documentation sur les partenaires - Journaux	- Téléphone - Email - Internet - Lettres - radios	
<b>CODEL</b>	- Information sur le développement - Connaissance du développement	- Journaux - Enda - PAMECAS - Membres du Codel - CRC - Poste de santé	- Lettres - Email - Téléphone - Déplacements des membres	
<b>GIE Diappo Ligguey</b>	- Lettres journaux - Appel d'offres - Besoins des projets	- Journaux - Opérateurs économiques - Acteurs du développement	- Téléphone - Lettres - Déplacements personnel	

Enquête/entretien avec les organisations, téléc centre, novembre 2000

#### 4.2.8. Profil des échanges et communication

##### i. Fréquence des flux d'information

La fréquence des envois et des réceptions vers ou en provenance de Dakar et des autres régions du Sénégal présente les caractéristiques suivantes :

Concernant la fréquence des informations envoyées à Dakar, le rythme le plus important est hebdomadaire, il est le fait d'environ un tiers des ménages enquêtés (336 ménages) dont les plus concernés sont localisés à Mboro (45), à Rufisque (36), à Yeumbeul (33), à Médina (31) et à Joal (29). Il en est de même pour la réception, la fréquence hebdomadaire est la plus forte, elle concerne 219 ménages principalement localisés à Mboro (36), à Rufisque (34) et à Médina (28).

La fréquence quotidienne est le fait du quart des ménages (252) assez proche de la fréquence mensuelle qui concerne 178 ménages, soit moins de 20% des enquêtés, dont les plus concernés sont localisés à Joal (36), à Rufisque (28), à Saint-Louis (21) et à Mboro (21). Par contre pour la réception, la fréquence journalière n'occupe que 91 ménages (Tableau 41, enquête ménage en annexe).

En réception, le rythme mensuel concerne 122 ménages principalement localisés à Rufisque (29), Mboro (23) et Joal ( 23) contre 178 côté envoi, soit moins de 20% des enquêtés.

S'agissant des envois vers d'autres zones du Sénégal, la fréquence la plus importante est hebdomadaire, il est le fait de 264 ménages, soit 28% de la population enquêtée, dont les plus concernés sont localisés à Joal (34), à Mboro (28) et à Médina (28). Il en est de même pour les informations venant du Sénégal dont le rythme le plus important est hebdomadaire et intéresse 139 ménages dont les plus concernés sont à Mboro (25), à Joal (22) et à Colobane (20).

La fréquence mensuelle touche 25% des ménages et la fréquence quotidienne ne concerne que 50 ménages et pour la réception Le second rythme de fréquence est mensuel et est le fait de 122 ménages dont les plus concernés sont localisés à Mboro (27) et à Rufisque (19).

En troisième position, il y a la fréquence trimestrielle qui intéresse 31 ménages.

La fréquence des flux à l'échelon de l'Afrique et du monde se présente comme suit :

Le rythme d'envoi et de réception d'informations à destination de l'extérieur du pays (Afrique et Monde) le plus fréquent est mensuel ; il concerne environ une centaine de ménages (11%) pour l'envoi et (34) pour la réception.

L'envoi trimestriel (31 ménages) concerne l'Afrique alors que les envois internationaux, hors Afrique, affichent une fréquence plutôt hebdomadaire pour 69 ménages dont 10 localisés à Mboro et 9 à Yarakh.

Tableau 24: Profil des « Envoyez- vous » des informations a Dakar, au Senegal, en Afrique et dans le monde

	site de l'étude											Total	
	Yarakh	Joal	Mboro	Rufisque	Saint Louis	Rail	Colobane	Barakh	Médina	Guédiawaye	Yeumbeul	Effectif	
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Count	Effectif		
Fréquence envoie à Dakar	Aucun	3	9	5	4	3	2		3		2	1	38
	Tous les jours	7	6	14	5	12	13	37	47	18	36	22	252
	Toutes les semaines	29	29	45	36	21	18	26	13	31	26	33	336
	Tous les mois	12	36	21	28	21	7	2	4	12	10	20	178
	Tous les trimestres	4	2	3	1	3			1		1	1	17
	Rarement	28	16	11	22	2	15	2	4	6	6	22	158
	Non applicable					1		1	2	1	2		7
Fréquence envoie ailleurs au Sénégal	Aucun	32	11	11	24	1	18	1	2	5	1	13	133
	Tous les jours	2	3	4		5	3	6	9	3	7	2	50
	Toutes les semaines	13	34	28	20	18	7	27	27	28	14	22	264
	Tous les mois	13	31	32	22	16	1	17	9	22	22	33	238
	Tous les trimestres	6	4	9	4	3		1	4	5	3	5	47
	Rarement	17	8	15	25	3	12	12	4	5	5	21	149
	Non applicable		3			2		2	13	1	1		
Fréquence d'envoi en Afrique	Aucun	69	61	73	75	4	29	36	13	39	2	54	511
	Tous les jours					2			3				5
	Toutes les semaines	3	2	1		4			1		2		17
	Tous les mois	3	2	4	4	3	1	3	4	2	5	3	36
	Tous les trimestres	2	7	4	2	1		1	5	5	1	1	31
	Rarement	4	7	15	14	4	7	8	5	5	5	15	98
	Non applicable	5				2		9	14	5			35
Fréquence d'envoi ailleurs dans le monde	Aucun	39	59	54	58	3	16	34	10	35	2	37	397
	Tous les jours	5		1			10		2				19
	Toutes les semaines	3		3	5	18	10	3	3	2	10	3	65
	Tous les mois	9	4	10	6	7	2	6	3	7	7	4	69
	Tous les trimestres	3	7	6	2	5		2	4	8	3	4	47
	Rarement	21	9	25	24	5	10	8	2	5	15	31	174
	Non applicable		5			2		10	21	2			40

Enquête ménage, Télécentres, novembre 2000

## ii) Mode de communication

En ce qui concerne les envois, le téléphone à partir d'un télécentre est le mode d'envoi de l'information vers Dakar le plus utilisé. Il est le fait de près de la moitié des ménages (453) dont les plus concernés sont localisés à Rufisque (79), à Yarakh (63), à Yeumbeul (61) et à Pikine (53).

En direction des autres régions, le télécentre reste le moyen le plus utilisé : 356 ménages (37%) dont les plus concernés sont localisés à Rufisque (60), à Yeumbeul (49) et à Pikine (46).

Cette tendance est confirmée sur l'international (171 ménages) alors qu'en direction de l'Afrique l'option principale est le fax.

Le téléphone privé (bureau ou domicile) concerne, à hauteur de 11%, les envois sur Dakar, 9% sur les autres régions et très peu les autres destinations (Afrique et monde).

La télécopie est utilisée tant dans les envois locaux (148 ménages), que dans les destinations internationales, dont l'Afrique (257 ménages).

Le courrier électronique d'un télécentre est très peu utilisé ; il ne concerne que 88 ménages, moins de 10% de la population, dont les plus concernés sont localisés à Saint-Louis (22), à Guédiawaye (16) et à Barak (15).

*Les autres moyens d'envoi restent assez marginaux.*

S'agissant des **réceptions**, le téléphone privé (lieu de travail ou domicile) est le principal moyen de réception des informations en provenance de Dakar, il est le fait de 484 ménages (50%) dont les plus concernés sont localisés à Mboro (85), à Rufisque (80) et à Yeumbeul (66). Ce constat est vérifié sur le mode de réception des informations provenant des autres régions avec la particularité que dans ce dernier cas, le fax est utilisé par 53 ménages et ensuite le télécentre par 44 ménages.

Sur l'international, le moyen de réception le plus utilisé reste le téléphone privé avec 179 ménages dont les plus concernés sont à Rufisque (37), à Yeumbeul (28) et à Mboro (26).

*Les autres moyens de réception restent très marginaux, on peut noter " autre fax " avec 25 ménages et « téléphone d'un télécentre » avec seulement 12 ménages.*

### **iii. Coût des communications**

Le **coût des envois locaux** est compris entre 50 et 500 FCFA pour près de deux tiers des ménages ; les coûts dans la tranche comprise entre 1250 et 2 000 FCFA ne concernent que 10% des ménages. Moins de 3% des ménages déboursent plus de 3000F.

Les **envois internationaux** occasionnent des dépenses qui peuvent être supérieures à 3000 F pour 67 ménages. Mais le coût d'envoi le plus important est compris entre 1 250 et 2 000

FCFA et touche 306 ménages dont les plus concernés sont localisés à Saint-Lois (65), à Guédiawaye (62), à Pikine (35) et à Yeumbeul (34).

