

**République du Sénégal**

Un peuple – Un but – Une foi

-----  
**AGENCE DE REGULATION DES TELECOMMUNICATIONS ET DES POSTES**



AGENCE DE REGULATION  
DES TELECOMMUNICATIONS  
ET DES POSTES

# **Enquête Nationale sur les Technologies de l'Information et de la Communication au Sénégal (ENTICS, 2009)**

## **Rapport de Synthèse des Résultats**

**Présenté par**

**L'Agence Nationale de la Statistique et de la  
Démographie (ANSD)**

**Janvier 2010**

# Table des matières

## Table des matières

<b>RESUME ANALYTIQUE .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>10</b>
<b>I. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ENQUETE.....</b>	<b>10</b>
1. CONTEXTE DU PROJET D'ENQUETES.....	10
2. OBJECTIFS DE L'ENQUETE "MENAGES ET INDIVIDUS" .....	11
3. GRANDES LIGNES DE LA METHODOLOGIE DE L'ENQUETE .....	11
4. CONSTITUTION DE L'ECHANTILLON.....	11
4.2 Travail de terrain.....	14
4.3 Elaboration du questionnaire.....	15
4.4 Saisie, traitement et analyse des données.....	15
4.5 Couverture de l'échantillon.....	15
<b>II. CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION ET DES MENAGES .....</b>	<b>16</b>
1. CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION ET QUALITE DES DONNEES.....	16
1.1 Répartition de la population totale par sexe et par âge.....	17
1.2 Niveau d'instruction .....	18
1.3 Occupation et catégorie socioprofessionnelle.....	18
2. CARACTERISTIQUES DES MENAGES ET DES CHEFS DE MENAGE .....	19
2.1 Répartition spatiale et caractéristiques démographiques.....	19
2.2 Structure des ménages.....	20
2.3 Niveau d'instruction du chef de ménage.....	20
2.4 Occupation et catégorie socio professionnelle du chef de ménage.....	21
<b>III. EQUIPEMENTS ET ACCES AUX TIC .....</b>	<b>22</b>
1. TELEPHONIE FIXE.....	22
2. TELEPHONIE MOBILE .....	25
3. ORDINATEUR .....	27
4. RAISONS DE NE PAS DISPOSER D'ORDINATEUR DANS LE MENAGE.....	37
5. PROJETS D'EQUIPEMENT EN ORDINATEUR DES MENAGES.....	39
6. INTERNET .....	42
7. AUTRES EQUIPEMENTS TIC DANS LES MENAGES .....	60
8. FOSSE NUMERIQUE.....	62
<b>IV. USAGES DES TIC.....</b>	<b>62</b>
1. LE RECOURS AUX TELECENTRES/CYBERCAFES.....	62
1.1 Fréquentation des télécentres.....	62
1.2. Fréquentation des télécentres selon le type d'usage.....	65
2. L'USAGE DU TELEPHONE MOBILE .....	67
2.1 Utilisation du téléphone mobile.....	67
2.2 Utilisation du téléphone mobile selon le type d'usage.....	70
3. USAGE DE L'ORDINATEUR ET D'INTERNET .....	72
3.1 Utilisation d'ordinateur .....	72
3.2 Utilisation d'internet.....	74

<b>V. PERCEPTIONS ET POINTS DE VUE SUR LES TIC .....</b>	<b>77</b>
1. APPRECIATIONS DES USAGES D'INTERNET .....	77
2. PERCEPTIONS DES LIMITES D'INTERNET .....	79
3. PERCEPTIONS DES LIMITES DE LA TELEPHONIE MOBILE.....	80
<b>VI. DEPENSES EN SERVICES TIC.....</b>	<b>81</b>
<b>VII. COMMERCE ELECTRONIQUE .....</b>	<b>96</b>
1. INTERET AU COMMERCE ELECTRONIQUE.....	97
2. FREQUENCE DES ACHATS ELECTRONIQUES .....	99
3. OBSTACLES AU COMMERCE ELECTRONIQUE .....	100
<b>VI. CHOIX DE L'OPERATEUR .....</b>	<b>101</b>
1. PRINCIPAUX OPERATEURS .....	102
2. TYPOLOGIE DES CLIENTS .....	104
3. CHANGEMENTS D'OPERATEURS.....	107
4. RAISONS ET INTENTION DE CHANGEMENT D'OPERATEUR .....	109
4.1 <i>Raisons de changement d'opérateur.....</i>	<i>109</i>
4.2 <i>Intentions de changement d'opérateur.....</i>	<i>111</i>
4.3 <i>Changements conditionnels d'opérateurs.....</i>	<i>114</i>
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>117</b>
<b>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES .....</b>	<b>118</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX.....</b>	<b>119</b>
<b>LISTE DES GRAPHIQUES .....</b>	<b>121</b>
<b>LISTES DES TABLEAUX ANNEXES.....</b>	<b>122</b>

## RESUME ANALYTIQUE

Considérant la spécificité des domaines couverts par l'ENTICS, il a été organisé deux enquêtes indépendantes : d'une part l'enquête auprès des ménages et des individus, et d'une part, l'enquête auprès des entreprises. Le présent rapport de synthèse des premiers résultats porte sur le volet «ménages et individus».

Le rôle catalyseur des TIC dans la stratégie de développement du pays et son fort potentiel de croissance, justifient sa prise en compte dans la Stratégie de Croissance Accélérée (SCA) vu sa contribution dans l'atteinte des OMD et plus particulièrement à la réduction de la pauvreté, d'une part, et d'autre part, dans la mise en œuvre, par le biais de l'ENTICS, de moyens permettant une connaissance plus approfondie de son environnement.

Le principal **objectif de l'enquête** est de permettre à l'ARTP de disposer de statistiques pertinentes, complètes et fiables sur les infrastructures, l'accès et l'usage, relativement aux TIC, en vue de la mise en place de l'Observatoire des TIC conçu comme un outil de suivi - évaluation des politiques et programmes.

L'ENTICS a été menée sur l'étendue du territoire national, auprès des ménages ordinaires et des individus de 12 ans et plus estimés à 7 997 995, soit 64,4% de la population totale dont 24,5% à Dakar, 16,7% dans les autres villes et 58,8% en milieu rural.

L'échantillon de l'ENTICS permet de produire des données comparables entre Dakar (la Capitale), les autres villes du Sénégal dans leur ensemble et le milieu rural pris globalement.

Le nombre de lignes de **téléphone fixes à usage domestique** est estimé à 199 137 pour l'ensemble des 1 373 556 ménages du pays, soit 14,5 lignes de téléphone fixes pour 100 ménages. Ce taux d'accès est **2,4 fois plus** élevé à Dakar que dans le reste du pays. Le nombre moyen de ligne par ménage est à l'avantage des 20% des ménages les plus riches (38,3 lignes pour 100 ménages), soit 6 fois plus que les 20% les plus pauvres), ceux dirigés par une femme (19 pour 100 ménages contre 13 pour 100 ménages dirigés par un homme), ceux dont le chef a fait des études supérieures (55 lignes pour 100 ménages) et ceux des cadres (54 lignes pour 100 ménages).

Le nombre de **lignes de téléphone mobiles** est estimé à 4 088 499, soit en moyenne 3 puces par ménage. Ce taux de pénétration est plus élevé dans les ménages dakarois qui comptent près d'une puce de plus que les ménages ruraux et ceux des autres villes (respectivement 38 puces pour 100 ménages contre moins de 30). Le revenu du ménage favorise la possession de puce : le taux de possession de lignes mobiles est 6 fois plus élevé au sein des 20% des ménages les plus riches que dans les 20% les plus pauvres. Ce gap moins profond que pour le téléphone fixe peut être interprété comme une meilleure accessibilité à la ligne mobile : financièrement mais aussi techniquement. Le nombre moyen de ligne par

ménage est aussi plus favorable aux ménages dont le chef a fait des études supérieures (43 lignes pour 100 ménages) et à ceux des cadres (47 lignes pour 100 ménages).

Le nombre moyen d'**ordinateurs disponibles par ménage** est de 11,5 pour 100 ménages. Cette moyenne est plus élevée à Dakar (27,5 ordinateurs pour 100 ménages) que dans les autres villes (moins de 9 pour 100 ménages) et en milieu rural où ce rapport est près de 8 fois moins que dans la Capitale. Elle est nettement plus favorable aux 20% des ménages les plus riches (41,4 appareils pour 100 ménages, soit près de 17 fois plus qu'aux 20% des ménages les plus pauvres), aux ménages dont le chef a fait des études supérieures (115 ordinateurs pour 100 ménages), soit 32 fois plus qu'aux ménages dirigés par un non instruit et 20 fois plus qu'à ceux dirigés par une personne de niveau primaire, aux ménages de cadres (104 ordinateurs pour 100 ménages).

Sur les 1 373 556 ménages du pays, seulement 55 554 disposent d'une connexion **internet à domicile**, soit un taux de connexion de 4,0%. Ce taux est plus élevé à Dakar (10,1%) que dans le reste du pays, distribution qui contraste avec celle de la population.

Le **taux de connexion internet** à domicile est influencé par le revenu mensuel du ménage : 14,2% pour les 20% les plus riches contre 1,0% pour les 20% des ménages les plus pauvres, soit un rapport de 1 à 14. Le niveau d'instruction influence aussi de façon significative le taux de connexion internet à domicile : presque nul (0,7%) pour les ménages dirigés par une personne sans instruction, 4,0% quand le chef de ménage atteint le niveau primaire et 43,2% quand il a un niveau supérieur. La tendance est la même selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage (36,0% pour les cadres, 5,3% pour les inoccupés et moins de 2,4% pour le reste des actifs).

Le nombre d'internautes qui utilisent **internet hors domicile** est estimé à 923 031 sur un total de 1 162 878 individus de 12 ans et plus, soit près de 80,0%. Parmi eux, 20,0% se connectent à internet au lieu le travail, 20,0% au lieu d'enseignement et 73,0% sur d'autres lieux publics (cyber et autres centres publics).

Concernant les **autres équipements** des ménages, le poste de télévision est le plus répandu après la radio. Peu courants, le lecteur DVD de salon et la parabole sont même rares en ville. Ces appareils sont inégalement répartis entre les catégories sociales et leur distribution suit la même tendance que celles du téléphone et de la connexion internet. On les trouve en plus grande concentration dans les ménages des riches, des cadres et des personnes les plus instruites.

Malgré sa forte croissance et sa bonne place parmi les 10 premiers pays les plus avancés en matière de TIC en Afrique, le taux de **pénétration du téléphone mobile** au Sénégal était, en 1999, en dessous de la moyenne africaine, loin derrière l'Afrique du Sud qui comptait 132,1 lignes pour 100 habitants, l'Ile Maurice (88,8 pour 1000), le Botswana (75,1 pour 1000), la Cote d'Ivoire (17,7 pour 1000), le Zimbabwe (15,1), le Maroc (13,4 pour 1000) et seulement devant l'Algérie (2,3 pour

1000) et le Ghana (3,6 pour 1000). La croissance fulgurante depuis 1999 a permis au Sénégal d'atteindre 4 088 499 cellulaires, soit un taux d'accroissement annuel de 546,0% dans les dix dernières années et un taux de pénétration de 330 lignes pour 1000 habitants. Cependant, les fortes disparités entre Dakar et le reste du pays montrent la profondeur du fossé numérique interne. Concernant le téléphone mobile, Dakar compte 566 cellulaires pour 1000 habitants contre 381 dans les autres villes et 235 en milieu rural. S'agissant du téléphone fixe le fossé est plus profond : 36 lignes fixes pour 1000 habitants à Dakar, 15 dans les autres villes et seulement 9 en milieu rural. Pour l'internet, non seulement le taux de pénétration est globalement très faible (4 connexions à domicile pour 1000 habitants) mais aussi le fossé entre zones géographiques est encore plus profond. Dakar compte 15 connexions pour 1000 habitants tandis que dans les autres villes et en milieu rural, ce rapport n'est que de 2 pour 1000 et 1 pour 1000 respectivement.

La pénétration relativement importante des TIC dans les ménages sénégalais n'est pas sans conséquence sur la **fréquentation des télécentres** par les populations. Jadis considérés comme l'un des secteurs des TIC les plus dynamiques dans le pays, les télécentres connaissent aujourd'hui une fréquentation assez faible : seuls 17,8% des individus âgés de 12 ans et plus continuent de les fréquenter. L'urbanisation semble aussi constituer un facteur discriminant puisque le taux de fréquentation observé à Dakar (37,4%) est plus élevé que celui relevé dans les autres centres urbains (17,5%) et en milieu rural (9,6%). En dehors des services de téléphonie, ces télécentres offrent aussi divers autres services (photocopie, fax et internet). Ils sont relativement plus utilisés par la population occupée, en particulier par les travailleurs qualifiés (35,3%) et les cadres (33,0%). Les travailleurs non qualifiés n'en utilisent pas moins ces services puisqu'ils sont 23,5% à être touchés, devançant ainsi les indépendants (17,1%) et les autres actifs (8,6%). La fréquentation des télécentres est surtout le fait des jeunes de 25 à 34 ans (22,2%) et des adultes de 35 à 44 ans (20,4%).

Les **usages des télécentres** sont, pour l'essentiel, axés sur les services de photocopie (7,5%), d'émission d'appels téléphoniques (6,8%) et de navigation sur internet (6,3%). Cette moindre importance du recours à la téléphonie traduit la diversification imposée aux télécentres et cybercafés, pour résister à la pression du mobile et de l'internet. Les services d'appels sont aujourd'hui plus utilisés par les personnes sans instruction (7,0%), généralement moins disposées à naviguer sur internet, par les jeunes de 15 à 24 ans (10,8%) à la différence de leurs aînés de 25 à 34 ans (9,6%) et de 45 ans et plus (10,8%), plus intéressés par les services de photocopie et d'appels téléphoniques.