*Globalement, on constate que pour le moyen d'envoi de l'information, le téléphone d'un télécentre occupe la première place quelle que soit la destination, quant à la fréquence d'envoi, elle varie selon la destination.*

Au niveau local, le coût de réception le plus important est compris entre 1251 et 2 000 FCFA et concerne 213 ménages avec une forte densité à Saint-Louis (50), à Guédiawaye (44) et à Yeumbeul (25).

**Les coûts de réception** à partir des autres régions du Sénégal restent marginales; néanmoins, il faut noter que 63 ménages dépensent entre 1251 et 2000 FCFA pour la réception et 23 ménages plus de 3 000 FCFA tandis que pour les autres ménages, les coûts sont variables et restent dans l'ensemble dans une fourchette faible.

Les coûts de réception à partir des pays africains sont relativement faibles comparés à ceux des envois, ils sont surtout le fait de 132 ménages qui dépensent un montant compris entre 1250 et 2000 FCFA. Seuls 42 ménages dépensent un montant supérieur à 3000 FCFA, alors que 128 ménages ne dépensent rien pour la réception d'informations venant d'Afrique.

Les coûts de réception à partir du monde sont faibles ou nuls, seuls 7 ménages dépensent entre 1 et 1250 FCFA dont 3 entre 250 et 500 FCFA et 3 entre 500 et 1250 FCFA (Tableau 42 en annexe 2).

De l'analyse du profil des échanges, il ressort que le moyen le plus important utilisé pour maintenir les relations sociales, culturelles et d'échanges économiques est le téléphone, il est le fait de 857 ménages sur 956 soit 90 % (tableau 25).

Tableau 25 : maintien des relations par le télécentre

		maintenir relation par téléphone				Effectif	
		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	62	85%	11	15%	73	100%
	Joal	92	91%	9	9%	101	100%
	Mboro	68	69%	30	31%	98	100%
	Pikine	93	93%	7	7%	100	100%
	Rufisque	89	90%	10	10%	99	100%
	Saint Louis	70	97%	2	3%	72	100%
	Rail	51	96%	2	4%	53	100%
	Colobane	68	100%			68	100%
	Barakh	69	99%	1	1%	70	100%
	Médina	58	88%	8	12%	66	100%
	Guédiawaye	44	77%	13	23%	57	100%
	Yeumbeul	93	94%	6	6%	99	100%
<b>Total</b>		857	90%	99	10%	956	100%
		maintenir relation avec lettres				Total	
		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	37	51%	36	49%	73	100%
	Joal	40	48%	44	52%	84	100%
	Mboro	42	43%	56	57%	98	100%
	Pikine	46	46%	54	54%	100	100%
	Rufisque	45	46%	54	55%	99	100%
	Saint Louis	43	72%	17	28%	60	100%
	Rail	18	45%	22	55%	40	100%
	Colobane	27	46%	32	54%	59	100%
	Barakh	48	89%	6	11%	54	100%
	Médina	24	44%	31	56%	55	100%
	Guédiawaye	23	49%	24	51%	47	100%
	Yeumbeul	52	54%	45	46%	97	100%
<b>Total</b>		445	51%	421	49%	866	100%
		maintenir relation par le biais de messages				Total	
		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	42	58%	30	42%	72	100%
	Joal	47	57%	35	43%	82	100%
	Mboro	32	33%	66	67%	98	100%
	Pikine	59	59%	41	41%	100	100%
	Rufisque	58	59%	41	41%	99	100%
	Saint Louis	38	76%	12	24%	50	100%
	Rail	8	23%	27	77%	35	100%
	Colobane	7	14%	44	86%	51	100%
	Barakh	19	68%	9	32%	28	100%
	Médina	4	10%	38	91%	42	100%
	Guédiawaye	30	57%	23	43%	53	100%
	Yeumbeul	64	66%	33	34%	97	100%
<b>Total</b>		408	51%	399	49%	807	100%
		maintenir relation E-mail				Total	

		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	4	6%	67	94%	71	100%
	Joal	4	5%	70	95%	74	100%
	Mboro	7	7%	91	93%	98	100%
	Pikine	8	8%	92	92%	100	100%
	Rufisque	6	6%	92	94%	98	100%
	Saint Louis	13	27%	35	73%	48	100%
	Rail	2	6%	31	94%	33	100%
	Colobane			48	100%	48	100%
	Barakh	5	28%	13	72%	18	100%
	Médina	7	15%	39	85%	46	100%
	Guédiawaye	3	9%	31	91%	34	100%
	Yeumbeul	5	5%	92	95%	97	100%
<b>Total</b>		64	8%	701	92%	765	100%
		maintenir relation par Fax				Total	
		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	6	9%	65	92%	71	100%
	Joal	3	4%	72	96%	75	100%
	Mboro	4	4%	94	96%	98	100%
	Pikine	6	6%	94	94%	100	100%
	Rufisque	4	4%	94	96%	98	100%
	Saint Louis	3	8%	37	93%	40	100%
	Rail	2	6%	30	94%	32	100%
	Colobane	1	2%	47	98%	48	100%
	Barakh	2	14%	12	86%	14	100%
	Médina	4	10%	38	91%	42	100%
	Guédiawaye	2	6%	31	94%	33	100%
	Yeumbeul	3	3%	94	97%	97	100%
<b>Total</b>		40	5%	708	95%	748	100%
		maintenir relation par radio				Total	
		1		2		Effectif	% ligne
		Effectif	% ligne	Effectif	% ligne		
Site de l'étude	Yarakh	1	1%	69	99%	70	100%
	Joal			74	100%	74	100%
	Mboro			98	100%	98	100%
	Pikine			100	100%	100	100%
	Rufisque			98	100%	98	100%
	Saint Louis	1	3%	37	97%	38	100%
	Rail			31	100%	31	100%
	Colobane			48	100%	48	100%
	Barakh			13	100%	13	100%
	Médina	1	3%	38	97%	39	100%
	Guédiawaye	2	7%	29	94%	31	100%
	Yeumbeul			97	100%	97	100%
<b>Total</b>		5	1%	732	99%	737	100%

Enquête ménage, Télécentre, Novembre 2000

Le second moyen en importance est la lettre qui est le fait de 445 ménages, puis en troisième position par le biais de messagers qui est le fait de 408 personnes.

L'E-mail reste en quatrième position avec seulement 64 ménages, suivi du fax qui est le fait de 40 ménages, et de la radio avec 5 ménages qui l'utilisent pour maintenir ces relations.

#### **iv. Type d'informations recherchées**

Les informations recherchées par les ménages portent sur les événements sociaux, culturels et religieux. Pour satisfaire ces besoins-là, ils s'orientent à hauteur de 50% vers les télécentres. Si l'information sportive constitue un centre d'intérêt il est noté que ce n'est qu'aux télécentres que s'adressent les enquêtés.

Les autres besoins en informations sont relatifs, aux différents aspects liés au marché des produits/services (458 ménages cumulés), à la culture ( 171 ménages), aux services médicaux (124 ménages) et aux thèmes liés à l'Etat (121 ménages).

A ce niveau également les concernés ne s'adressent pas nécessairement aux télécentres pour satisfaire leur curiosité (Tableau 35, enquête ménage, en annexe)

Sur 268 ménages préoccupés par des informations liées à la recherche d'emplois, 20% se dirigent vers les télécentres. S'agissant de l'éducation et des nouvelles compétences, la demande adressée aux télécentres est de l'ordre de 20%.

*Ces constats confirment l'importance des événements sociaux et culturels dans la vie quotidienne des ménages mais surtout la place des échanges commerciaux. Ils montrent aussi que le télécentre, malgré son caractère attractif, n'est pas encore considéré comme la source principale pour la satisfaction des besoins en informations des populations ; il est cité dans la plupart des cas comme une source secondaire, en tout cas pas prioritaire.*

En conséquence, il faut admettre que l'engouement noté pour les télécentres ne signifie pas encore que le télécentre est la principale source d'informations pour les populations. Toutefois, sa place dans les échanges à caractère social prend de plus en plus une véritable ampleur et revêt un cachet populaire incontestable.

Les informations recueillies sont partagées entre les utilisateurs. Environ deux tiers des utilisateurs partagent l'information recueillie dans les télécentres.

L'usage du partage se fait davantage en milieu familial et amical (70%) qu'en milieu professionnel (tableau 26).



Table 26: Répartition des enquêtés selon les personnes avec qui ils partagent l'information

		Type de Site				Total	
		ACACIA		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Avec qui partagent-vous l'information reçu à partir du télécentre	Ne partage pas l'information	54	72.0%	21	28.0%	75	100%
	Amis/parents	77	67.0%	38	33.0%	115	100%
	Collègues de travail	15	75.0%	5	25.0%	20	100%
	patrons et chefs	3	50.0%	3	50.0%	6	100%
	Confidentiel	13	81.3%	3	18.8%	16	100%
	Associations/GIE	5	83.3%	1	16.7%	6	100%
	Clients/opérateurs économiques	3	100.0%			3	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête/sondage Télécentre, Novembre 2000

### 4.3. Les contenus et leur pertinence

Les télécentres offrent une gamme variée de services parmi lesquelles on peut citer :

- le téléphone,
- l'accès à l'Internet ,
- la consultation net,
- la messagerie électronique
- la conception de page Web,
- le traitement de texte,
- la formation en informatique.

Les services qui marchent le plus sont : le téléphone, l'accès à l'Internet, la messagerie électronique et le traitement de texte. Quant aux autres services, ils connaissent des niveaux de développement en constante progression.

A côté des télécentres communautaires, certains télécentres privés (sites témoins) développent d'autres services externes aux NTIC (commercialisation de produits de beauté, de boisson et de produits divers).

Concernant les applications disponibles on peut noter :

- la confection de bons de commande, de factures, de bons de livraisons, d'affiches et de papiers entête avec logos.
- la confection de cartes de membre, de visite, de vœux , d'invitation ,
- l'envoi et la réception de messages,
- la recherche de partenaires et de débouchés pour les produits locaux,

- la recherche d'opportunités commerciale à distance
- la création d'adresse e – mail,
- l'accès à des informations sur l'organisation de foires commerciales à travers le monde (dates, lieux, conditions de participation)
- l'orientation des élèves et étudiants voulant poursuivre leurs études à l'étranger (Assistance Etudiants Etrangers),

On peut aussi relever la confection de cartes postales , de promotion de produits et de présentation des produits transformés et d'étiquettes pour les produits. Il y a aussi la confection d'outils de formation en gestion , en hygiène, en teinture et transformation de produits locaux.

Il s'agit là d'applications utiles et pertinentes car adaptées aux besoins sociaux et économiques des populations des sites d'implantation. Ces applications sont sollicitées par les différentes couches de la population (agriculteurs, artisans, ouvriers, opérateurs économiques, groupements de promotion féminine, associations sportives et culturelles, élèves et étudiants ) car elles permettent d'améliorer leur niveau d'information , de connaissance et de développer leurs activités commerciales en mettant en valeur leurs produits et services, d'accéder à des marchés et produits éloignés de leurs lieux de résidence, d'améliorer le niveau d'organisation des structures communautaires, de correspondre, de communiquer avec l'extérieur dans des délais très courts et des coûts conformes à leurs niveaux de revenus. A titre d'exemple on peut citer : la réalisation de fiches de présentation des produits locaux avec des illustrations réalisées à partir de scanner, la réalisation de supports (liste des membres, suivi des cotisations, procès verbal), pour un meilleur fonctionnement des organisations communautaires, l'utilisation du courrier électronique e-mail à la place des télégrammes qui nécessitaient des déplacements jusqu'au bureau de poste à des coûts relativement importants ; on peut aussi signaler l'utilisation du e-mail pour le transfert de fonds par les immigrés.

Ces services et applications sont appropriés aux besoins de la population d'où un niveau de satisfaction très important, plus de 75% (**tableau 26 bis**) des personnes interrogées ont montré une très grande satisfaction.

**Tableau 26 bis : Répartition des enquêtés selon le niveau de satisfaction des besoins d'information**

		Type de Site				Total	
		ACACI A		Site témoins		Nbre	%
		Nbre	%	Nbre	%		
Avez-vous des besoins d'informations non satisfaits	Ne sait	5	55.6%	4	44.4%	9	100%
	Non	142	71.0%	58	29.0%	200	100%
	Oui	23	71.9%	9	28.1%	32	100%
<b>Total</b>		170	70.5%	71	29.5%	241	100%

Enquête, sondage, Télécentre, Novembre 2000

Certaines applications mettent l'accent sur les préoccupations du milieu local, c'est le cas à Saint-Louis et Joal où la recherche de débouchés pour les produits halieutiques est une

préoccupation quotidienne d'une bonne partie de la population, à Mboro pour les productions maraîchères et à Guédiawaye avec les produits de sculpture et de teinturerie.

D'autre part, un certain nombre de télécentres communautaires sont conçus autour de thèmes qui traduisent la préoccupation du milieu, et par rapport à laquelle les applications disponibles essaient d'apporter des solutions, c'est le cas de Barak (Education et Formation alternative), de Rail (Artisanat et économie populaire), de Yeumbeul (Santé communautaire), de Rufisque (Assainissement et Habitat), de Yarakh (Enfance et jeunesse), de Colobane (Femmes et développement local), de Pikine (Stratégies des femmes en épargne et crédit) et de Médina (Mouvement associatif et actions culturelles). Cependant, il importe de signaler l'absence d'application par rapport à ces thèmes du fait d'un manque de maîtrise des moteurs de recherche par les gérants mais aussi du faible niveau de développement des organisations communautaires de base qui ne sont pas toujours en mesure de formaliser leurs attentes par rapport à ces thèmes ( Tableau 27).

Ces applications ont été pour l'essentiel créées à la suite d'un travail de diagnostic du milieu réalisé par le personnel du projet (Trade point Sénégal/ENDA-Ecopole) et qui a permis d'identifier en relation avec les populations locales dans le cadre d'une démarche participative, un certain nombre de besoins sociaux et économiques auxquels l'utilisation des TIC pouvait contribuer à apporter des solutions.

Parmi ces besoins, on peut relever celui de disposer de moyens de communication (téléphone, fax, e-mail etc...) à proximité donc au sein de la communauté, à des coûts en adéquation avec le niveau de revenu des populations (unité téléphonique à 75 F CFA alors qu'ailleurs elle coûte entre 75 et 100 F CFA).

D'autre part, le personnel des télécentres entretient avec les populations locales une dynamique d'écoute et d'échange qui lui permet de s'adapter à ses besoins par la création d'applications susceptibles de répondre à des besoins latents ou exprimés. La réalisation de l'essentiel des applications faites à partir du traitement de texte (logo, papier-entête, carte de visite, carte d'invitation, attestation de travail, affiche pour spectacles ou manifestations populaires etc) proviennent de la communauté.

En agissant de la sorte, le personnel évite ainsi la duplication d'applications ayant suscité un engouement des populations ailleurs mais qui ne sont pas attrayantes sur le plan local.

Tableau 27 : Accès des organisations aux TIC

ORGANISATION	INFORMATION	MOYENS	AVANTAGES
<b>Association des Amis du Livre</b>	- documentation - Formation - Financement	- Bouche à oreille - Radio - Email - Lettre - Téléphone	- Réduction des déplacements - Réduction des coûts - Disponibilité des services
<b>GPF Ndimbal Djiguène</b>	- Information communautaire	- Téléphone - Bouche à oreille - Déplacement	- Accès à la communication - Revenus du télécentre appartiennent à la communauté
<b>Regroupement Book Joobo Takku Ligeey</b>	- Financement - Achat et vente des marchandises	- Discussion - Réunion	- Relations sociales facilitées
<b>ASC Dalifort</b>	- Informations sportives - Echanges d'idées et d'expériences	- Convocation - Email, Internet - Téléphone	- Réduction des déplacements - Gain de temps et rapidité de l'information - Accès facile de l'information - Economie des coûts
<b>Centre de Ressources de Yeumbeul CCTAS</b>	- Téléphone - Déplacement	- Téléphone - Lettre - Déplacement	- Valorisation de notre travail - Faciliter les transactions - Accès facile à l'information et à la communication
<b>Groupe Sophe Serigne Falou</b>	- Formation - Santé et hygiène - Le cadre de vie	- Téléphone - Photocopie	- Réduction des coûts de communications
<b>Groupe Féminin CCTAS</b>	- Echanges d'information avec des partenaires extérieurs - Formation	- Internet - Téléphone - Lettre - Déplacement	- Réduction des déplacements - Réduction des coûts - Renforcement de la formation en information
<b>ASC Guney Marine</b>	- Informations sur la santé, hygiène, drogue, délinquance, sport et culture	- Les journaux - Convocation écrite et affiche	- Eduquer et sensibiliser la population - Augmenter les moyens de l'ASC - Créer des emplois - Réduction des déplacements - Régler les cas urgents - Réduction des coûts de communication
<b>ASAS</b>	- Sur la santé - Sur l'environnement - Sur les programmes d'éducation - Sur l'agriculture et l'élevage	- Téléphone - Email - Internet - Lettres radios	- Meilleure présentation des rapports et documents - Disponibilité de l'information - Respect des délais - Réduction des coûts de communication
<b>CODEL</b>	- Information sur le développement - Connaissance du développement	- Lettres - Email - Téléphone - Déplacements des membres	- Réduction des déplacements - Amélioration de la formation
<b>GIE Diappo Ligguey</b>	- Lettres journaux - Appel d'offres - Besoins des projets	- Téléphone - Lettres - Déplacements personnel	- Réduction des déplacements - Accès des populations à la communication - Connaissances des TICS par les populations - Publicité du GIE