L'explosion de la téléphonie mobile a conduit à un glissement des services habituels des télécentres vers les **usages du téléphone mobile**. Les sénégalais utilisent le téléphone portable pour émettre et recevoir des appels (48,0%) mais aussi pour envoyer des messages SMS (24,4%). Les nouveaux services TIC disponibles via le mobile (MMS, GPRS, navigation sur internet, services vocaux payants, téléchargement, etc.) apparaissent cependant peu utilisés. On relève que respectivement 53% et 25% des occupés ont recours au mobile pour émettre et recevoir des appels mais aussi pour envoyer des SMS contre respectivement 39% et

23% des inoccupés. Les 25-34 ans utilisent principalement les trois services : émission et réception d'appels (67%), SMS (38%).

L'accès aux TIC s'apprécie également au regard de l'**utilisation de l'ordinateur** par les ménages. Au Sénégal, 13,1% des individus âgés de 12 ans et plus déclarent utiliser un ordinateur. Ce niveau relativement faible traduit une percée limitée de l'utilisation de l'informatique au Sénégal. La pratique de l'informatique est plus un phénomène urbain (respectivement 32,4% et 16,8% à Dakar et dans les autres centres urbains) que rural (4%). Elle touche plus les hommes (18,2%) que les femmes (8,2%). L'utilisation de l'ordinateur est plus manifeste chez les individus de niveau d'instruction supérieur (87,5% contre 0,8% chez les non instruits). Les cadres (85%) et les salariés qualifiés (42%) déclarent majoritairement utiliser cette technologie. Les jeunes de 15 à 24 ans (18,8%) sont les plus grands adeptes de l'ordinateur même s'ils l'utilisent de façon plutôt occasionnelle. Moins d'un pour cent (0,9%) de la population de 12 ans et plus déclare utiliser l'ordinateur tous les jours.

Moins de 15% des personnes de 12 ans et plus utilisent **internet**, ce qui traduit le faible **niveau global de connexion à internet**, même si la situation semble plus reluisante à Dakar : la Capitale enregistre un taux de 35,1% alors qu'on se situe à 16,4% dans les autres centres urbains. Le milieu rural est en marge de l'ère numérique puisque le taux de connexion n'y est que de 5,5%. Globalement, les hommes sont deux fois plus nombreux que les femmes à se connecter à internet (19,2% contre 10,6%). La connexion à internet est aussi plus importante parmi les personnes instruites (8 sur 10), les autres salariés qualifiés (40,7%) et les jeunes de 15 à 24 ans (20,1%), voire parmi les adultes de 25 à 34 ans (17,5%). Cela semble traduire un phénomène de génération puisque les personnes âgées de 45 ans et plus (7,5%) sont moins adeptes de la navigation sur internet.

La **fréquence de connexion** laisse à désirer. Seuls 8,4% des personnes de 12 ans et plus déclarent utiliser fréquemment internet. C'est en particulier les hommes (19,2%), plus que les femmes (10,6%), qui se connectent plus régulièrement à internet. Cette connexion est généralement plus fréquente chez les personnes de niveau d'instruction supérieur (78,4%) ou secondaire (48,6%). L'usage d'internet apparaît également fréquent chez les travailleurs qualifiés, en particulier les cadres (70%) et, dans une moindre mesure, chez les autres salariés qualifiés (26,2%). Cette connexion se fait généralement hors domicile (79,4%), ce qui traduit le faible équipement informatique des ménages.

Cette faible fréquence de connexion ne semble pas refléter les **appréciations et les perceptions** que les sénégalais ont d'internet. En effet, internet est perçu positivement, en ce sens qu'on le considère essentiellement comme un moyen pour se faire des amis (41,6%), se distraire (40,7%), suivre des formations (42,4%) et rechercher des informations (43,3%). La population ne relève pas d'obstacles majeurs dans l'utilisation d'internet. Seulement une personne sur dix (10,9%) considère le coût du service comme une préoccupation. La seule grande limite évoquée a trait à la sécurité des enfants (40,6%).

Certaines **perceptions du téléphone mobile** par les populations pourraient constituer un frein à la diffusion de ce moyen de communication. Par exemple, des réserves sont émises sur la qualité du service (13,6%), sur le prix élevé de l'appareil (13%), sur les tarifs exorbitants des services (19,1%) et, surtout, sur la qualité de la couverture du réseau (32,7%).

Malgré le faible équipement et les réserves émises par les populations sur les TIC, les **dépenses à domicile en téléphonie et internet** apparaissent relativement importantes. Les 195 729 ménages sénégalais disposant de téléphone fixe à domicile ont dépensé globalement 16 974 507 185 FCFA pour le téléphone fixe dont 1 002 891 300 en frais d'installations, soit 6,0%. Les 55 554 ménages ayant une connexion internet à domicile ont consommé 6 850 411 190 FCFA en services internet dont près de 10,0% en frais d'installations.

Les **dépenses individuelles hors domiciles en téléphonie et internet** s'élèvent à 1 642 003 180 FCFA par mois. Le sénégalais moyen dépense ainsi 2504 FCFA par mois pour téléphoner dans les téléc centres.

Le montant total de la **dépense** est estimé à 34 625 835 250 FCFA par mois, soit une dépense moyenne mensuelle de 7 042 F par personne. La somme des dépenses individuelles en services internet est estimée à 1 668 338 835 FCFA, soit 2 461 FCFA par personne et par mois. Ne sont concernés par ces dépenses que les internautes, qu'ils aient ou non effectué une dépense dans les 30 derniers jours précédant l'interview.

Les sénégalais étant, dans leur grande majorité, peu intéressés par les achats en ligne, leurs dépenses connexes en TIC ne devraient pas grever lourdement la consommation des ménages : seulement un faible pourcentage (28,4% des individus) est intéressé par le commerce **électronique**. Du point de vue des sénégalais, l'inutilité et l'absence du besoin (22,1% des personnes interrogées) et l'inexistence de services de vente en ligne (11,8%) sont les principales causes de ce manque d'intérêt.

La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société sénégalaise est aujourd'hui plus appréciable au regard de la téléphonie mobile. L'analyse du **marché de la téléphonie mobile** confirme la prédominance de l'opérateur historique qui accapare une part de marché estimée à près de sept dixièmes des clients. L'opérateur Tigo occupe la seconde place avec un quart des clients (25,1%). Expresso, l'opérateur nouvellement installé, n'occupe qu'une part marginale du marché (1,5% des clients), clientèle constituée essentiellement d'utilisateurs partagés avec les deux opérateurs concurrents.

La spécificité du marché de téléphonie mobile du pays est significative de la faible **mobilité** des détenteurs de ligne mobile. Seuls 4,7% des utilisateurs de téléphone mobile ont déclaré avoir changé d'opérateur au cours des douze derniers mois. Le comportement des clients s'inscrit plus dans la dynamique d'élargissement de la gamme des services offerts que dans celle de changement d'opérateur. Ainsi, les clients recherchent le plus souvent un réseau de meilleure qualité en même temps

qu'ils veulent profiter des offres tarifaires et promotionnelles des concurrents. Dans ce contexte, les intentions futures de changement d'opérateur apparaissent faibles (4,6%) et ne concernent que les clients qui se réservent exclusivement à un opérateur.

L'analyse de la satisfaction des clients vis-à-vis d'un opérateur n'est pas chose aisée, vu que les appréciations de ces derniers peuvent être globales, c'est-à-dire porter sur l'ensemble des services offerts par les différents opérateurs. Seule la mise en place de la portabilité du numéro, encore non effective au Sénégal, pourrait servir de facteur de différenciation des fournisseurs de téléphonie mobile. En tout état de cause, les résultats de l'enquête montrent clairement que la conservation du numéro actuel et le changement d'opérateur n'est véritablement pas la préoccupation des usagers : la propension à changer d'opérateur en gardant son numéro de téléphone est faible (6%). Ce projet intéresserait des clients ayant plusieurs opérateurs à la fois, notamment ceux des catégories «Orange -Tigo » et « Orange - Espresso ».

## INTRODUCTION

En Août 2009, l'Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) a fait mener par l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD), une Enquête Nationale sur l'utilisation et l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication au Sénégal (ENTICS, 2009). Considérant la spécificité des domaines couverts, l'enquête a porté sur deux volets distincts, chaque volet étant conduit de façon indépendante : d'une part l'enquête auprès des ménages et des individus, et d'une part, l'enquête auprès des entreprises. Le présent rapport de synthèse des premiers résultats porte sur le volet «ménages et individus». Dans le premier chapitre, il décrit (I) le contexte dans lequel se déroule l'enquête ainsi que les objectifs visés par le projet et présente les grandes lignes de la méthodologie, la constitution de l'échantillon, le contenu du questionnaire utilisé pour la collecte des données auprès des ménages et des individus ainsi que le traitement informatique. Les autres chapitres qui portent sur l'analyse des résultats de l'enquête traitent (II) des caractéristiques de la population et des ménages du champ de l'enquête, (III) des équipements et de l'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC), (IV) des principaux usages des TIC, (V) des perceptions et points de vue de la population sur les TIC, (VI) des dépenses en services TIC, (VII) du commerce électronique et (VIII) des critères que les usagers mettent en avant pour le choix de leurs opérateurs.

### I. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ENQUETE

#### 1. Contexte du projet d'enquêtes

Les TIC constituent un secteur important de la vie économique et sociale du fait de leur fort potentiel de croissance. C'est à ce titre qu'elles sont considérées, dans le cadre de la Stratégie de Croissance Accélérée (SCA), comme un facteur déterminant de développement économique pouvant contribuer à l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) et plus particulièrement à la réduction de la pauvreté. Ce rôle catalyseur des TIC dans la stratégie de développement du pays justifie la mise en œuvre de moyens permettant une connaissance plus approfondie de leur environnement. Par ce biais, les autorités seraient en mesure de cerner l'état de leur utilisation ainsi que les principaux usages qui en sont faits, en vue d'améliorer sa fonction par des actions mieux ciblées. C'est à cette fin que l'ARTP a fait mener cette enquête nationale qui vise à jeter les bases de la mise en place et de l'alimentation d'un Observatoire des TIC au Sénégal.

Chargée de veiller, dans les conditions d'une saine concurrence entre acteurs, à l'application de la réglementation en vigueur, de promouvoir et de développer le secteur des télécommunications et des TIC, l'ARTP se dote ainsi de moyens pour mieux jouer son rôle de conseil auprès des autorités. Cela devrait lui permettre de mieux conduire sa mission de promotion et de développement des TIC au Sénégal.

## **2. Objectifs de l'enquête "ménages et individus"**

Le principal objectif de l'Enquête Nationale sur les TIC au Sénégal (ENTICS, 2009) est de permettre à l'ARTP de disposer de statistiques pertinentes, complètes et fiables sur les infrastructures, l'accès à aux technologies de l'information et de la communication et sur leur usage. De façon spécifique, l'ENTICS doit aider à la mise en place de l'Observatoire des TIC, conçu pour être un support de communication avec l'extérieur. Ainsi, en disposant d'informations actuelles sur l'état de développement du secteur, l'ARTP se dotera d'un outil de suivi et évaluation des politiques et programmes dans ce domaine.

## **3. Grandes lignes de la méthodologie de l'enquête**

L'ENTICS a été menée sur l'étendue du territoire national, auprès des ménages ordinaires et des individus de 12 ans et plus résidant dans lesdits ménages. Ont été exclues du champ de l'enquête, les personnes sans domicile fixe et celles vivant dans des abris de fortune comme les mosquées et les marchés. De même, n'ont pas été considérés dans le champ de l'enquête, les ménages collectifs ou population comptée à part, c'est-à-dire les personnes vivant dans des institutions spécialisées comme les casernes, les hôpitaux, les prisons, les Dahra et autres lieux similaires dont la visite nécessite une autorisation particulière. La méthodologie préconisée, décrite ci-dessous, a permis d'interviewer tous les ménages de l'échantillon dans les délais prescrits.

## **4. Constitution de l'échantillon**

L'échantillon de l'ENTICS permet de produire des données comparables entre trois strates : la zone urbaine de la région de Dakar, les autres villes du Sénégal dans leur ensemble et le milieu rural pris globalement. Le principal objectif de l'ENTICS étant de fournir des estimations statistiquement fiables au niveau de ces trois strates, celles-ci ont été définies comme domaines d'échantillonnage. Pour chaque strate, il a été tiré un sous échantillon de taille statistiquement suffisante, pour produire des résultats comparables avec les autres strates. L'échantillon ainsi constitué permet l'estimation de divers indicateurs sur la population et les ménages cibles ainsi que sur l'accès et l'utilisation des TIC. Aussi, les analyses ont-elles été faites au niveau national mais aussi en faisant les comparaisons entre Dakar, les autres villes et le milieu rural. Seront aussi considérées certaines caractéristiques des ménages et des individus pouvant influencer leur comportement par rapport à l'accès et l'usage des TIC. Dans ce sens, il a été retenu le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, la catégorie socioprofessionnelle et le revenu.

L'ENTICS est donc une enquête par sondage aléatoire à couverture nationale qui fait appel à une méthode d'échantillonnage par grappes à deux degrés avec stratification au premier degré. Les unités statistiques du premier degré ou unités primaires sont les districts de recensement (DR) définis lors du troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2002 (RGPH III, 2002). Un échantillon de DR est tiré au premier degré. Les unités statistiques du second degré ou unités secondaires sont

constituées par les ménages des DR tirés au premier degré. Ainsi, la liste des ménages des DR échantillonnés au premier degré constituent la base de sondage du tirage au second degré.