Enquête/entretien avec les organisations, télécentre, novembre 2000

## **4.4. La propriété, la gestion et la pérennité**

### **4.4.1. La propriété**

A la différence des télécentres privés, les sites sous revue bénéficient d'un support qui les rattache en principe à leur communauté et d'un partenaire qui assure le financement initial. Ces différents supports ont joué un rôle de facilitateur, d'appui technique et financier. Ils ont contribué à la mise en place des sites en leur donnant un contenu, en les accompagnant pour leur développement et en contribuant, le cas échéant, à leur pérennisation.

L'existence d'un cadre institutionnel mettant en jeu différents partenaires et d'une dynamique communautaire, constitue un facteur de spécificité remarquable des sites ACACIA.

Ainsi, la propriété du télécentre est appréciée de manière différente selon le type de partenariat. Pour les télécentres communautaires initiés en partenariat avec ENDA-Ecopole, les populations les perçoivent comme des structures appartenant à la communauté du fait sans doute de leur niveau d'intégration très fort dans le milieu, de leur adoption (acceptation) par les populations et à un degré moindre de l'implication des populations dans leur gestion.

Quant aux télécentres réalisés en partenariat avec TPS, ils sont plutôt perçus comme la propriété d'une société privée prestataire de services.

Pour que le télécentre soit durable, il est nécessaire de faire de la communauté le véritable propriétaire et cela, à travers les organisations communautaires de base, ce qui permettra à chaque membre de se considérer comme détenant une parcelle de propriété et de s'impliquer à sa manière dans la promotion et la gestion du télécentre.

### **4.4.2. La gestion**

#### 4.4.2.1. La participation de la communauté à la gestion

Au niveau du sous-programme avec le Trade Point, les comités de gestion sont composés des représentants des collectivités locales, des chambres consulaires et des opérateurs économiques, il y a aussi des représentants d'organisations communautaires telles que les groupements d'intérêt économique.

Pour le sous-programme Enda-Ecopop, les comités de gestion sont composés des représentants des organisations communautaires de base.

La communauté pense que la gestion est bonne car celle-ci fait plus référence dans son appréciation à la disponibilité et à la compétence du personnel des télécentres n'ayant pas d'informations relatives à la gestion technique et financière du télécentre.

*Cependant, à y regarder de près, la gestion des télécentres communautaires appelle un certain nombre de constats.*

La gestion administrative, financière et technique est fortement centralisée (Télécentres TPS) au niveau du siège à Dakar où toutes les décisions importantes relatives au fonctionnement des télécentres sont prises. Le gérant ne peut ordonner et exécuter aucune dépense même pas pour l'achat de fournitures (consommables informatiques, papeterie, etc...).

En cas de problèmes techniques sur les équipements, certains gérants arrivent à résoudre quelques pannes mineures (arrêt de l'ordinateur, logiciel non fonctionnel) mais pour l'essentiel, ils doivent s'en référer au siège, attendre l'arrivée d'un technicien (il n'existe pas de contrat de maintenance avec des prestataires privés locaux) ou convoier le matériel sur Dakar avec tous les inconvénients qu'une telle opération peut poser (coût du déplacement, arrêt de plusieurs jours, rupture dans la fourniture de services, etc...). Vu sous cet angle, on peut affirmer que les télécentres ne disposent pas d'autonomie de gestion.

S'agissant de sites Enda-Ecopole, il est noté l'existence d'outils simples de reporting à la disposition des gestionnaires. Un système de gestion est prédéfini en relation avec le comité de gestion et un contrôle à posteriori est effectué. Les gestionnaires exécutent eux-mêmes les principales dépenses de fonctionnement (factures télécom, électricité, location, pécule gestionnaire et divers) et versent le solde (excédent). Cet excédent fait l'objet d'utilisation en fonction des délibérations du comité.

Afin d'associer les populations à la gestion des télécentres, des comités ont été mis en place au niveau de chaque télécentre. Les membres sont choisis parmi les hommes et les femmes vivant dans l'environnement immédiat du télécentre (ENDA-Ecopole) et parmi les opérateurs économiques.

Au niveau des antennes TPS les comités de gestion qui devaient être des vecteurs de l'appropriation n'ont pas pour l'essentiel joué ce rôle, se plaignant d'une forme de gestion qui les marginalise (ne sont pas impliqués dans la gestion financière et technique ni dans le recrutement du personnel), et revendiquant la mise à leur disposition de moyens financiers nécessaires à la réalisation d'actions d'information et de sensibilisation, contrairement à ceux de Enda-Ecopole (tableau 28).

Jusqu'à présent, il faut dire que le rôle des comités de gestion des antennes a été plutôt formel malgré une forte volonté de ses membres d'être davantage impliqués dans la gestion technique et financière des télécentres. Ce qui n'est pas le cas pour les télécentres Enda-Ecopole où les comités de gestion assurent les différentes fonctions de gestion.

Pour une meilleure implication de la communauté dans la gestion des télécentres communautaires, il urge de s'orienter vers la forme de propriété et de gestion du télécentre de Guédiawaye (dont nous avons déjà parlé plus haut) qui constitue un modèle tant dans la forme de propriété (propriété d'un groupement de 1200 membres), de gestion (l'assemblée générale participe à la gestion à travers un comité désigné qui lui rend compte régulièrement, l'ensemble du personnel est issu de la communauté) que dans les garanties de pérennisation (prise en charge collective des charges de fonctionnement).

*Une plus grande implication des partenaires locaux, notamment les chambres de commerce et les collectivités locales, dans la gestion permettrait d'explorer de nouvelles formes de propriété et de gestion qui seraient de nature à consolider les acquis des télécentres et à assurer leur pérennité.*

Cette étape passe par une décentralisation de la prise de décision qui permettrait aux télécentres de bénéficier d'une autonomie de gestion et aux comités de gestion et partenaires locaux de réaliser pleinement le processus d'appropriation.

#### 4.4.2.2. La rentabilité financière

L'analyse ci-après est la synthèse des tableaux financiers ENDA (août 2000 à janvier 2001) et des résultats financiers du rapport d'évaluation TPS. A titre de comparaison, la situation financière 2000 d'un télécentre privé (Hann Labo Photo) a été prise en compte.

Tous les chiffres ont été ramenés à une moyenne mensuelle par site et par ligne de produit (cf tableau 29 : Etat des recettes dépenses)

L'analyse ne tient pas en compte les aspects liés à l'investissement initial ou à son renouvellement.

##### 4.4.2.2.1. Les recettes

###### Sources de revenus

La téléphonie est la principale source des revenus ; elle représente plus de la moitié des recettes cumulées.

S'agissant des sites ENDA, le téléphone procure 86% des recettes enregistrées contre 13% pour la bureautique (travaux et formation).

Par contre, pour les sites TPS, la téléphonie est quasi nulle. Les revenus proviennent essentiellement de la navigation Internet (41%) des produits WEB et d'INFO COM (34%).

Les recettes diverses, hors services Internet, constituent une part non négligeable dans les antennes à faible revenus d'exploitation comme Ross Béthio et Joal (TPS)

**Tableau 28 : Participation de la communauté à la gestion du télécentre**

NOM DU TELECENTRE	NATURE DE LA RESPONSABILITE FINANCIERE	PROPRIETAIRE DU TELECENTRE / CYBERCAFE	IMPLICATION DU PROPRIETAIRE	GESTION DU TELECENTRE / CYBERCAFE	OBSERVATIONS
CRC DE YARAKH	Approuve les budgets	La communauté	Recrutement Fourniture de ressources (financières et matérielles) Fixe les prix	Il est bien géré	Gestionnaires dynamiques Prévoyants
SERBATIM	Contrôle les revenus quotidiens	La communauté	Recrutement Fourniture de ressources (financières et matérielles) Fixe les prix	Il n'est pas bien géré	
CRC DE RUFISQUE	Approuve les budgets Signe les chèques Contrôle les dépenses Contrôle les revenus quotidiens	La communauté	Supervision Fourniture de ressources (financières et matérielles)	Il est bien géré	
CRC DE PIKINE	Approuve les budgets Signe les chèques Contrôle les dépenses Contrôle les revenus quotidiens	Union Nationale Opératrice de la Grande Côte Pêche Maritime	Recrutement Supervision Fourniture de ressources (financières et matérielles) Fixe les prix	Il est géré mais les activités ont un peu baissé	
CRC DE MEDINA	Approuve les budgets Contrôle les dépenses Contrôle les revenus quotidiens	La communauté	Recrutement Supervision Fixe les prix	Il est bien géré	Enregistrement des D/R Evaluation mensuelle
CRC DE MEDINA	Approuve les budgets Contrôle les dépenses Contrôle les revenus	La communauté	Recrutement Supervision Fixe les prix Marketing	Il est bien géré	Transparence Comptes corrects
BARAKH	Approuve les budgets Contrôle les dépenses Contrôle les revenus quotidiens	La communauté	Recrutement Supervision Fixe les prix	Il est bien géré	Les comptes sont contrôlés régulièrement
BARAKA	Approuve les budgets	Un individu	Supervision	Il est bien géré	pas beaucoup de difficultés à part les arriérés qui sont recouverts progressivement
ANTENNE TPS SL	Conseil technique	Une société	Supervision Fourniture de ressources (financières et matérielles)	Ne sais pas	Il y a souvent des difficultés technique
ANTENNE TPS/MBORO	Conseil technique	Une société	Supervision Fourniture de ressources (financières et matérielles)	Il n'est pas bien géré	Pas de partage de responsabilités
ANTENNE TPS / JOAL	Aucune	Une société	Supervision Fourniture de ressources (financières et matérielles)	Il est bien géré	

Enquête/entretien avec les membres des comités de gestion, télécentre, novembre 2000



### **Variation des recettes**

Le niveau moyen des recettes est variable : de 1,4 million F ( ENDA) à 0,6 million F (TPS) à 0,5 million F ( Privé). Le montant total des recettes des sites ENDA fait plus du double de celui des antennes TPS (Tableau financier 29).

Une grande variation est constatée entre les sites d'un même projet. Parmi les télécentres ENDA, Yeumbeul réalise en moyenne plus de 500.000 F / mois alors que le télécentre de Yarakh est autour de 20.000 F.

Les écarts parmi les sites TPS sont encore plus prononcés. L'amplitude passe du simple au triple : Saint-Louis et Thiès sont autour de 200.000 F contre 40 à 60.000 F à Mboro et Ross Béthio.

#### **4.4.2.2.2. Les coûts**

Les coûts les plus significatifs supportés par les TC portent sur les factures réglées à la SONATEL : en moyenne plus de 50% des dépenses sauf pour le TPS dont les dépenses de télécommunication ne font que 20%.

Alors que pour ENDA et le Privé, les charges de personnel représentent environ 10%, ce poste s'élève à plus de 70% des dépenses pour le TPS.

Les autres rubriques de dépenses concernent dans de rares cas la location et plus souvent les frais d'électricité, soit environ 10 à 12% des charges.

L'implication, dans des formes diverses, des collectivités locales et des organisations communautaires constitue un facteur avantageux qui devrait favoriser la rentabilisation financière des télécentres car celle-ci se traduit par des subventions.

## Tableau financier 29

**Tableau 30 : rentabilité des télécentres**

NOM DU TELECENTRE	COUT, RENTABILITE ET ACCESSIBILITE				
	<i>Rentabilité</i>	<i>Les services les plus profitables</i>	<i>Activités qui ne génèrent aucun bénéfice</i>	<i>Coût des services offerts</i>	<i>Accessibilité en cas de réduction des prix</i>
ANTENNE JOAL	Les recettes ne peuvent pas couvrir les charges	Traitement de texte Courrier électronique Connexion formation	L'assistance technique	Le prix est à la portée de tout un chacun surtout le traitement de texte	Les élèves auront plus accès aux services offerts
CRC BARAKA	Faible rentabilité	Télécentre	Internet Parfois la Bureautique	A part Internet les autres sont vraiment accessibles	Il y aura plus d'utilisateurs
MEDINA	La couverture des charges est assurée mais pas l'amortissement des équipements	Le traitement de texte	Internet	Les prix sont abordables	Les utilisateurs ne seront pas forcément plus nombreux
TPS SAINT LOUIS	Faible rentabilité	Traitement de texte Email Internet	Internet	Les prix sont correctes	La réduction des prix amèneraient davantage de clients
CYBERCAFE POINT FINAL	Faible rentabilité	Internet Traitement de texte	Les formations	Les prix sont abordables	La réduction des prix amèneraient davantage de clients
KHADIMOU RASSOUL	La couverture est assurée mais ne prend pas en compte l'électricité et la location	Service téléphonie	Internet	Pas toujours, les revenus sont variables d'un jour à l'autre	La réduction des prix amèneraient très peu de clients
HANN PHOTO	Les bénéfices couvrent toutes les charges	Téléphone Photocopie Vente de boissons Traitement de texte	Internet Email	Ils peuvent se permettre tous les services mais pas toujours surtout pour l'Internet	En cas de réduction, les clients augmenteront surtout pour les services concernant l'Internet
CRC RUFISQUE	Les bénéfices ne couvrent pas du tout les charges	Téléphone	Internet Email	Les prix sont tout a fait abordables	Les clients n'augmenteront pas il y aura toujours les mêmes utilisateurs
KHALIFA ABABACAR SY	Les bénéfices ne couvrent pas du tout les charges	Vente de boisson Vente de lait caillé	Téléphone	Les prix sont très correctes	Les clients augmenteront
GUEDEAWA Y	Les bénéfices ne couvrent pas tous les charges	Traitement de texte Formation Téléphone	Internet	Les prix sont correctes	Les clients n'augmenteront pas
LE DJOLOFF	Les bénéfices couvrent toutes les charges	Téléphone		La clientèle peut se permettre de s'offrir les services mis à leur disposition	Pas évident
CRC CCTAS	Les bénéfices couvrent toutes les charges	Téléphone Formation Bureautique	Internet	Les prix sont abordables	Les clients n'augmenteront pas
TPS MBORO	Les bénéfices ne couvrent pas les charges	Traitement de texte Internet		Les prix sont correctes	Les clients augmenteront surtout pour l'Internet
FAIDHERBE	Les bénéfices ne couvrent pas toutes les charges	Téléphone Traitement de texte			Sûrement, les clients augmenteront
MAGASIN	L'équilibre est atteinte mais la caution initiale versée à la SONATEL est excessive	La vente de marchandises	Pas vraiment	Les gens peuvent s'offrir nos services	Les clients augmenteront surtout pour le traitement de texte
KHADIMOU RASSOUL	Les recettes sont insuffisantes pour assurer le développement des activités	Téléphone	Internet Traitement de texte	Les prix sont correctes	La fixation du prix n'est pas le principal problème
COLOBANE	Les bénéfices ne couvrent pas les charges	Traitement de texte	Internet	Les prix sont abordables	La réduction du prix n'est pas le problème principal
HANN	Les bénéfices couvrent les charges	Téléphone Photocopie Traitement de texte	Internet	Les prix sont acceptables	Les clients augmenteront à coup sûr

Enquête/entretien avec le personnel, télécentre, novembre 2000

#### 4.4.2.3. La rentabilité

Les sites ENDA réussissent à assurer une couverture des dépenses par les recettes et même à dégager une légère marge excédentaire de l'ordre de 8%. Cependant Yarakh fait exception à cette règle d'autant que la corrélation entre dépenses télécoms et recettes téléphoniques ne semble pas établie.

S'agissant des antennes du TPS, la structure est déficitaire en général : aucun site ne réalise l'équilibre. Les charges cumulées TPS sont près de 4 fois supérieures aux recettes, du fait de l'importance des frais de personnel.

A titre de comparaison, le télécentre privé présente un profil qui confirme que la structure financière des télécentres peut être équilibrée. Les recettes sur le téléphone et Internet constituent 76% des recettes et seulement 62% des charges.

Le TPS maximise ses revenus sur les produits Internet et INFO COM alors que les sites ENDA plafonnent plutôt sur le téléphone.

La comparaison entre les deux modèles est d'autant plus difficile qu'ils commercialisent des produits différents alors qu'ils pouvaient élargir leur offre par un échange de services.