**Taille et répartition de l'échantillon :** le Volet « Ménages et Individus » de l'ENTICS a porté sur un échantillon national de 1 200 ménages dont 480 à Dakar, 360 dans les autres communes du pays et 360 en milieu rural. L'échantillon a été tiré en deux phases : les unités primaires au premier degré de tirage et les unités secondaires au second degré. Une fois que la taille de l'échantillon de ménages a été fixée, le nombre de DR échantillons a été déterminé de façon simple. La méthode consiste à fixer le nombre moyen de ménages à enquêter par grappe et à diviser le sous échantillon de ménages de la strate par ce nombre, en tenant compte de certaines contraintes dont, le budget disponible et le temps nécessaire pour accomplir la charge de travail d'une équipe dans une grappe. La division du nombre total de ménages échantillonnés dans une strate par ce nombre moyen de ménages échantillons par grappe donne le nombre total de grappes par strate.

Au premier degré, il a été tiré 40 grappes à Dakar, 30 dans les autres villes et 30 en milieu rural, à raison de 12 ménages par grappe. C'est pour tenir compte de la plus grande variabilité de l'accès et l'utilisation des TIC en milieu urbain, que l'échantillon n'a pas été réparti proportionnellement à la taille des strates. Les strates de Dakar et des autres villes ont été privilégiées. En effet, les ménages ruraux tendent généralement à se ressembler sur plusieurs plans, ce qui conduit à une faible variabilité. Aussi, les gains en informations deviennent-ils quasi-nuls, au-delà d'un certain nombre de ménages, et ce, quel que soit le nombre d'interviews supplémentaires. La nécessité de minimiser les déplacements souvent difficiles en milieu rural est aussi une justification de cette option. Ainsi, les grappes ont été tirées indépendamment dans chaque strate.

**Base de sondage et choix des grappes :** le RGPH-III de 2002 a servi de cadre d'échantillonnage pour le tirage des unités primaires de l'ENTICS. La base de sondage qui en est issue, contient tous les districts de recensement définis comme unités primaires d'échantillonnage dans les enquêtes intercensitaires réalisées par l'ANSD, soit au total 9780. Elle est constituée de l'ensemble des unités d'habitation du pays réparties dans des DR. Un DR est une aire géographique ayant des limites et une taille (nombre d'habitants et de ménages) connues en 2002. En théorie, un DR comprend approximativement selon le milieu, entre 800 et 1000 habitants, soit entre 80 et 100 ménages en moyenne. En milieu rural, un DR peut être composé d'un ou plusieurs villages et hameaux. La base ainsi constituée contient les informations nécessaires pour la localisation et l'identification des grappes (région, département, arrondissement ou commune, communauté rurale, numéro dans la base, taille ou nombre de ménages). Les informations disponibles sur les communes et les communautés rurales permettent de classer chaque DR dans sa strate d'appartenance. Un DR fait généralement l'objet d'un croquis détaillé indiquant ses limites et matérialisant les concessions identifiées par un numéro propre. L'élaboration d'un plan détaillé de DR, généralisée en milieu urbain est aussi appliquée en milieu rural dans les localités densément peuplées, pour faciliter l'adressage des ménages. Le plan ainsi dessiné est accompagné de la liste des chefs de concession et des chefs de ménage au moment de l'établissement de celui-ci. Un

travail de classement et de documentation des anciennes listes a permis de disposer d'une base de sondage actuelle pour les besoins de la présente enquête.

Le choix des unités primaires se fait de façon indépendante dans chaque strate ou domaine d'échantillonnage, suivant des procédures de tirage systématique à probabilité proportionnelle à la taille. Une fois que les DR ont été classés dans leur strate respective (Dakar, Autres villes et Milieu rural) par région et département, les grappes échantillons (40, 30 et 30 respectivement) ont été sélectionnées avec une probabilité proportionnelle à leur taille, exprimée en nombre de ménages. Dans chaque grappe ainsi tirée, la liste des ménages a été actualisée, pour servir de base de sondage au second degré. Au second degré de tirage, il a été tiré un échantillon systématique de 16 ménages par grappe. Si au premier degré le tirage se fait proportionnellement à la taille des grappes, au second degré, les ménages sont tirés de façon aléatoire avec une probabilité simple. Toutes les grappes tirées ont été visitées et enquêtées.

**Mise-à-jour des unités primaires de sondage et choix des ménages :** les données de la base de sondage du RGPH III de 2002 n'étant pas à jour, la mise à jour de districts de recensement choisis a été réalisée avant la seconde étape du tirage, c'est-à-dire la sélection des ménages échantillons. Pour réduire les coûts et raccourcir les délais, cette activité d'inventaire a été confiée aux équipes de collecte qui se sont chargées d'actualiser toutes les listes de ménages des DR tirés et de répertorier ainsi dans chacun d'eux, les ménages effectivement occupés à inclure dans le tirage. Cette phase d'actualisation des listes de ménages a nécessité la formation des enquêteurs qui ont été dotés, à cet effet, des outils nécessaires. Auparavant, des agents de l'ANSD avaient pris en charge l'identification, la reproduction et le classement des cartes et plans de DR dans leur strate d'appartenance respective, suivant la subdivision administrative en vigueur. Pour tous les DR de l'échantillon de l'ENTICS, les listes de ménages ont été alors actualisées, permettant ainsi un choix probabiliste des ménages à retenir dans la collecte des données.

Une autre raison d'effectuer la mise à jour, c'est de permettre la correction des probabilités de tirage obtenues à partir des données du RGPH III/2002. Cette opération est d'autant plus nécessaire que les listes de ménages ayant permis d'obtenir les tailles de DR ont été dressées par un personnel dont les qualifications pour ce genre de travail et les courts délais impartis à cette activité ne permettaient pas de garantir l'exhaustivité et un respect rigoureux des limites géographiques des unités primaires. Des vérifications effectuées lors de la constitution des bases de sondage issues de recensement ont souvent révélé l'existence d'erreurs. Ainsi, seuls les renseignements issus de la mise à jour permettent de tirer correctement les ménages au second degré et de corriger les probabilités de tirage et les coefficients d'extrapolation calculés au départ pour chaque DR échantillon. Pour ce faire, l'équipe de collecte a confectionné, elle-même, les listes devant permettre le tirage des ménages échantillons à interviewer. Ainsi, elle a procédé à l'inventaire des ménages pour chacun des DR retenus. Après avoir identifié et numéroté par ordre croissant de 1 à n les ménages occupés (n étant le nombre total de ménages occupés dans chaque DR), elle a tiré les ménages échantillons suivant des procédures de sélection systématique clairement définies dans le manuel de dénombrement conçu à cet effet par les responsables de l'enquête. Les informations issues de cette opération ont

servi à recalculer les pondérations ou poids des DR-échantillons, ce qui a permis d'extrapoler avec plus de précision, les résultats de l'échantillon à l'ensemble de la population du champ de l'enquête.

## 4.2 Travail de terrain

L'organisation du travail de terrain et la durée de la collecte sont déterminées par les délais impartis à la réalisation du projet. Considérant les courts délais impartis pour la production des premiers résultats de l'enquête et tenant compte du temps nécessaire pour la signature des contrats et des travaux préparatoires ainsi que de la durée prévue pour la saisie et l'apurement des données, la durée de la collecte a été fixée à un mois. Le temps de présence sur le terrain comprend non seulement l'administration du questionnaire de l'enquête à tous les ménages échantillons, mais aussi l'actualisation des DR et le tirage des ménages-échantillons ainsi que les déplacements nécessaires pour passer d'une unité primaire à une autre, les contacts avec les autorités administratives et locales et le repos hebdomadaire du personnel de terrain. La charge de travail a été estimée à 2 ménages par jour et par enquêteur. Il a fallu donc deux jours pour une équipe de 3 enquêteurs pour couvrir 12 ménages, soit un DR échantillon. Chaque équipe a consacré une journée à l'actualisation de la liste des ménages d'un DR et une journée par semaine pour son repos. Dans les autres villes et en milieu rural, chaque équipe a, en plus du temps estimé ci-dessus, consacré un à deux jours par semaine à ses déplacements, à l'information et à la sensibilisation des autorités. A ce rythme de travail, une équipe a pu couvrir 8 DR par mois à Dakar. Dans les autres villes et en milieu rural où les déplacements et les contacts prennent du temps supplémentaires, une équipe a pu couvrir seulement 6 DR par mois. Sur cette base, il était nécessaire, pour effectuer la collecte en un mois, de constituer 15 équipes dont 5 pour la zone urbaine de Dakar, 5 pour les autres villes et 5 pour le milieu rural. Dans certaines communes de l'intérieur du pays et particulièrement en milieu rural où les conditions de travail sont plus difficiles et les moyens de transport aléatoires, les équipes ont été dotées de véhicules. En revanche, à Dakar où les déplacements ne posent pas de problèmes particuliers, les équipes ont bénéficié de frais de transport pour leurs déplacements quotidiens. Le **tableau 1** ci-dessous donne la répartition des unités primaires et secondaires échantillonnées par strate ainsi que d'autres informations sur l'organisation de la collecte.

Tableau 1 : Répartition de l'échantillon par strate et certains éléments de la collecte

	Dakar	Autres villes	Milieu rural	Ensemble
Nombre de DR	40	30	30	100
Nombre de ménages-échantillons par DR	12	12	12	12
Nombre total de ménages-échantillons	480	360	360	1200
Nombre moyen de personnes de 12 ans et + par ménage	6	6	6	6
Nombre total estimé d'individus de 12 ans et +	2880	2160	2160	7200
Nombre d'équipes	5	5	5	15
Nombre de DR-échantillons par équipe	8	6	6	6
Nombre d'enquêteurs par équipe	3	3	3	45
Nombre de contrôleurs par équipe	1	1	1	15
Nombre de véhicules	0	5	5	10
Durée de la collecte en mois	1	1	1	1

### **4.3 Elaboration du questionnaire**

La méthode de collecte est basée sur l'interview directe au moyen d'un questionnaire. Le questionnaire de base de l'ENTICS est celui proposé par l'ARTP. Toutefois, des modifications, des adaptations et des ajouts sur le fond et la forme y ont été apportés afin d'en améliorer le contenu, la présentation et la manipulation aussi bien pour la collecte que pour la saisie. Les objectifs visés sont spécifiés dans les termes de référence qui tiennent compte des besoins du commanditaire et des utilisateurs. Ce questionnaire comprend les 4 modules ci-dessous :

- Le module A : Accès et usages du ménage et de l'individu aux TIC ;
- Le module B : Accès et usages du ménage et de l'individu à Internet ;
- Le module C : Changement d'opérateur mobile
- Le module D : Tranches de revenu du ménage

Ce questionnaire a fait l'objet d'une enquête pilote de deux jours à Dakar, ce qui a permis d'y apporter les modifications nécessaires avant la finalisation de la version définitive.

### **4.4 Saisie, traitement et analyse des données**

La saisie des données a été effectuée avec le logiciel CsPro développé par le Bureau of The Census des USA et Macro International. Elle a été centralisée dans les locaux de l'ANSD à Dakar. Les responsables de l'exploitation informatique ont écrit les programmes de contrôle permettant de s'assurer de la bonne qualité du travail. Une fois que la saisie et les contrôles de routine ont été bouclés, le reste de l'exploitation, la tabulation et l'analyse ont été réalisés avec le logiciel SPSS. Il a été procédé aux contrôles de validité, d'étendue, de structure et de cohérence interne. Auparavant, les questionnaires provenant du terrain ont fait l'objet de vérification pour s'assurer de la complétude de l'échantillon et de l'exactitude des identifiants. Chaque questionnaire a été numéroté et validé avant la saisie. L'ANSD ne disposant pas de personnel permanent pour cette catégorie d'agents, les opérateurs de saisie ont été recrutés à partir d'un pool de professionnels disponibles sur le marché.

L'analyse des données a été faite en deux étapes avec la production d'un rapport préliminaire validé par le commanditaire de l'enquête suivi d'un rapport définitif prenant en compte les observations de l'ARTP et ses partenaires.

### **4.5 Couverture de l'échantillon**

Le dénombrement des unités primaires et le tirage des ménages se faisant la veille de la collecte, les rares cas de remplacements de ménages proviennent de refus, d'absence ou d'indisponibilité temporaires de la personne habilitée à répondre. Toutes les 100 unités primaires de l'échantillon ont été retrouvées et visitées. La presque totalité des 1200 ménages de l'échantillon départ ont été tous enquêtés, soit un taux de participation des ménages de 99,2% : 1148 interviews, soit 95,7%, ont été faites avec le ménage tiré au départ, 48 ménages de remplacement (3,5%) ont

été sélectionnés et interviewés pour cause d'absence/refus du ménage initialement tiré. Pour une dizaine de ménages seulement, le questionnaire n'est pas rempli complètement avec quelques données individuelles manquantes sur certaines sections du questionnaire. En effet, seules les personnes concernées peuvent répondre à certaines questions assez personnelles. Aussi, pour réduire au minimum les cas de non réponse, le téléphone mobile a été utilisé (en particulier à Dakar) pour interviewer les personnes temporairement absentes de leur domicile, chaque fois que cela était possible.

## **II. CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION ET DES MENAGES**

L'intérêt de tenir compte des caractéristiques de la population et des ménages est de déceler les disparités liées à celles-ci. En effet, certaines caractéristiques influent très fortement sur l'accès et l'utilisation des TIC. Par exemple, l'environnement immédiat ou le milieu de résidence peut avoir un impact qui favorise ou défavorise l'accès aux TICs et leur utilisation. En effet, les ménages des zones urbaines électrifiées sont favorisés si le téléphone est directement accessible. Toutes choses égales par ailleurs, ils sont plus enclins à disposer d'appareils TIC et à les utiliser que les ménages se situant dans des villages mal ou pas du tout dotés en infrastructure de ce type. De plus, ces derniers sont même désavantagés par rapport aux services TIC offerts en dehors du ménage, notamment dans les télécentres et les cybercafés.