En conséquence, le modèle de gestion doit viser :

- l'équilibre financier, condition de durabilité et de pérennisation des télécentres
- un service à la clientèle adapté au contexte grâce à un marketing de type communautaire

Le modèle de télécentre privé s'impose sous le rapport de l'équilibre des comptes, de la constitution d'un excédent pour financer le développement (renouvellement des équipements qui deviennent rapidement obsolètes) et/ou la diversification des activités.

Par contre, le caractère communautaire oblige à avoir une approche spécifique en direction de la clientèle : service personnalisé, assistance plus poussée.

#### 4.4.3. La pérennité

Les télécentres mis en place dans le cadre du programme ACACIA en partenariat avec Trade Point Sénégal (TPS) d'une part et ENDA-Ecopole d'autre part, ont fini de démontrer leur utilité sociale et leur capacité à répondre aux besoins en TIC des populations.

*S'agissant de la qualité des prestations de services offertes par ces télécentres, le niveau d'appréciation est très fort, 78 % des utilisateurs interrogés s'inscrivent dans cette dynamique et citent parmi les facteurs d'attraction : l'accueil, la disponibilité du personnel, la compétence du personnel, le cadre et l'ambiance du télécentre.*

Il importe de signaler qu'un certain nombre de télécentres (surtout ceux de ENDA-Ecopole) implantés dans des quartiers dits défavorisés sont devenus de hauts lieux de socialisation pour la population locale.

L'intégration réussie des télécentres dans les lieux d'implantation, leur acception par les populations symbolisée d'une part par le niveau de satisfaction exprimé et par la fréquentation d'autre part ainsi que la forte volonté d'appropriation manifestée par les populations (besoin d'être davantage impliqué dans la gestion du télécentre), constituent des gages d'une pérennisation de leurs activités.

Cependant, cette pérennisation n'est pas acquise d'avance car il existe un certain nombre de contraintes d'ordre financier à résoudre.

Aujourd'hui, au vu du niveau des recettes générés par les différents télécentres, force est de constater que rares sont ceux d'entre eux qui peuvent couvrir l'ensemble de leurs charges d'exploitation, même si les recettes sont en constante progression depuis le démarrage des activités. Cette situation s'explique principalement par le fait qu'au niveau des télécentres TPS, les salaires de personnel représentent 70 % du coût d'exploitation et sont relativement élevés. Au niveau des télécentres ENDA, le problème ne se pose pas dans les mêmes termes car le système de rémunération mis en place octroie 50 % des recettes générées par le télécentre au personnel.

Jusqu'à présent, la subvention accordée par le CRDI a permis d'assurer l'équilibre budgétaire ; cependant, celle-ci étant arrivée à terme, il va falloir mettre en place de façon urgente des stratégies efficaces de génération de ressources propres ou de mobilisation de financements auprès de partenaires locaux que sont les chambres de commerce et les collectivités locales.

Dans cet ordre d'idée, il n'est pas exagéré de penser que la pérennité des télécentres dépendra de la disponibilité/génération des ressources à court terme (fonds de roulement) et de la garantie de ressources à moyen et long terme.

Les télécentres peuvent générer des recettes capables de couvrir l'ensemble de leurs charges d'exploitation à l'image de celui de Guédiawaye dont le fonctionnement (mise à disposition

de local, prise en charge du personnel et des dépenses d'exploitation) est entièrement pris en charge par la communauté à travers le Groupement d'Intérêt Economique « SERBATIM ».

Ce groupement qui fonctionne sans subvention extérieure a néanmoins réussi l'exploit d'installer le télécentre au cœur d'un dispositif autour duquel tournent un ensemble d'activités génératrices de ressources financières à même de lui assurer une certaine pérennité.

Le GIE SERBATIM est un groupement de 1200 personnes dont 957 femmes et 243 hommes, constitué en 1997 en vue de mener des activités génératrices de revenus et d'œuvrer à la promotion de ses membres. Il mène des activités assez variées qui vont de la teinture en passant par la sculpture de bois et d'œuvres d'art, à la formation en informatique. Le GIE dispose aussi d'un salon de coiffure qui réalise des prestations et fait de la formation pour les jeunes filles, d'une mutuelle d'épargne et de crédit, d'une garderie d'enfants et d'une école privée. Toutes ces activités génèrent des bénéfices qui, en plus des cotisations des membres, permettent de faire face aux différentes charges de l'organisation. Le personnel du télécentre, qui est membre du GIE, a fonctionné pendant presque une année sur la base du bénévolat avant de bénéficier aujourd'hui d'une indemnité mensuelle que lui verse le GIE.

Les télécentres ne pourront atteindre cet objectif qu'à la condition de mettre en œuvre quelques mesures d'accompagnement qui passent par la révision du mode de rémunération du personnel, qui passe par le versement d'un salaire mensuel fixe non basé sur le niveau des recettes générées par le télécentre (TPS) afin de l'adapter aux exigences de rentabilité, la réalisation de programmes de promotion en vue d'accroître le nombre d'utilisateurs et la mise en œuvre d'un certain nombre de réformes d'ordre institutionnel en relation avec Trade Point Sénégal et ENDA-Ecopole.

Pour l'instant les télécentres communautaires ne semblent pas souffrir de l'existence d'une concurrence dans certaines zones, d'ailleurs les gérants ne le perçoivent pas en termes de perte de clientèle.

*Cette situation peut s'expliquer par :*

- leur localisation dans des zones spécifiques où la demande solvable n'est pas à priori évidente pour un opérateur privé ;
- la qualité, la diversité des services et l'assistance offerts ;
- le niveau de prix pratiqué qui d'une part est très compétitif par rapport à celui des privés et d'autre part tient compte du niveau de revenus de la communauté, d'ailleurs 64 % des utilisateurs considèrent que les prix sont abordables et 75,5 % affirment vouloir continuer à utiliser le télécentre même en cas d'augmentation des prix.

L'approche communautaire adoptée a permis de doter la communauté locale de *capacités à trois niveaux* :

- **la communauté**, à travers les utilisateurs individuels, les ménages et les organisations de base, a montré ses capacités à gérer le télécentre à chaque fois que l'occasion lui en a été donnée (cas du GIE SERBATIM) quant à ses capacités à l'utiliser normalement, elles méritent d'être renforcées afin de lui permettre d'avoir une meilleure maîtrise de l'outil

informatique, domaine dans lequel son utilisation directe reste encore très limitée cependant, l'assistance que lui apporte le gérant du téléc centre lui permet de satisfaire ses différents besoins ;

- **Le personnel des téléc centres** dispose généralement d'aptitudes managériales nécessaires à la gestion du téléc centre et de la clientèle, l'assistance qu'il fournit aux utilisateurs est fortement appréciée par ces derniers. Leur niveau d'étude généralement équivalent ou supérieur à deux années après le baccalauréat ainsi que leur niveau de connaissance en informatique leur permettent de fournir aux utilisateurs les services désirés. Cependant, ils ont des limites, notamment en matière de maintenance, domaine dans le lequel leurs compétences devront être renforcées ;
- **Les comités de gestion** qui sont réellement impliqués dans la gestion financière et technique des téléc centres (Enda-Ecopole) participent pleinement à la programmation des activités, à la réalisation et au contrôle des opérations financières liées à la gestion interne du téléc centre. Cependant, ils ne disposent pas encore d'un niveau d'organisation et d'aptitude pouvant leur permettre de mobiliser les ressources matérielles ou financières extérieures au profit du téléc centre. Un renforcement de leurs compétences les rendrait beaucoup plus opérationnels.

La *contribution de la communauté* aux téléc centres a été un élément important dans l'ancrage des TIC dans les localités concernées. Il s'agit d'une contribution :

- **Financière** : les contributions financières émanent des collectivités locales (communes, communautés rurales) des chambres consulaires et sont destinées à la couverture de certaines dépenses de fonctionnement du téléc centre (location, électricité).  
Il s'agit là d'une forme de participation symboliquement très forte vu le faible niveau de ressources dont disposent ces collectivités ; ceci traduit leur engagement à apporter leur contribution à la généralisation de l'utilisation des téléc centres aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural et principalement dans les milieux défavorisés.  
Les organisations communautaires de base, à l'image du GIE SERBATIM, apportent aussi une contribution financière très importante au téléc centre. La pérennité de ces derniers passe d'ailleurs par la généralisation de la contribution financière des organisations communautaires.
- **Matérielle** : elle reste encore limitée aux collectivités locales, chambre consulaires et à l'ONG Enda-Ecopole qui ont en grande partie fournit les locaux abritant les téléc centres, ce qui traduit aussi leur engagement à accompagner les communautés de base dans le processus d'appropriation des téléc centres.
- **Sensibilisation et mobilisation de la communauté** : à ce niveau, force est de constater que la seule forme de vulgarisation et de promotion du téléc centre réalisée par la communauté a été le bouche-à-oreille qui, du reste a très bien fonctionné mais n'a pas été suffisant pour faire part de l'existence du téléc centre et des services disponibles ; il n'y a pas eu de grandes mobilisations à travers des manifestations populaires hormis celles réalisées durant le lancement du programme. Cette situation s'explique sans doute en partie par le défaut de compétences dans le domaine du marketing communautaire, d'où la nécessité de combler cette lacune par la formation.