Le niveau de revenu du ménage peut aussi constituer un facteur déterminant dans l'accès et l'utilisation des TIC, si on considère le coût relativement élevé des appareils comparés au pouvoir d'achat de certains ménages vivant en dessous du seuil de pauvreté ou très vulnérables en termes de ressources monétaires.

Le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, la catégorie socioprofessionnelle des chefs de ménages et la taille du ménage et certaines caractéristiques des autres membres du ménage peuvent aussi influencer sur les dépenses en services TIC et le comportement des individus par rapport à celles-ci.

Dans le même sens, seront observées l'effet de certaines caractéristiques individuelles des membres du ménage qui sont de nature à influencer fortement le comportement de ces derniers vis-à-vis de l'accès aux TIC et leur utilisation. Par exemple, les cadres et assimilés, les individus d'un niveau secondaire ou supérieur, par nécessité professionnelle et par aptitude, éprouvent plus que les autres personnes, le besoin de recourir aux technologies de l'information et de la communication. La construction de certaines variables comme le revenu et la catégorie socioprofessionnelle seront explicitées plus loin.

### **1. Caractéristiques de la population et qualité des données**

Selon les données présentées en annexes (1 et 2), l'ENTICS estime la population du Sénégal à environ 12 413 914 habitants en août 2009. La zone urbaine de Dakar abrite 2 658 259 de la population totale, les autres villes 2 002 686 et le milieu rural 7 752 969, soit en termes de pourcentage, 21,4%; 16,1% et 62.5%.

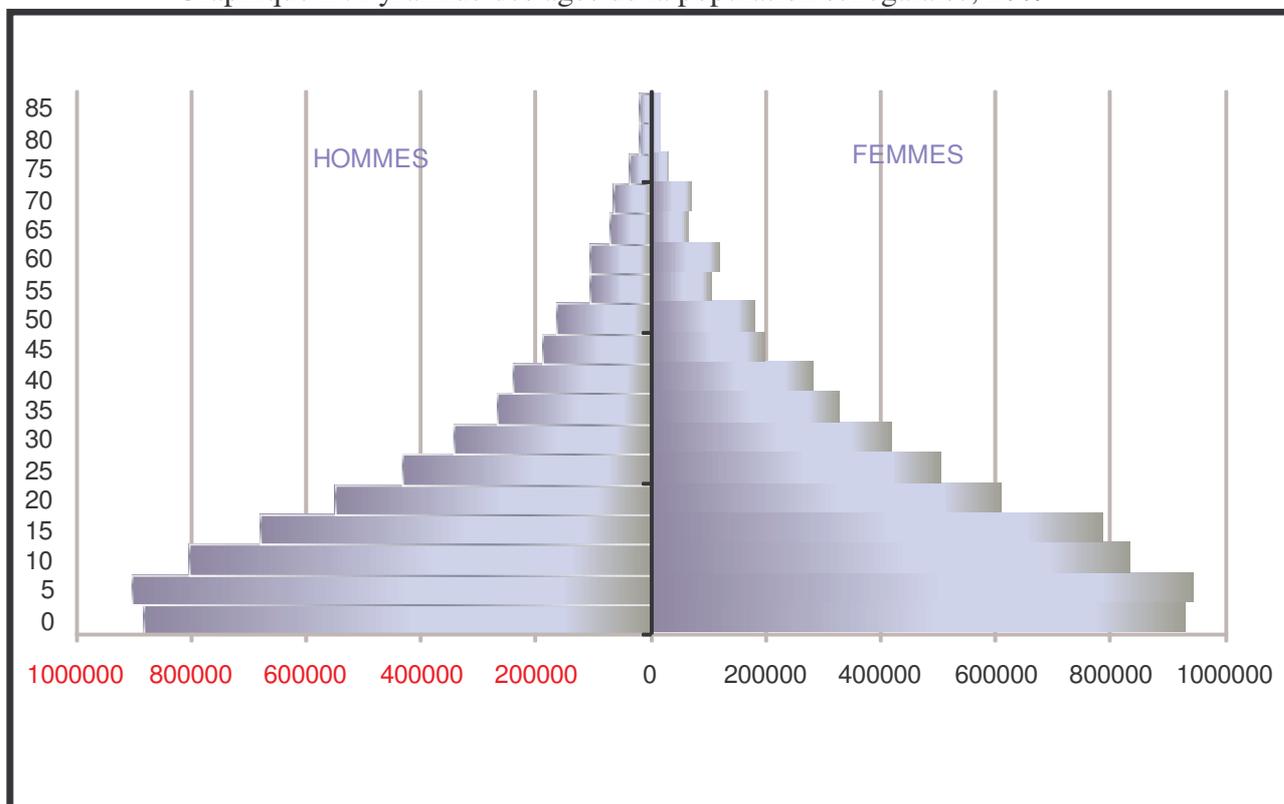
Ces résultats qui corroborent ceux des enquêtes les plus récentes et les projections actuelles de population, constituent dans une certaine mesure, un bon indicateur de la bonne qualité des données de l'enquête. En particulier, les projections actuelles donnent une population totale de 12 171 260 en 2009 dont 5 080 338 en milieu urbain et 7 090 922 en milieu rural.

### 1.1 Répartition de la population totale par sexe et par âge

Les données en annexes (1 et 2) montre qu'au niveau national et quelle que soit la strate, la population féminine prédomine avec 6 523 208 individus, soit 52,5% de la population totale : 51,5% à Dakar, 51,1% dans les autres villes et 53,0% en milieu rural. Il convient de souligner la supériorité numérique des garçons pour les moins de cinq ans. En effet, le rapport de masculinité estimé à 114 garçons pour 100 filles (116 à Dakar, 102 dans les autres villes et 117 en milieu rural), reflète la prédominance naturelle des garçons à la naissance. En revanche, à partir de cinq ans, les filles sont en surnombre par rapport aux garçons, ce qui traduit la plus forte mortalité des garçons que des études antérieures ont démontrée dans la plupart des pays : le rapport de masculinité global est de 96 garçons pour 100 filles.

Comme pour les données collectées antérieurement, la structure par âge issue de l'ENTICS présente les caractéristiques d'une population très jeune (**Graphique 1**). Les moins de 15 ans représentent 42,0% de la population totale. Cette proportion est de 44,8% pour les garçons et 39,4% pour les filles. L'effectif des jeunes de moins de 20 ans est estimé à 6 560 099 individus, soit près de 53,0% de la population totale. Les personnes âgées de 60 ans et plus représentent près de 6,0%.

Graphique 1 : Pyramide des âges de la population sénégalaise, 2009



Tous sexes confondus, la population de 12 ans et plus, cibles de l'enquête, compte 7 997 995 individus, soit 64,4% de la population totale. Parmi elle, 1 960 420 vivent à Dakar, 1 337 917 dans les autres villes et 4 699 657 en milieu rural, soit 24,5% ; 16,7% et 58,8% respectivement. Cette composante de la population totale est plus fortement représentée à Dakar et dans les autres villes qu'en milieu rural.

### 1.2 Niveau d'instruction

Comme le montre le **tableau 2**, la majorité de la population Sénégalaise n'a pas fréquenté l'école : 55,1% des individus n'ont pas fréquenté. La proportion de non instruits est moins élevée parmi les hommes (48,4%) que parmi les femmes (près de 61,0%). Un sénégalais sur quatre a le niveau primaire ou moins ; environ 17,0% ont le niveau moyen ou secondaire et moins de 3% le niveau supérieur. Parmi les personnes instruites, les femmes sont défavorisées quel que soit le niveau d'éducation considéré : 22,7% des femmes ont le niveau primaire ou moins contre 28,4% pour les hommes. S'agissant des niveaux secondaire et supérieur la proportion de personnes instruites reste plus faible chez les femmes (près de 23,0% contre 16,5% respectivement).

Tableau 2 : Niveau d'éducation de la population âgée de 12 ans et plus selon le sexe

Niveau d'étude	Sexe		Total
	Masculin	Féminin	
Aucun	48,4	60,7	55,1
Primaire	28,4	22,7	25,3
Moyen	11,9	10,0	10,9
Secondaire	7,6	4,7	6,0
Supérieur	3,6	1,8	2,6
Non déclaré	0,2	0,1	0,1
Total	100,0	100,0	100,0
Total	3652027	4345968	7997995

### 1.3 Occupation et catégorie socioprofessionnelle

Les travailleurs sont réparties dans cinq catégories socioprofessionnelles comprenant les cadres (cadres supérieurs, ingénieurs et assimilés, cadres moyens et agents de maîtrise), les autres salariés qualifiés (employés et ouvriers qualifiés, employés et ouvriers semi qualifiés), les autres salariés non qualifiés (ouvriers et manœuvres non qualifiés, domestiques), les indépendants (patrons, employeurs, travailleurs à propre compte, associés) et les autres actifs (apprentis, aides familiaux, etc.). Selon le **tableau 3**, les indépendants prédominent avec 2 457 098 individus, soit près de 30,7% (25,4% de femmes et 37,0% d'hommes) de l'ensemble des actifs occupés. Les cadres représentent 1,7%, les autres salariés qualifiés de cadres 4,7% et les autres salariés non qualifiés 4,7%. Les autres actifs représentent 19,1%. Les femmes sont bien représentées parmi les salariés non qualifiés (43,3%). Cela résulte du fait que ce groupe comprend les domestiques et les autres actifs au sein desquels on compte généralement plus de femmes aides familiales. Les inoccupés (39,0%) comprennent les chômeurs d'un côté et de l'autre les inactifs composés

essentiellement de personnes au foyer dont une grande majorité de femmes et d'élèves/étudiants.

Tableau 3 : Occupation des individus âgés de 12 ans et plus selon le sexe

Occupation	Sexe		Total	Effectif
	Masculin	Féminin		
Cadres	2,6	0,9	1,7	134 893
Autres salariés qualifiés	7,2	2,3	4,5	360 214
Autres salariés non qualifiés	5,8	3,7	4,7	371 978
Indépendants	37,0	25,4	30,7	2 457 098
Autres actifs	20,3	18,0	19,1	1 524 686
Inoccupés	26,8	49,3	39,0	3 121 980
ND	0,3	0,3	0,3	27 147
Total	100,0	100,0	100,0	7 997 995
Effectif	3 652 027	4 345 968		

## 2. Caractéristiques des ménages et des chefs de ménage

### 2.1 Répartition spatiale et caractéristiques démographiques

Selon le **tableau 4**, l'ENTICS estime à 1 373 556, le nombre de ménages au Sénégal. Ces ménages sont inégalement répartis selon milieu de résidence : 51,5% se trouvent en milieu rural, 29,0% sont localisés à Dakar et 19,5% dans les autres villes.

Tableau 4 : Quelques caractéristiques des ménages au Sénégal

Caractéristiques	Dakar	Autres villes	Rural	Total
<b>15 - 24 ans</b>				
Masculin	67,1	75,7	91,9	82,2
Féminin	32,9	24,3	8,1	17,8
<b>25 - 34 ans</b>				
Masculin	73,5	69,5	95,3	82,4
Féminin	26,5	30,5	4,7	17,6
<b>35 - 44 ans</b>				
Masculin	70,6	59,4	69,0	67,5
Féminin	29,4	40,6	31,0	32,5
<b>45 ans et +</b>				
Masculin	64,3	69,2	89,2	78,4
Féminin	35,7	30,8	10,8	21,6
<b>Tous âges</b>				
Masculin	67,1	67,1	85,6	76,6
Féminin	32,9	32,9	14,4	23,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

<b>Strate du chef de ménage</b>	29,0	19,5	51,5	100,0
<b>Taille moyenne</b>	6,7	7,5	11,0	9,0
<b>Total ménage</b>	398 424	268 062	707 070	1 373 556

Le nombre moyen de personnes par ménage est estimée à 9,0 au niveau national avec une différence importante entre le milieu urbain et le milieu rural. La taille moyenne du ménage est estimée à 6,7 personnes à Dakar tandis qu'elle est plus élevée dans les autres villes (7,5 personnes) et en milieu rural (11).

Au niveau national, près d'un ménage sur quatre (23,4%) est dirigé par une femme avec cependant de fortes différences entre milieux. A Dakar et dans les autres villes, près d'un ménage sur trois (32,9%) est dirigé par une femme tandis qu'en milieu rural cette proportion tombe à moins de 15% (14,4%). Plus de six ménages sur dix (62,3%) sont dirigés par une personne de 45 ans ou plus et près de 22,0% par des adultes de 35-44 ans. Moins de 18,0% seulement des ménages sont dirigés par des personnes de moins de 34 ans.

## 2.2 Structure des ménages

Les données du **tableau 5** montrent que les ménages sont composés essentiellement des époux et des leurs descendants directs, qui représentent près de 59,1% des membres du ménage. Cette proportion de la famille biologique est variable selon le milieu de résidence : près de 62,0% en milieu urbain et 57,5% en milieu rural. Au niveau national, les chefs de ménage représentent 10,6%, leurs épouses 9,8% et leurs descendants directs ou enfants biologiques 38,7%.

Tableau 5 : Structure des ménages selon la zone de résidence

Lien de parenté avec le CM	Strate			Total (%)
	Dakar (%)	Autres villes (%)	Rural (%)	
Chef de ménage	14,4	12,4	8,9	10,6
Epoux/épouse	8,6	8,7	10,5	9,8
Fils/fille	38,9	40,7	38,1	38,7
Père/mère	0,7	1,3	1,8	1,5
Frère/sœur	4,0	3,6	3,5	3,6
Neveu/nièce	5,5	7,0	8,5	7,6
Grand parent	0,1	0,2	0,1	0,1
Beaux-parents	0,6	0,5	0,5	0,5
Beau-fils/Belle fille	3,3	5,2	3,6	3,8
Petit enfant	14,2	10,7	12,3	12,4
Autre parent	7,7	8,1	8,2	8,1
Sans lien	2,0	1,6	4,2	3,3
Non déclaré	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total	2774284	2165188	7976619	12916090

Viennent ensuite les proches parents : petits enfants (12,4%), neveux/nièces (7,6%), frères et sœurs (3,6%) et ascendants (1,5%). Les personnes sans lien de parenté avec le chef de ménage représentent 3,3%.