## V. CONCLUSIONS

L'étude a permis de déceler un certains effets des télécentres sur la population, d'envisager la pérennité des télécentres et de dégager des recommandations.

### 5.1. Effets des télécentres

les populations utilisent les applications des TIC dans leur vie quotidienne pour répondre à des besoins sociaux et économiques : envoi et réception de messages, recherche d'information, relations d'affaires, etc.

Au niveau des sites pilotes, le degré de satisfaction des populations est très élevé à la fois pour l'ouverture des télécentres et pour les services offerts ; l'impact social des CRC et des Antennes décentralisées sur les populations et leurs activités est très important.

L'introduction et le développement du téléphone, notamment avec les télécentres, ont introduit une nouvelle culture : la culture du téléphone.

Il y a aujourd'hui une véritable conscience populaire du téléphone comme moyen de communication sociale et commerciale.

De la sorte, des relations sociales et familiales sont maintenues sans obligation de déplacement physique. La mobilité tend à être plus virtuelle que réelle. Ainsi, le réseau d'échanges n'est plus l'apanage exclusif des axes routiers.

L'émission et la propagation d'informations, non seulement économiques mais également sociales et culturelles, peuvent maintenant circuler, y compris en milieu populaire, à travers le téléphone et d'autres médiats avec rapidité et à moindre coût grâce aux TIC

Ce nouveau dispositif technologique rend possible un accès moins discriminant au plan social.

Le modèle d'implantation communautaire facilite l'accès auprès des catégories sociales bloquées par les barrières à l'entrée (coût de l'abonnement individuel).

Ainsi le télécentre constitue un moyen de renforcement de la vie communautaire.

Par son rôle de pôle d'attraction, et de centre de ressources communautaires il permet :

- un contact dans les deux sens (appel/réception) entre les groupes émigrés et le village ;
- un centre d'hébergement des micro-entreprises de quartier et des porteurs individuels d'initiative économique (prestataires de service : bonnes, gargotières etc.) ;
- une possibilité de communication régulière entre les micro entreprises de la zone (adressage téléphonique, courrier électronique) et la clientèle ;
- l'exercice d'un secrétariat partagé (établissement de factures, cartes de visite, réception d'appels...)

- un cadre de formation et d'apprentissage pour l'utilisation et la maîtrise des TIC grâce à la proximité et aux tarifs ;
- le développement de l'emploi local (gérants de télécentres ) et l'acquisition de nouveaux profils de compétence;
- l'élargissement de l'horizon culturel et l'émergence d'une conscience citoyenne plus avisée dans les zones d'implantation ACACIA;
- la généralisation de l'accès des communautés de base aux informations commerciales en temps réel et à moindre coût par le biais des Nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) est possible aujourd'hui ;
- un effet d'entraînement socio-économique avec les activités connexes ou annexes : restaurant, buvette, boutique de marchandises diverses et la génération de valeur ajoutée locale.

Grâce aux apprentissages en faveur du personnel et des gérants, qui non seulement ont réussi à maîtriser ces nouvelles technologies mais aussi à y intéresser la communauté et à contribuer à leur diffusion par la formation bureautique, l'initiation à Internet, l'utilisation du téléphone, les télécentres ont favorisé un développement communautaire qui a permis :

- de faire recouvrer un minimum de crédibilité aux quartiers isolés comme Baraka par des services modernes comme Internet qui font du quartier un lieu d'attraction.
- de contribuer au renforcement institutionnel des organisations communautaires (fichier membres, P.V. réunion...),
- de faire jouer aux gérants de télécentre un rôle d'appui conseil et de relais dans la chaîne d'informations et de communication sociale,
- d'investir l'excédent de ressources financières pour la mise en place de la caisse populaire et d'épargne et de crédit en faveur des porteurs d'initiative économique ;

## **5.2. Potentialités et pérennité des télécentres**

Sans nul doute, le tissu de télécentres est un atout à la fois social, économique et culturel. La délocalisation du site TPS participe de cet effort de décentralisation mais encore assurément insuffisant. D'ailleurs, l'implantation récente des Cybercafés et le succès enregistré dans certaines zones ACACIA, montre que la demande n'est pas encore entièrement satisfaite. Cette situation indique que Internet a encore un fort potentiel de pénétration dans les régions.

Les contraintes d'accès liées à l'analphabétisme, à l'aménagement et l'équipement des télécentres et au coût du matériel et des liaisons peuvent être surmontées en milieu défavorisé ou rural par un usage collectif communautaire. Les résultats du projet ACACIA illustrent bien que les populations sont capables de s'approprier les TIC et de les utiliser comme moyen de promotion sociale et économique.

Cependant, pour assurer la pérennisation des projets TIC et leur développement durable et équitable, il faudrait que les populations des zones défavorisées de la capitale et des régions

éloignées puissent apporter leur propre valeur ajoutée, en leur proposant des applications spécifiques à leurs besoins et en favorisant leur contribution au contenu, pour un échange dynamique à double sens .

Suite à la popularisation du téléphone huit années seulement après l'ouverture des télécentres privés, il est permis d'espérer à celle des services informatiques (bureautique) et Internet (messagerie et navigation) d'ici peu d'années au vu de leur expansion rapide, si les contraintes sont levées.

Dans cette perspective, le séminaire de validation a noté qu'un minimum de quatre ordinateurs est nécessaire pour assurer une offre de services Internet adéquate et rendre les « cyber-télécentres » rentables.

### 5.3 Recommandations

Les recommandations sont de plusieurs ordres et ont trait au personnel, à la gestion, aux services et à la pérennité (voir tableau 31, page suivante).

#### Formation :

En vue d'assurer la pérennité du télécentre, il importe de renforcer les compétences des différents acteurs par des actions de formations :

- *Le personnel des télécentres* : techniques de vente et de communication, en gestion et maintenance technique.
- *les membres de la communauté* : information/Education/Communication ; marketing communautaire ; initiation aux TIC ;
- *les membres des comités de gestion* : initiation aux NTIC ; Information, éducation et Communication ; marketing communautaire.

#### Gestion

En direction des Télécentres ENDA :

- accroître les recettes sur Internet pour mieux couvrir le paiement du forfait réseau ;
- se doter d'une ligne distincte,
- élargir la gamme des services offerts par l'exploitation des services distribués par TPS ( INFO COM, produits Web ...),
- améliorer le système de motivation en instituant une prime liée aux chiffres d'affaires.

**Tableau 31 : Accès des organisations aux TIC**

ORGANISATION	INFORMATION	TELECENTRE	MOYENS	RECOMMANDATIONS POUR LE SUCCES DU TELECENTRE
Association des Amis du Livre	documentation Formation Financement	Rufisque Gouye Mouride	- Bouche à oreille - Radio - Email - Lettre - Téléphone	Etre plus accueillant et modeste Plus de disponibilité
GPF Ndimbal Djiguène	Information communautaire	Rufisque Gouye	- Téléphone - Bouche à oreille	Sensibilisation de la population Veiller à la bonne gestion

		Mouride	- Déplacement	Diversifier les services
Regroupement Book Joobo Takku Ligeey	Financement Achat et vente des marchandises	Colobane	- Discussion - Réunion	Location trop chère Maintenir le site actuel du télécentre Ouvrir un nouveau site plus proche des habitations
ASC Dalifort	Informations sportives Echanges d'idées et d'expériences	Hann Yarakk	- Convocation - Email, Internet - Téléphone	Accessibilité du télécentre Mettre un tableau indiquant l'existence du télécentre Organiser des journées de sensibilisations
Groupement Soppe Serigne Falou	Formation Santé et hygiène Le cadre de vie	Pikine	- Téléphone - Photocopie	Réduction des coûts de l'unité du téléphone
Groupement Féminin CCTAS	Echanges d'information avec des partenaires extérieurs Formation	Yeumbeul	- Internet - Téléphone - Lettre - Déplacement	Améliorer la gestion Changement d'employé pour plus de rendements
ASC Guneey Marine	Informations sur la santé, hygiène, drogue, délinquance, sport et culture	Yeumbeul	- Les journaux - Convocation écrite et affiche	Augmenter les équipements Réduire les tarifs
ASAS (ONG)	Sur la santé Sur l'environnement Sur les programmes d'éducation Sur l'agriculture et l'élevage	Pikine	- Téléphone - Email - Internet - Lettres - radios	Equiper le télécentre en outils manquant Information et sensibilisation de la communauté sur l'existence et les facilités qu'offrent le télécentre
Comité de Développement Local	Information sur le développement Connaissance du développement	Rufisque	- Lettres - Email - Téléphone - Déplacements des membres	Augmentation des ordinateurs Mettre une photocopieuse

Enquête/entretien avec les organisations, télécentre, novembre 2000

En direction des antennes TPS :

- conférer aux télécentres une autonomie de gestion leur permettant de prendre certaines décisions (achat de consommables, signature de contrats de maintenance avec des prestataires locaux etc...) ;
- indexer la rémunération du personnel au niveau des activités ;
- élargir les services à la téléphonie et à la formation bureautique ;
- consolider et élargir les services actuellement offerts.