## 2.3 Niveau d'instruction du chef de ménage

Près d'un chef de ménage sur sept (66,4%) n'a pas été à l'école (**Tableau 6**). Environ 16,1% ont le niveau primaire, 5,9% le niveau secondaire. Rares sont ceux

qui ont une formation universitaire : moins de cinq chefs de ménage sur cent ont le niveau supérieur.

Tableau 6 : Niveau d'éducation des chefs de ménages selon le sexe

Niveau d'étude	Sexe		Total (%)
	Masculin (%)	Féminin (%)	
Aucun	66,4	66,4	66,4
Préscolaire	0,0	0,0	0,0
Primaire	15,7	17,4	16,1
Moyen	6,0	9,5	6,8
Secondaire	6,3	4,3	5,9
Supérieur	5,5	2,3	4,7
Non déclaré	0,2	0,0	0,1
Total	100,0	100,0	100,0
Effectif	1052731	320825	1373556

## 2.4 Occupation et catégorie socio professionnelle du chef de ménage

D'après le **tableau 7**, un chef de ménage sur cinq est inoccupé, c'est-à-dire chômeur (à la recherche d'un emploi) ou inactif (retraité, personne au foyer, élève/étudiant ou autre inactif). La proportion de chefs de ménage inoccupés est plus importante en milieu urbain : 28,2% à Dakar, près de 25,0% dans les autres villes et moins de 14,0% en milieu rural.

Tableau 7 : Occupation du chef de ménage selon le sexe et la zone de résidence (en %)

Sexe	Strate du CM	Occupation							Total
		Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Autres actifs	Inoccupés	ND	
Masculin	Dakar	14,5	20,2	11,0	33,7	0,7	19,6	0,3	100,0
	Autres villes	6,5	16,6	4,7	54,9	0,4	16,9	0,0	100,0
	Rural	1,6	5,2	3,5	78,5	0,3	10,9	0,0	100,0
	Total	5,7	11,0	5,6	63,1	0,4	14,1	0,1	100,0
Féminin	Dakar	3,3	3,2	6,8	38,8	1,4	45,9	0,6	100,0
	Autres villes	1,6	4,0	2,5	49,5	0,8	40,9	0,8	100,0
	Rural	0,0	0,0	2,1	64,5	3,4	30,1	0,0	100,0
	Total	1,8	2,4	4,1	49,9	1,8	39,5	0,4	100,0
Ensemble	Dakar	10,8	14,6	9,7	35,4	0,9	28,2	0,4	100,0
	Autres villes	4,9	12,5	4,0	53,1	0,5	24,8	0,2	100,0
	Rural	1,4	4,5	3,3	76,5	0,7	13,6	0,0	100,0
	Total	4,8	9,0	5,3	60,0	0,7	20,1	0,2	100,0
Effectif		65998	123264	72566	823993	10178	275402	2155	1373556

Parmi les 80% qui exercent une activité économique, les indépendants prédominent : globalement, sur 100 chefs de ménage, 60 travaillent pour leur propre compte ou sont employeurs. Cette proportion d'indépendants est plus faible à Dakar (35,4%) et plus élevée en milieu rural (76,5%). Les cadres (4,8%), les autres salariés qualifiés (9,0%) et les autres salariés non qualifiés (5,3%) sont faiblement représentés au niveau national. Le groupe de salariés est mieux représenté en milieu urbain (35,1% à Dakar et 21,3% dans les autres villes) qu'en milieu rural (9,2% seulement).

### III. EQUIPEMENTS ET ACCES AUX TIC

Il est important de noter que les équipements à usage exclusivement commercial ne sont pas traités dans cette partie du rapport. Ainsi, les téléphones et les ordinateurs qu'un professionnel utilise exclusivement dans son bureau, son atelier ou son commerce ne sont pas comptabilisés comme un bien domestique à mettre au compte du ménage de ce dernier. Le nombre de téléphone fixe estimé ici ne pourra donc être une estimation du nombre total d'abonnés au Sénégal. Cette estimation devra être complétée avec les données sur les entreprises, champ couvert dans le volet "entreprise" de la présente enquête".

#### 1. Téléphonie fixe

Comme indiqué dans le **Tableau 8**, le nombre de lignes de téléphone fixes est estimé à 199 137 pour l'ensemble des 1 373 556 ménages du pays, soit 0,145 appareil par ménage. Cela correspond à 14,5 lignes de téléphone fixes pour 100 ménages. Certains ménages pouvant disposer de plus d'une ligne de téléphone, le nombre de ménages touchés est donc inférieur au parc de téléphones fixes estimés. En réalité, sur les 1 373 556 ménages touchés par l'enquête, seuls 195 729 disposent d'au moins une ligne de téléphone fixe, soit un taux d'accès à domicile de 14,2%.

Tableau 8 : Possession de ligne de téléphone fixe selon la zone de résidence

Strate	Nombre moyen de lignes	Lignes de téléphone		Nombre de ménages
		Nombre	%	
Dakar	0,243	96714	48,6	398424
Autres villes	0,113	30191	15,2	268062
Milieu rural	0,102	72232	36,3	707070
<b>Ensemble</b>	<b>0,145</b>	<b>199137</b>	<b>100,0</b>	<b>1373556</b>

Toutes choses égales par ailleurs, on devrait s'attendre à ce que la dotation en TIC suive une tendance inverse à celle de la distribution des ménages et de la population dans les strates. En effet, les trois strates définies étant très inégalement dotées en téléphonie et en électricité, cette situation va certainement se refléter sur l'accès et l'utilisation des TIC dans ces différents milieux, notamment en faveur de la Capitale. La répartition des lignes par strate montre d'importantes différences en faveur de la Capitale, si on en juge par le poids démographique de chaque milieu : 48,6% des lignes se trouvent à Dakar (pour 29% des ménages), 15,1% dans les autres villes (pour 20% des ménages) et 36,3% en milieu rural (pour 51% des ménages). Le nombre moyen de lignes par ménage révèle mieux les inégalités devant l'accès à la ligne de téléphone fixe. Il est estimé à 0,243 ou 24 lignes pour 100 ménages à Dakar, 0,113 ou 11 lignes pour 100 ménages dans les autres villes et 0,102 ou 10 lignes pour 100 ménages en milieu rural. Le taux d'accès au téléphone fixe est plus que 2 fois plus élevé à Dakar que dans le reste du pays où la répartition des lignes est presque uniforme.

Le **Tableau 9** montre que les ménages dirigés par une femme détiennent 31,0% des lignes tandis qu'ils ne représentent que 23,0% du nombre total de ménages. Cet avantage se reflète aussi dans le nombre moyen de ligne par ménage : 19 lignes pour 100 ménages dirigés par une femme contre 13 lignes pour 100 ménages dont le chef est un homme.

Le revenu est utilisé ici comme une approximation du niveau de vie du ménage. Il a été collecté au niveau individuel sous forme de tranche de revenu mensuel. Pour les besoins de l'analyse, ces tranches de revenu ont été converties en revenu moyen mensuel pour chaque membre du ménage disposant d'un revenu. La somme de ces revenus moyens mensuels individuels constitue le revenu mensuel global du ménage.

Tableau 9 : Possession de ligne de téléphone fixe selon le sexe du chef de ménage et son niveau de vie

Caractéristiques	Nombre moyen de lignes	Nombre total de lignes	Nombre de ménages
<b>Sexe du CM</b>			
Masculin	0,131	138290	1052731
Féminin	0,19	60847	320825
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>			
Les 20% les plus pauvres	0,059	15666	264985
Deuxième quintile	0,042	11536	274154
Troisième quintile	0,000	34289	284941
Quatrième quintile	0,120	33080	276311
Les 20% les plus riches	0,383	104565	273165

Les ménages ont été ensuite classés par ordre croissant du premier jusqu'au dernier selon le niveau de revenu global mensuel. Pour constituer des catégories de revenu plus pertinentes dans notre analyse, les ménages ainsi classés ont été réparties en cinq groupes égaux en nombre. Le premier quintile correspond aux 20% des ménages les moins riches (ou les plus pauvres) et le cinquième quintile, les 20% des ménages les plus riches.

Les résultats dans le **Tableau 10** montrent que le nombre de lignes possédées augmente de façon très significative avec le niveau de revenu mensuel global du ménage, c'est-à-dire quand on passe du premier quintile le plus pauvre au cinquième quintile le plus riche. La distribution des lignes de téléphone fixes selon le quintile de revenu montre ainsi de très fortes disparités dans la possession de lignes de téléphone fixes dans les ménages. Dans les 20% les moins riches, 100 ménages se partagent moins de six (5,9) lignes de téléphone tandis que parmi les 20% les plus riches 100 ménages possèdent 38,3 lignes, soit un rapport inter quintile de 6,5. Cela signifie que les ménages appartenant au cinquième quintile ont plus de six fois plus de lignes de téléphone fixes que ceux du premier quintile. Les ménages du troisième quintile ou quintile intermédiaire ont plus que deux fois plus de lignes fixes que les 20% les plus pauvres.

L'âge du chef de ménage ne semble pas influencer de façon nette la possession de lignes téléphone fixes dans les ménages. En effet, selon le Tableau 10, la tendance est assez perturbée même si on peut noter que les ménages dirigés par des personnes de 35 ans et plus sont mieux dotés que leurs homologues âgées de moins

de 35 ans (6 à moins de 12 pour 100 ménages contre 16 environ). D'un côté, on observe que les ménages dont le chef a 15-24 ans sont mieux dotés que ceux dirigés par une personne de 25-34 (près de 12 lignes pour 100 ménages contre 6,4 ; soit un ratio de presque 2) et d'un autre côté, aucune différence entre les ménages dont les chefs sont âgés respectivement de 34-44 ans et 45 ans et plus (16,0 lignes pour 100 ménages).

**Tableau 10 : Possession de ligne de téléphone fixe selon l'âge du chef de ménage et son niveau d'instruction**

Caractéristiques	Nombre moyen de lignes	Nombre total de lignes	Nombre de ménages
<b>Age du CM</b>			
15 – 24	0,116	4075	35226
25 – 34	0,064	11169	174225
35 – 44	0,161	47780	295899
45 et +	0,157	136113	868206
<b>Niveau d'étude</b>			
Aucun	0,101	92013	912014
Primaire	0,125	27658	220710
Moyen	0,237	22183	93545
Secondaire	0,264	21200	80414
Supérieur	0,553	36084	65231
Non déclaré	0,000	0	1641

Le niveau d'instruction du chef de ménage montre des disparités plus fortes entre ménages : plus le chef de ménage est instruit plus son ménage a accès à la ligne de téléphone fixe. En effet, le nombre moyen de lignes par ménage augmente de façon significative avec le niveau d'instruction du chef de ménage en passant de 10 lignes pour 100 ménages quand le chef de ménage n'a aucune instruction à 55 lignes pour 100 ménages quand celui-ci a un niveau supérieur, soit un taux d'accès près de 6 fois plus élevé. Toutefois, on peut distinguer trois groupes de ménages presque homogènes : ceux dont le chef de ménage a le niveau primaire ou moins (10 à 11 lignes pour 100 ménages), ceux dont le CM a le niveau moyen ou secondaire plus que deux fois mieux lotis que les premiers (24 à 26 lignes pour 100 ménages) et le reste des ménages favorisés que dirige un chef de ménage de niveau universitaire (55 lignes pour 100 ménages).

La distribution des lignes de téléphone fixe selon la catégorie socioprofessionnelle suit une certaine logique. Le **Tableau 11** montre que les ménages de cadres sont les mieux dotés en lignes de téléphone fixes : près de 54 lignes pour 100 ménages comparés à 14,4 pour 100 ménages chez les autres salariés qualifiés ; 9,4 pour 100 ménages dans les ménages d'indépendants dont la plupart travaille dans le secteur informel moins rémunérateur et entre 6 à 7 lignes pour 100 ménages de salariés non qualifiés et d'autres actifs.

L'avantage des ménages dont le chef est inoccupé sur les autres sauf ceux des cadres (22 lignes pour 100 ménages) pourrait s'expliquer par leur statut antérieur.

En effet, ces chômeurs ou inactifs (dont les retraités) se sont certainement dotés de lignes au moment où ils étaient actifs dans des emplois relativement bien rémunérés.

**Tableau 11 : Possession de ligne de téléphone fixe selon la Catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage**

Catégorie socioprofessionnelle	Nombre moyen	Nombre Total	Nombre de ménages
Cadres	0,536	35390	65998
Autres salariés qualifiés	0,144	17746	123264
Autres salariés non qualifiés	0,060	4333	72566
Indépendants	0,094	77508	823993
Autres actifs	0,066	669	10178
Inoccupés	0,222	61264	275402
Non déclaré	1,033	2227	2155

## 2. Téléphonie mobile

Le **Tableau 12** indique que dans l'ensemble, sur 1 373 556 ménages 1 201 509 ménages disposent d'au moins une ligne de téléphone mobile, soit un taux de pénétration dans les ménages de 85,7%. Cela signifie que, plusieurs membres d'un ménage pouvant disposer chacun d'une puce, le nombre de lignes mobiles est estimé à 4 088 499, soit en moyenne 3 puces par ménage. Il convient donc de noter que parallèlement, 172 047 ménages (12,3%) ne disposent d'aucun cellulaire.

**Tableau 12 : Possession de ligne de téléphone mobile selon la zone de résidence**

Strate	Nombre moyen de lignes	Lignes de téléphone		Nombre de ménages
		Nombre	%	
Dakar	3,8	1504345	36,8	398424
Autres villes	2,8	762049	18,6	268062
Milieu rural	2,6	1822106	44,6	707070
<b>Ensemble</b>	<b>3,0</b>	<b>4088499</b>	<b>100,0</b>	<b>1373556</b>

Au plan démographique (nombre de ménages et population), les lignes de téléphone mobiles sont inégalement réparties dans les trois strates ; 37% des puces sont concentrées à Dakar, 19% dans les autres villes et 45% en milieu rural. Cette distribution géographique cache de plus profonds gaps entre Dakar et la campagne. En effet, le nombre de puces par ménage est plus élevé dans les ménages dakarois qui comptent au moins une puce de plus que les ménages ruraux et ceux des autres villes (respectivement 3,8 puces contre moins de 3).

Apparemment, le sexe du chef de ménage n'a pas d'effet significatif sur la possession de téléphones mobiles. Les résultats de l'enquête montrent que le nombre moyen de puces par ménage est invariable quel que soit le sexe de la personne qui dirige le ménage : 3,1 pour les femmes et 2.9 pour les hommes (**Tableau 13**). Le fait que les ménages dirigés par une femme soient légèrement mieux dotés s'expliquerait par leur plus petite taille et par l'effet de l'âge moyen probablement plus élevé au sein de ces ménages.

Comme pour la distribution des lignes de téléphone fixes, celle des lignes mobiles selon le revenu révèle l'influence très nette du niveau de vie des ménages sur la possession de puces. Le revenu du ménage favorise la possession de puces : le nombre moyen de puces par ménage passe de 1,1 au sein des 20% des ménages les plus pauvres à 5,6 dans les 20% les plus riches, soit un rapport inter quintile de 5.1, signifiant que les ménages les plus riches possèdent 5 fois plus de puces que les plus pauvres. Comparé au téléphone fixe, le gap moins profond entre les riches et les pauvres (rapport inter quintile plus faible) peut aussi être interprété comme une meilleure accessibilité à la ligne mobile, financièrement mais aussi techniquement.

**Tableau 13 : Possession de ligne de téléphone mobile selon le sexe et niveau de vie du chef de ménage**

Caractéristiques	Nombre moyen de lignes	Nombre total de lignes	Nombre de ménages
<b>Sexe du CM</b>			
Masculin	2,9	3088634	1052731
Féminin	3,1	999865	320825
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>			
Les 20% les plus pauvres	1,1	301562	264985
Deuxième quintile	1,6	448932	274154
Troisième quintile	2,7	765347	284941
Quatrième quintile	3,8	1044815	276311
Les 20% les plus riches	5,6	1527843	273165

Comme le montre le **Tableau 14**, contrairement à la distribution des lignes fixes selon l'âge du chef de ménage, celle des lignes mobiles montre de façon nette que plus la personne qui dirige le ménage est âgé plus il y a de puces dans son ménage. Le nombre moyen de puce augmente avec l'âge de ce dernier. Il est raisonnable de penser à un effet combiné de l'âge du chef et ceux d'autres facteurs comme la taille du ménage qui augmente généralement avec l'âge du chef de ménage.

**Tableau 14 : Possession de ligne de téléphone mobile selon l'âge du chef de ménage et son niveau d'instruction**

Caractéristiques	Nombre moyen de lignes	Nombre total de lignes	Nombre de ménages
<b>Age du CM</b>			
15 – 24	1,4	50177	35226
25 – 34	1,8	319407	174225
35 – 44	2,5	737865	295899
45 et +	3,4	2981049	868206
<b>Niveau d'étude</b>			
Aucun	2,6	2380859	912014
Primaire	3,4	758343	220710
Moyen	3,9	365118	93545
Secondaire	3,7	299661	80414
Supérieur	4,3	281236	65231
Non déclaré	2,0	3283	1641

Comme pour le téléphone fixe, la distribution des puces selon le niveau d'instruction du CM montre que la possession de lignes mobiles dans le ménage augmente avec le niveau d'étude du chef de ménage : plus le chef de ménage est instruit plus son ménage possède de puces téléphoniques. Comme l'indique le **Tableau 15**, le nombre moyen de lignes mobiles par ménage augmente de façon significative en passant de 2,6 quand le chef de ménage n'a aucune instruction à 3,4 quand il a le niveau primaire, 4,3 s'il atteint le niveau supérieur, soit près de 70% d'appareils de plus que les premiers.

La possession de puces dans les ménages varie sensiblement selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage. Les ménages de cadres ont presque un appareil et demi de plus que ceux des autres salariés qualifiés et possèdent plus que deux fois de cellulaires que les ménages des actifs au bas de l'échelle (respectivement 4,7 puces par ménage, 3,3 et 2,2). Les ménages dont le chef est inoccupé possèdent une puce de moins que les ménages de cadres. Si leur manque de travail n'a pas altéré la capacité de leur ménage à se doter de puces téléphoniques, on peut présager que d'autres facteurs favorables y contribuent : à travers d'autres membres du ménage, des transferts reçus ou le fruit de ressources accumulées antérieurement.

**Tableau 15 : Possession de ligne de téléphone mobile selon la Catégorie Socioprofessionnelle du chef de ménage**

Catégorie Socioprofessionnelle	Nombre moyen de lignes	Nombre total de lignes	Nombre de ménages
Cadres	4,7	307257	65998
Autres salariés qualifiés	3,3	404851	123264
Autres salariés non qualifiés	2,6	186152	72566
Indépendants	2,6	2114353	823993
Autres actifs	2,2	22524	10178
Inoccupés	3,8	1042990	275402
Non déclaré	4,8	10372	2155

### 3. Ordinateur

Les données relatives à l'ordinateur sont présentées dans le **Tableau 16**. Tous les modes d'acquisition confondus, le nombre total d'ordinateurs à la disposition des ménages est estimé à 157 727. Ce nombre comprend, 3 713 appareils achetés à crédit, 115 511 achetés au comptant, 669 acquis en location, 27 900 reçus gratuitement d'un tiers et 6 454 ordinateurs professionnels à la disposition des ménages. L'essentiel de ces appareils ont donc été achetés (près de 76,0%) ou offerts gracieusement aux ménages (près de 18,0%).

Taux d'équipement en ordinateur à domicile : le nombre moyen d'ordinateurs disponibles par ménage est de 0,115, soit moins de 12 ordinateurs pour 100 ménages. Cette moyenne varie très largement selon la strate. Elle est plus élevée à

Dakar qui compte 0,275 ordinateur par ménage, soit 27,5 ordinateurs pour 100 ménages. Dans les autres villes 100 ménages disposent de moins de 9 ordinateurs. En milieu rural, ce rapport est de 3,5, soit 2,5 fois moins que dans les autres villes et près de 8 fois moins qu'à Dakar.

Le nombre d'ordinateurs augmente avec le niveau de revenu du ménage. A en juger par ces écarts importants entre différents niveaux de vie, on peut penser que le revenu expliquerait les différences notées sur le nombre d'ordinateurs disponibles dans le ménage, en particulier entre les plus riches et les plus pauvres. Les 20% des ménages les plus pauvres ne disposent que de 2,4 ordinateurs pour 100 ménages tandis que les 20% les plus riches comptent 41,4 appareils pour 100 ménages, soit près de 17 fois plus. Les quintiles intermédiaires possèdent deux fois plus d'ordinateur que les plus pauvres.

Les différences liées au sexe du chef de ménage sont faibles 11,0 ordinateurs pour 100 ménages dirigés par un homme contre 13,3 appareils pour 100 ménages dirigés par une femme. L'âge de chef de ménage ne semble pas imprimer une tendance nette à la distribution du nombre ordinateurs disponibles pour les ménages. Le nombre d'ordinateurs disponibles pour 100 ménages est légèrement plus élevé dans les ménages dirigés par les plus âgés (45 ans et plus) et les plus jeunes (15-24 ans), respectivement (entre 12 et 13 appareils pour 100 ménages contre 7 et 8 pour les catégories intermédiaires). En revanche, le niveau d'instruction du chef de ménage favorise très sensiblement la disponibilité d'ordinateurs. Le nombre d'ordinateurs pour 100 ménages passe de 3,6 parmi les ménages de non instruits à 5,6 dans les ménages dont le chef a le niveau primaire, à 21,7 dans les ménages dirigés par une personne ayant le niveau secondaire et à 115 quand celui-ci a le niveau supérieur. Cela signifie que les ménages dont le chef a le niveau supérieur disposent de 32 fois plus d'ordinateurs que les ménages dirigés par un non instruit et 20 fois plus que ceux dirigés par une personne de niveau primaire.

L'influence de la catégorie socioprofessionnelle est la plus significative, ce que reflètent les différences entre groupes : 100 ménages de cadres disposent de 104 ordinateurs dans leur domicile contre 14,2 parmi les ménages d'inoccupés tandis que les ménages des autres salariés n'ont même pas 10 appareils pour 100 ménages. En particulier, les ménages dirigés par les actifs du bas de l'échelle n'en n'ont pas du tout.

**Tableau 16 : Nombre d'ordinateurs disponibles dans le ménage selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage**

Caractéristique s		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Strate du CM</b>									
Dakar	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,275
	Somme	109439	0	84648	0	20328	0	2342	
	Effectif	398424	398424	398424	398424	398424	398424	398424	
Autres villes	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,088
	Somme	23559	1337	14471	668	3705	0	2016	
	Effectif	268062	268062	268062	268062	268062	268062	268062	
Rural	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,035
	Somme	24729	2376	16391	0	3866	0	2095	
	Effectif	707070	707070	707070	707070	707070	707070	707070	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
<b>Niveau d'étude</b>									
Aucun	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,036
	Somme	32402	2376	23725	0	4086	0	0	
	Effectif	912014	912014	912014	912014	912014	912014	912014	
Primaire	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,056
	Somme	12435	668	9421	0	2346	0	0	
	Effectif	220710	220710	220710	220710	220710	220710	220710	
Moyen	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,167
	Somme	15617	0	9974	0	3451	0	2191	
	Effectif	93545	93545	93545	93545	93545	93545	93545	
secondaire	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,275
	Somme	22135	669	17726	0	4485	0	0	
	Effectif	80414	80414	80414	80414	80414	80414	80414	
Supérieur	Moyenne	1	0	1	0	0	0	0	1,152
	Somme	75138	0	54665	669	13531	0	4262	
	Effectif	65231	65231	65231	65231	65231	65231	65231	
Non déclaré	Moyenne	0	.	.	.	.	.	.	0,000
	Somme	0	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	1641	1641	1641	1641	1641	1641	1641	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

(suite tableau 16) : Nombre d'ordinateurs disponibles dans le ménage selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	Nombre d'ordinateurs dans le ménage	
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
<b>Age du CM</b>									
15 - 24	Moyenne	0	0	1	0	1	0	0	0,119
	Somme	4189	0	2275	0	1914	0	0	
	Effectif	35226	35226	35226	35226	35226	35226	35226	
25 - 34	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,068
	Somme	11848	0	10014	0	1834	0	0	
	Effectif	174225	174225	174225	174225	174225	174225	174225	
35 - 44	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,082
	Somme	24253	669	18816	0	2768	0	745	
	Effectif	295899	295899	295899	295899	295899	295899	295899	
45 et +	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,135
	Somme	117437	3044	84406	669	21383	0	5709	
	Effectif	868206	868206	868206	868206	868206	868206	868206	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
<b>Sexe</b>									
Masculin	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,109
	Somme	115092	1337	86413	669	19796	0	4262	
	Effectif	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	
Féminin	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,133
	Somme	42635	2376	29098	0	8104	0	2191	
	Effectif	320825	320825	320825	320825	320825	320825	320825	
Non déclaré	Moyenne	.	.	.	.	.	.	.	
	Somme	.	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	0	0	0	0	0	0	0	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

(suite tableau 16) : Nombre d'ordinateurs disponibles dans le ménage selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage

		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>									
Cadres	Moyenne	1	0	1	0	0	0	0	1,040
	Somme	68641	0	50669	0	10215	0	4262	
	Effectif	65998	65998	65998	65998	65998	65998	65998	
Autres salariés qualifiés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,088
	Somme	10886	669	8883	0	743	0	1336	
	Effectif	123264	123264	123264	123264	123264	123264	123264	
Autres salariés non qualifiés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,085
	Somme	6175	0	3808	0	1006	0	0	
	Effectif	72566	72566	72566	72566	72566	72566	72566	
Indépendants	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,038
	Somme	31499	668	24271	668	5036	0	855	
	Effectif	823993	823993	823993	823993	823993	823993	823993	
Autres actifs	Moyenne	0	.	.	.	.	.	.	0,000
	Somme	0	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	10178	10178	10178	10178	10178	10178	10178	
inoccupés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,142
	Somme	39032	2376	26385	0	10900	0	0	
	Effectif	275402	275402	275402	275402	275402	275402	275402	
nd	Moyenne	1	0	2	0	0	0	0	0,694
	Somme	1495	0	1495	0	0	0	0	
	Effectif	2155	2155	2155	2155	2155	2155	2155	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

(suite tableau 16) : Nombre d'ordinateurs disponibles dans le ménage selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage

		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>									
Moins de 65 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,024
	Somme	6490	0	5484	0	1006	0	0	
	Effectif	264985	264985	264985	264985	264985	264985	264985	
65 000 - 115 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,030
	Somme	8359	2376	5199	0	783	0	0	
	Effectif	274154	274154	274154	274154	274154	274154	274154	
115 000 - 210 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,053
	Somme	15159	669	9309	0	4565	0	0	
	Effectif	284941	284941	284941	284941	284941	284941	284941	
210 000 - 375 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,053
	Somme	14529	0	8150	669	3694	0	2016	
	Effectif	276311	276311	276311	276311	276311	276311	276311	
375 000 et plus	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,414
	Somme	113190	668	87368	0	17851	0	4437	
	Effectif	273165	273165	273165	273165	273165	273165	273165	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

Au niveau ménage, la possession d'ordinateurs semble plus pertinente que la simple disponibilité d'appareils car la première mesure la réelle volonté et le besoin d'en disposer et d'en user. De plus, au delà du pouvoir d'achat qu'elle reflète, la variable possession est plus indiquée pour mesurer la capacité des ménages à utiliser un ordinateur en ce sens qu'elle saisit mieux la durabilité des appareils dans le ménage. Enfin, la forte corrélation entre la disponibilité et les achats justifie que dans la suite, l'analyse et les comparaisons entre groupes sociaux soient limitées à la possession. L'enquête a permis de déterminer dans chaque ménage le nombre d'ordinateurs achetés à crédit ou au comptant par le ménage ainsi que ceux reçus comme cadeau. La somme de ces trois types d'acquisitions donne le nombre d'appareils en possession du ménage. Les résultats montrent que sur 147 124 ordinateurs en possession des ménages, 3 713 ont été achetés à crédit, 115 511 au comptant et 27 900 reçus gratuitement, soit 3,0%, 79,0% et 19,0% respectivement (**Tableau 17**). A noter qu'un ordinateur sur cinq a été reçu sans contrepartie.