De manière générale, l'accroissement du volume des activités est nécessaire pour rendre compatibles les recettes aux charges incompressibles.

L'accroissement du volume des activités pourrait selon les cas, se faire par l'augmentation de la capacité d'offre (multiplier les équipements ou introduire de nouveaux services) ou l'amélioration de la stratégie marketing ou encore la diversification par de nouvelles sources de revenus.

Il convient aussi d'assurer une plus grande implication des Comités de gestion et des partenaires locaux dans la gestion par un accès aux informations financières, une participation à l'élaboration des budgets, au recrutement du personnel et aux actions d'information et de sensibilisation, en ce qui concerne notamment les antennes TPS.

## Pérennité

- accroître la génération de revenus des télécentres en améliorant le niveau de fréquentation par :
  - la diversification des services offerts ;
  - l'augmentation en quantité et en qualité de certains équipements (ordinateurs etc) ;
  - généraliser l'offre de service de téléphone et de photocopie dans tous les télécentres.
- Rendre plus autonome les partenaires et gestionnaires des télécentres pour adapter les approches et solutions en fonction de leur contexte spécifique.
- Elargir et diversifier les activités des télécentres ACACIA en :
  - se positionnant, en ce qui concerne les sites antennes TPS, sur l'utilisation du netphone, sur les activités de photocopie, de fax et de formation Bureauatique ;
  - renforçant la capacité du service téléphonie et offrir les services de reproduction et de fax (Winphone), au niveau des sites Enda.
- Promouvoir la boîte postale électronique auprès des populations résidentes et du secteur professionnel.
- Favoriser l'assistance sur la navigation Internet et l'exploitation des sites spécialisés au profit des différents groupes de la communauté ;
- Favoriser les échanges d'applications entre les sites TPS et ceux d'ENDA ;
- Faire valoir auprès des pouvoirs publics ce statut communautaire afin d'obtenir un appui institutionnel, matériel et financier ;
- Promouvoir des formes de motivation attrayantes pour le personnel des télécentres (formations valorisantes par exemple) ;
- Améliorer le confort au niveau des télécentres (aménagement des locaux, salle d'attente avec des journaux et revues, isolement de la cabine téléphonique pour assurer la confidentialité des communications, installation de toilettes pour la clientèle) ;
- Promouvoir la diversification par le développement de services liés aux TIC (vente d'accessoires et de sous produits de télécommunication) et aussi de services de commodité (services de café).
- Regrouper les télécentres dans une cadre (réseau ou autre) afin de :
  - promouvoir les échanges d'expériences ,
  - travailler ensemble sur la recherche de contenus adaptés aux besoins des populations locales,
  - nouer un partenariat avec les institutions et bailleurs de fonds en vue d'acquérir des équipements complémentaires,

- développer des synergies internes et externes,
- mettre en place avec la SONATEL une forme de partenariat pouvant déboucher sur la concession d'avantages particuliers (baisse de la tarification, accès à d'autres services) en raison de leur statut communautaire.

## VI. Référence bibliographique et documentaires

1. Plan d'orientation méthodologique de l'étude panafricaine sur les télécentres, Florence ETTA, Khamathe SENE, Edith ADERA Alzouma GADO, CRDI, octobre 2000
2. L'expansion des télécentres à Dakar/Mémoire de Maîtrise, Université de Bretagne Occidentale, 1997-1998/France ;
3. Antennes Régionales du Trade Point Sénégal (TPS), Stratégies et plans pour les sites/Centre de Recherches pour le Développement International (CRDI), Mai 2000 ;
4. Evaluation du Programme de Décentralisation du Trade Point Sénégal/Centre de Recherches pour le Développement International, Novembre 2000 ;
5. Etat de l'art sur les technologies de l'information et le développement social au Sénégal, O.Sagna/UNRISD, EBAD, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Janvier 2000 ;
6. Rapport d'avant projet du schéma régional d'aménagement du territoire de Saint-Louis, Direction de l'aménagement du Territoire, Sénégal, Octobre 1994 ;
7. Rapport d'avant-projet du schéma régional d'aménagement du Territoire de Thiès, Direction de l'aménagement du Territoire, Sénégal, Octobre 1994 ;
8. Etude de faisabilité participative de la mise en place des antennes communautaires décentralisées de Trade-Point/Sénégal, El Housseynou LY, Gorgui NDIAYE et Cellé DIAGNE, CRDI/ACACIA, Dakar, octobre 1998 ;
9. Rapport d'activités An 1, 1998-99, Projet Enda-Ecopole.
10. Rapport d'étape technique, TPS/Projet décentralisation des services du TPS, Dakar, Janvier 1999.
11. Bilan d'activités du projet décentralisation des services du TPS, Amadou Mbaye DIOP, Baucaline DIAW, Dakar, 1999.
12. Rapport financier du projet décentralisation des services du TPS, Dakar, janvier 1999.
13. Rapport d'activités An 2, Projet Enda-Ecopole (en préparation).
14. Document de projet « Utilisation et appropriation des TIC pour les organisations populaires, Enda TM.
15. Document de projet « Décentralisation du TPS », Fondation du TPS.

## **ANNEXES**



## ANNEXE 1

### 1. outils de collecte des données

Une batterie de quinze outils<sup>2</sup> a été utilisée pour la collecte des données. Ils s'adressent aux différentes parties prenantes :

1. Un questionnaire pour l'enquête communautaire (instrument 1 QA)
2. Un questionnaire sur les télécentres (instrument 2 Q)
3. Un guide d'observation pour les observations sur les participants (instrument 2)
4. Un guide d'interview personnel/gérants du télécentre (instrument 3.1)
5. Un questionnaire pour le sondage à la sortie des télécentres ou guide d'interview (instruments 4.1, 4.2, 4.3) ;
6. Un guide d'interview personnel télécom (instrument 3.3)
7. Un guide pour l'analyse des documents (instrument 6.1)
8. Un guide pour l'analyse genre (instrument 6.2)
9. Des guides pour les discussions de focus groupe avec la communauté ( instrument 5.1) et avec les leaders de la communauté (instrument 5.2) ;
10. Un guide d'interview pour une étude de cas approfondie (instrument 7 FGD)
11. Un questionnaire sur les organisations (1 QB) ;
12. Un guide d'entretien avec le comité de gestion (instrument)
13. Guide d'entretien avec les autorités administratives
14. Un guide d'analyse documentaire
16. Un guide d'analyse genre.

### 2. Liste des membres des équipes d'enquêtes

Equipe A : Guédiawaye, Joal, Mboro et Saint-Louis : 7 télécentres

Chef d'équipe : Mor DIENG

Enquêteurs : - Pape Goumbalo DIONE  
- Ndeye Gamou MBODJ  
- Mohamed Nabil TOURE

Equipe B : Pikine, Rufisque, Yarak et Yeumbeul : 6 télécentres

Chef d'équipe : Khamathe SENE

Enquêteurs : - Mansour NDIAYE  
- Modou FAYE  
- Momar MBAYE

Equipe C : Baraka, Colobane, Médina et Dakar Plateau : 7 télécentres

Chef d'équipe : Pape Touty SOW

Enquêteurs : - Paul DIOUF  
- Amath SY

---

<sup>2</sup> Voir plan d'orientation méthodologique des télécentres

**ANNEXE 2**

**ANNEXE 3**