Le parc des ordinateurs en possession des ménages est très inégalement réparti entre les trois strates : plus de sept ordinateurs sur dix (près de 72,0%) sont la possession de ménages de la Capitale, 13,3% appartiennent à des citoyens des autres villes et 15,4% à des ménages ruraux, ce qui ne reflète ni la distribution de la population ni celle des ménages. Cette répartition correspond à 9 ordinateurs pour 100 ménages à Dakar ; 2,4 dans les autres villes et 1,1 en milieu rural, soit une moyenne nationale de 3,6 ordinateurs pour 100 ménages.

Malgré la position inattendue du quatrième quintile plus riche que le troisième mais moins doté que ce dernier en ordinateurs, l'influence du revenu sur la possession est réelle : parmi les 20% les plus riches le nombre d'ordinateurs pour 100 ménages est estimé à 13 tandis qu'il varie entre moins de 1 pour les plus pauvres et moins de 2 pour les mieux lotis des 4 premiers quintiles. Le rapport est de 1 contre près de 8.

Le sexe du chef de ménage a peu d'effet sur le taux d'équipement en ordinateurs à domicile, même s'il est légèrement en faveur des ménages dirigés par une femme : 4,1 ordinateurs pour 100 ménages contre 3,4.

Les ménages dirigés par les plus jeunes (15-24 ans) et ceux dirigés par les plus âgés (45 ans et plus) ont un taux d'équipement à domicile plus élevé que les ménages dont le chef a un âge intermédiaire (entre 25 et 44) : 4 ordinateurs pour 100 ménages pour les premiers contre 2 pour le second groupe.

L'effet du niveau d'instruction du chef de ménage sur le taux d'équipement en ordinateur à domicile est très significatif : le taux passe de 1,1 ordinateurs pour 100 ménages parmi les ménages de non instruits à 7 dans ceux dirigés par un chef d'un niveau secondaire et près de 35 appareils pour 100 ménages quand le chef a le niveau supérieur, soit un rapport de 1 contre 32 entre les ménages de cadres et ceux des non instruits.

Le taux d'équipement en ordinateurs à domicile est plus élevé parmi les ménages dirigés par un cadre : 31 ordinateurs pour 100 ménages suivis de très loin par les ménages dont le chef est inoccupé (moins de 5 ordinateurs pour 100 ménages). Les autres catégories ont des taux assez faibles (entre 1 et moins de 3) tandis que les actifs du bas de l'échelle ne s'équipent pas en ordinateurs, certainement pour des raisons combinées de manque de moyens et de formation mais aussi parce que le besoin ne se fait sentir ni professionnellement, ni socialement.

**Tableau 17 : Nombre d'ordinateurs possédés selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage**

Caractéristiques		PC acquis par crédit	PC achetés au comptant	PC Reçus gratuitement	Nombre total de PC possédés	PC par Ménage
<b>Strate du CM</b>						
Dakar	Moyenne	0	1	0	1	0,088
	Somme	0	84648	20328	104976	
	Effectif	398424	398424	398424	1195272	
Autres villes	Moyenne	0	1	0	1	0,024
	Somme	1337	14471	3705	19513	
	Effectif	268062	268062	268062	804186	
Rural	Moyenne	0	1	0	1	0,011
	Somme	2376	16391	3866	22633	
	Effectif	707070	707070	707070	2121210	
<b>Niveau d'étude</b>						
Aucun	Moyenne	0	1	0	1	0,011
	Somme	2376	23725	4086	30187	
	Effectif	912014	912014	912014	2736042	
préscolaire	Moyenne	.	.	.		
	Somme	.	.	.		
	Effectif	0	0	0	0	
Primaire	Moyenne	0	1	0	1	0,019
	Somme	668	9421	2346	12435	
	Effectif	220710	220710	220710	662130	
Moyen	Moyenne	0	1	0	1	0,048
	Somme	0	9974	3451	13425	
	Effectif	93545	93545	93545	280635	
secondaire	Moyenne	0	1	0	1	0,095
	Somme	669	17726	4485	22880	
	Effectif	80414	80414	80414	241242	
Supérieur	Moyenne	0	1	0	1	0,348
	Somme	0	54665	13531	68196	
	Effectif	65231	65231	65231	195693	
Non déclaré	Moyenne	.	.	.		
	Somme	.	.	.		
	Effectif	1641	1641	1641	4923	
<b>Total</b>	<b>Moyenne</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0,036</b>
	<b>Somme</b>	<b>3713</b>	<b>115511</b>	<b>27900</b>	<b>147124</b>	
	<b>Effectif</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>4120668</b>	

(Suite tableau 17): Nombre d'ordinateurs possédés selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		PC acquis par crédit	PC achetés au comptant	PC Reçus gratuitement	Nombre total de PC possédés	PC par Ménage
<b>Age du CM</b>						
15 - 24	Moyenne	0	1	1	2	0,040
	Somme	0	2275	1914	4189	
	Effectif	35226	35226	35226	105678	
25 - 34	Moyenne	0	1	0	1	0,023
	Somme	0	10014	1834	11848	
	Effectif	174225	174225	174225	522675	
35 - 44	Moyenne	0	1	0	1	0,025
	Somme	669	18816	2768	22253	
	Effectif	295899	295899	295899	887697	
45 et +	Moyenne	0	1	0	1	0,042
	Somme	3044	84406	21383	108833	
	Effectif	868206	868206	868206	2604618	
<b>Sexe</b>						
Masculin	Moyenne	0	1	0	1	0,034
	Somme	1337	86413	19796	107546	
	Effectif	1052731	1052731	1052731	3158193	
Féminin	Moyenne	0	1	0	1	0,041
	Somme	2376	29098	8104	39578	
	Effectif	320825	320825	320825	962475	
Non déclaré	Moyenne	.	.	.		
	Somme	.	.	.		
	Effectif	0	0	0	0	
<b>Total</b>	<b>Moyenne</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0,036</b>
	<b>Somme</b>	<b>3713</b>	<b>115511</b>	<b>27900</b>	<b>147124</b>	
	<b>Effectif</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>4120668</b>	

(suite tableau 17): Nombre d'ordinateurs possédés selon le mode d'acquisition et certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		PC acquis par crédit	PC achetés au comptant	PC Reçus gratuitement	Nombre total de PC possédés	PC par Ménage
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>						
Cadres	Moyenne	0	1	0	1	0,308
	Somme	0	50669	10215	60884	
	Effectif	65998	65998	65998	197994	
Autres salariés qualifiés	Moyenne	0	1	0	1	0,028
	Somme	669	8883	743	10295	
	Effectif	123264	123264	123264	369792	
Autres salariés non qualifiés	Moyenne	0	1	0	1	0,022
	Somme	0	3808	1006	4814	
	Effectif	72566	72566	72566	217698	
Indépendants	Moyenne	0	1	0	1	0,012
	Somme	668	24271	5036	29975	
	Effectif	823993	823993	823993	2471979	
Autres actifs	Moyenne	.	.	.		
	Somme	.	.	.		
	Effectif	10178	10178	10178	30534	
inoccupés	Moyenne	0	1	0	1	0,048
	Somme	2376	26385	10900	39661	
	Effectif	275402	275402	275402	826206	
ND	Moyenne	0	2	0	2	
	Somme	0	1495	0	1495	
	Effectif	2155	2155	2155	6465	
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>						
Moins de 65 000	Moyenne	0	1	0	1	0,008
	Somme	0	5484	1006	6490	
	Effectif	264985	264985	264985	794955	
65 000 - 115 000	Moyenne	0	1	0	1	0,010
	Somme	2376	5199	783	8358	
	Effectif	274154	274154	274154	822462	
115 000 - 210 000	Moyenne	0	1	0	1	0,017
	Somme	669	9309	4565	14543	
	Effectif	284941	284941	284941	854823	
210 000 - 375 000	Moyenne	0	1	0	1	0,014
	Somme	0	8150	3694	11844	
	Effectif	276311	276311	276311	828933	
375 000 et plus	Moyenne	0	1	0	1	0,129
	Somme	668	87368	17851	105887	
	Effectif	273165	273165	273165	819495	
Total	Moyenne	0	1	0	1	0,036
	Somme	3713	115511	27900	147124	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	4120668	

#### 4. Raisons de ne pas disposer d'ordinateur dans le ménage

L'accès des ménages à internet constitue un moyen de réduire la fracture numérique au Sénégal. Mais encore faut-il que les ménages disposent des moyens économiques, matériels et intellectuels indispensables pour entrer dans le monde numérique. Les résultats de l'enquête ont montré que les ménages non équipés en ordinateurs sont relativement importants dans le pays. Pour appréhender les limites de l'insertion de ces technologies dans la société sénégalaise et identifier les obstacles à leur utilisation, l'enquête a collecté des informations sur les raisons du non équipement informatique des ménages.

*Le coût d'un ordinateur et la faible capacité technique mis en avant* : les résultats présentés dans le **graphique 2** ci-dessous mettent en avant le coût élevé de l'ordinateur. En effet, si près d'un ménage sur deux (48,2%) le déclare dans le pays, ils sont près de six sur dix à le citer à Dakar et dans les autres centres urbains (respectivement 58,5% et 56,9%). Les ménages ruraux ne sont que quatre sur dix (40,2%) à se préoccuper du coût. Ce dernier résultat se justifie du fait que leur souci est d'une autre nature. Ils sont près d'un sur deux (46,7%) à être analphabète et à juger généralement son utilisation compliquée (13,3%). L'illettrisme, très fréquent en zone rurale, semble moins peser que l'inutilité déclarée de l'ordinateur par les populations rurales.

Le facteur coût est particulièrement soulevé par les chefs de ménage de niveau d'étude moyen (78,5%). Mais globalement, les chefs de ménage instruits ont plus tendance à penser que le prix des ordinateurs constitue un frein majeur à leur équipement. Cela confirme que les populations sans instruction ne sont pas préoccupées par la question du coût.

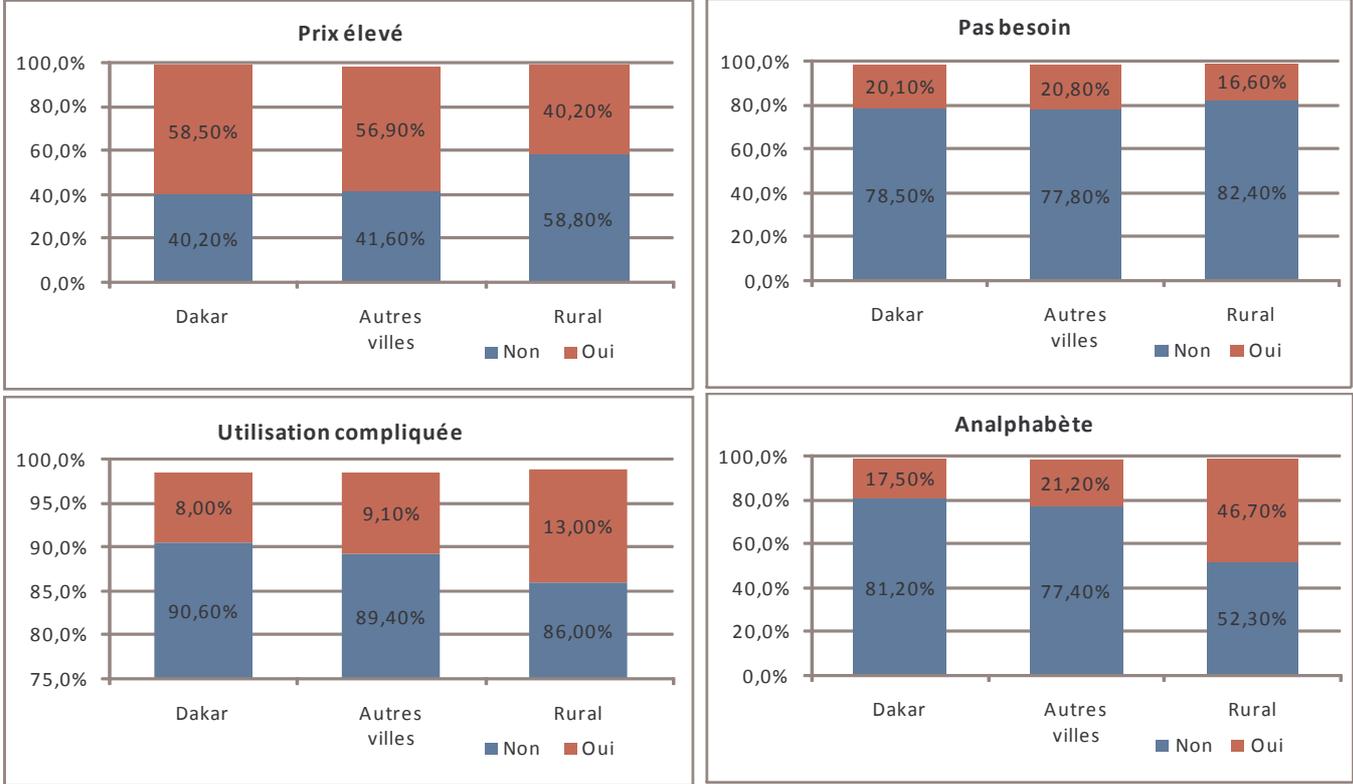
Par ailleurs, ce sont les chefs de ménage les plus âgés qui soulignent le coût élevé de l'ordinateur. La moitié des chefs de ménage des groupes d'âges 35-44 (52,1%) et 45 ans et plus (50,1%) juge élevé le prix de l'ordinateur, ce qui n'est pas le cas des plus jeunes. Ces derniers, précisément les groupes d'âge 15-24 ans (59,5%) et 25-34 ans (39,4%), semblent plutôt être freinés par leur analphabétisme (voir graphique 2).

Les chefs de ménage les plus instruits étant également les travailleurs les plus qualifiés, on pouvait s'attendre à ce que le coût élevé de l'ordinateur soit la justification majeure du non équipement de ces derniers. Près de six chefs de ménage salariés qualifiés sur cent se soucient aussi du coût. Mais cette préoccupation est toutefois plus grande chez leurs homologues autres actifs (59,9%) et, surtout, les salariés non qualifiés (63,2%). C'est dire que les capacités financières des uns et des autres expliquent la nature et l'ampleur de leur non équipement en ordinateur. Soulignons que la situation informatique des autres actifs (42,2%) est, comme celui des travailleurs indépendants (47,7%), inhérente à leur état d'analphabète.

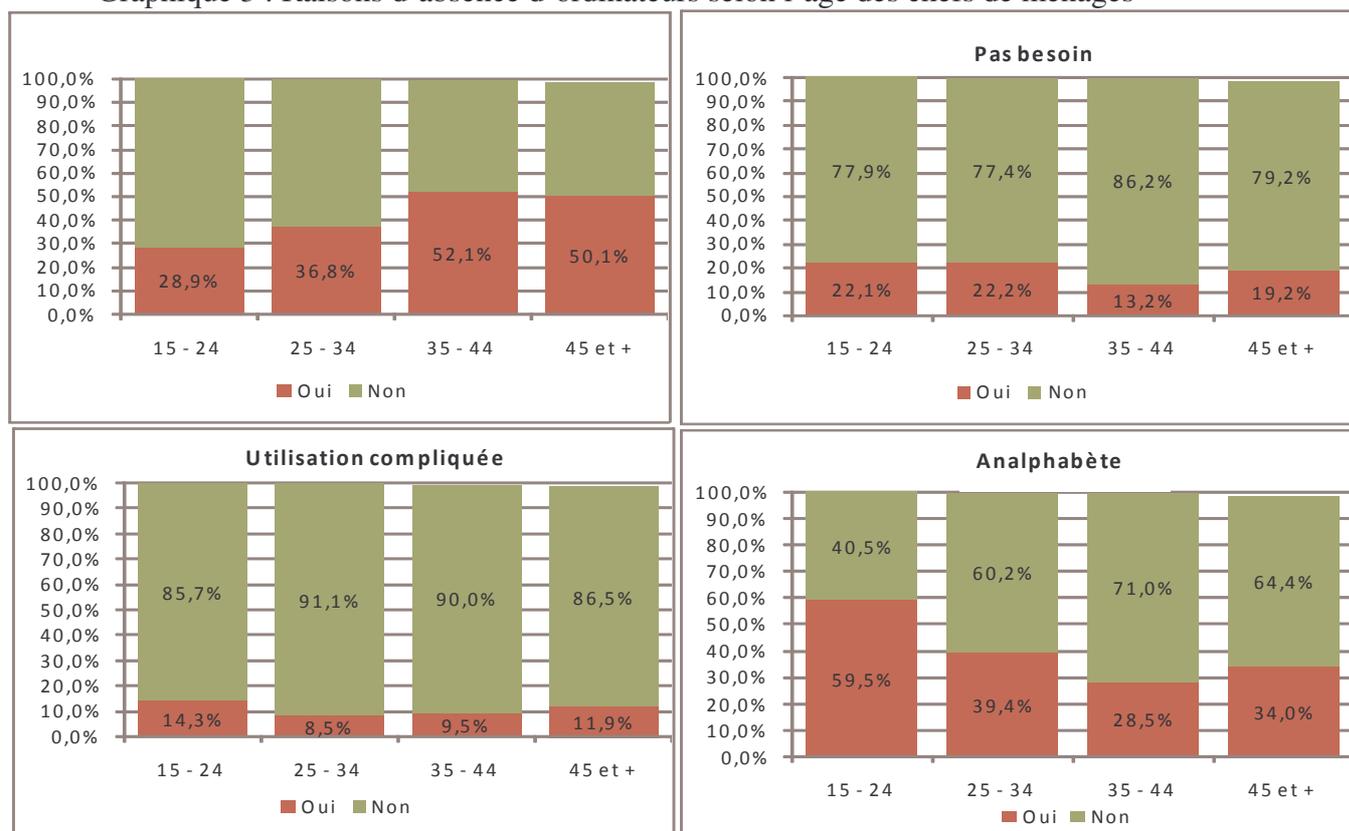
En tout état de cause, la logique financière semble expliquer certaines situations particulières des ménages. Plus le revenu du chef de ménage est élevé, plus sa

propension à déclarer exorbitant le prix d'un ordinateur est importante. Par contre, moins le revenu est élevé, plus le chef de ménage considère non nécessaire de disposer d'un ordinateur en le justifiant également par son analphabétisme.

Graphique 2 : Raisons d'absence d'ordinateurs selon la zone de résidence du chef de ménage



Graphique 3 : Raisons d'absence d'ordinateurs selon l'âge des chefs de ménages



## 5. Projets d'équipement en ordinateur des ménages

Dans le contexte actuel de la mondialisation, l'information constitue un vecteur majeur d'innovation. Ainsi, les technologies de l'information et de la communication apparaissent comme un levier puissant pour la promotion de la société de l'information car mettant en œuvre de substantiels enjeux culturels, démocratiques, de cohésion sociale et de sécurité avec le développement des services publics numériques et les nouvelles possibilités ouvertes de consultation en ligne. A ce titre, elles participent non seulement à l'épanouissement de l'individu mais également à la croissance économique et à l'amélioration de la qualité de la vie.

Pour envisager la réduction du gap numérique au Sénégal, cette enquête avait aussi pour objet d'appréhender les projets futurs d'équipements des ménages et, pour ceux déjà équipés, les intentions d'amélioration (en renforçant ou en changeant) de leur dispositif informatique.

Le projet d'achat d'un ordinateur est un engouement relativement limité : seuls 15,9% envisagent d'acheter un ordinateur d'ici un an. Une proportion équivalente de ménages se déclare indécise (15,4%) alors que plus de six ménages sur dix (64,7%) ne le prévoient pas. Le besoin de s'équiper se fait plus sentir à Dakar (30,3%) et dans les autres villes (19,2%) que dans le milieu rural (6,6%).

Une volonté plus affirmée d'améliorer l'équipement actuel parmi les ménages de salariés (**Tableau 18**): l'amélioration de l'outil informatique des ménages ne concerne que ceux qui sont déjà équipés. Parmi ces ménages, 48,2% projettent de renforcer la performance de leur ordinateur. A contrario, le tiers (34,2%) pense conserver l'état actuel de leur machine alors que près du quart (14,2%) reste indécis.

Tableau 18 : Projet d'amélioration de l'ordinateur des ménages selon la zone de résidence

Pensez-vous compléter / améliorer vos PC d'ici 1 an	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
Oui	51,1	48,8	37,7	48,2
Non	38,7	31,6	21,0	34,2
Ne sait pas /ND	10,2	19,6	41,3	17,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	71668	20159	20863	112690

Le besoin d'améliorer l'outil informatique est plus une préoccupation urbaine que rurale. La moitié des ménages de Dakar (51,1%) et des autres villes (48,8%) l'envisagent. Les ménages ruraux s'attendent moins à améliorer leur équipement actuel du fait de leur plus grande indécision (41,3%).

Les autres salariés non qualifiés (71,8%) et les cadres (51,4%) sont les plus nombreux à entrevoir de renforcer leur ordinateur (**Tableau 19**). Toutefois, il importe de signaler que le souhait d'affermir l'outil informatique existe chez toutes les catégories socioprofessionnelles. En effet, pas moins de quatre ménages sur dix expriment ce besoin et ce, quelle que soit la situation professionnelle du chef de ménage.

Tableau 19 : Projet d'amélioration de l'ordinateur selon l'occupation du chef de ménage

Pensez-vous compléter / améliorer vos PC d'ici 1 an	Occupation						Total
	Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Inoccupés	ND	
Oui	51,4	42,3	71,8	48,8	42,5	0,0	48,2
Non	42,3	40,1	0,0	30,5	30,6	100,0	34,2
Ne sait pas/ND	6,3	17,5	26,2	20,8	26,8	0,0	17,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	37316	8754	5494	29586	30793	747	112690

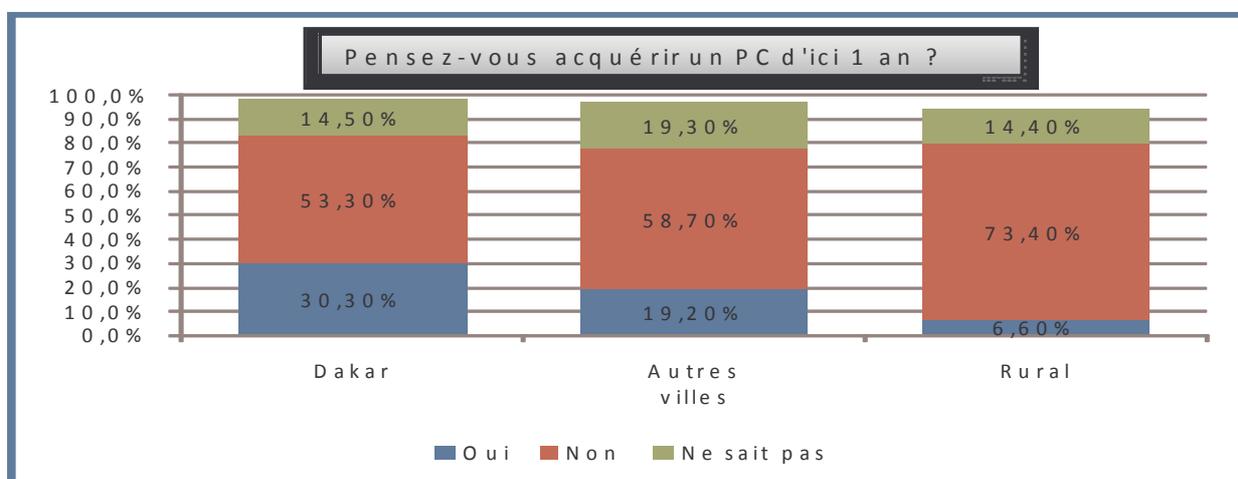
Le changement d'ordinateur, un projet assez répandu (**Tableau 20**): certains ménages envisagent tout simplement de changer d'ordinateur. Mais cette tentation apparaît moins importante que le besoin d'améliorer l'outil existant. En effet, moins d'un tiers des ménages (28,6%) désirent changer de machine. Ce projet est particulièrement important dans les ménages des villes et surtout dans les

agglomérations autres que Dakar (40,8% contre 28,3%). Cette décision concerne à peine le quart des ménages ruraux (17,6%).

Tableau 20 : Projet de changement d'ordinateur selon la zone de résidence du chef de ménage

Pensez-vous changer vos PC d'ici 1 an	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
Oui	28,3	40,8	17,6	28,6
Non	54,0	48,2	40,2	50,4
Ne sait pas/ND	17,7	11,1	42,2	21,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	71669	20158	20863	112690

Graphique 4 : Projet d'acquisition d'ordinateur des ménages selon la zone de résidence



L'approche selon la zone de résidence cache toutefois certaines disparités, en particulier lorsque l'analyse est effectuée selon la situation vis-à-vis de la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage. Plus de la moitié des salariés qualifiés (53,1%) autres que les cadres et près du tiers (31,3%) des travailleurs indépendants s'attendent à changer d'ordinateur dans un an (**Tableau 21**). Les inoccupés (23,9%) se situent au niveau des cadres (24,7%) et sont près d'un quart à prévoir changer d'ordinateur au cours de l'année. Les cadres pensent moins à changer d'ordinateur, probablement parce qu'ils sont généralement mieux équipés que leurs autres.

Tableau 21 : Projet de changement d'ordinateur selon l'occupation du chef de ménage

Pensez-vous changer vos PC d'ici 1 an	Occupation						Total
	Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Inoccupés	ND	
Oui	24,7	53,1	31,2	31,3	23,9	0,0	28,6
Non	49,6	46,9	56,5	45,0	55,3	100,0	50,4
Ne sait pas/ND	25,7	0,0	12,4	23,7	20,8	0,0	21,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	37315	8754	5495	29586	30795	747	112692

## 6. Internet

Le taux de connexion à internet varie selon plusieurs facteurs dont la localisation sur le territoire national. En effet, les différents milieux de résidence qui recoupent les trois strates du champ de l'enquête sont inégalement dotés en électricité et en téléphonie, conditions nécessaires pour se connecter à internet.

### 6.1 Connexion à domicile

Comme indiqué dans le **Tableau 22**, sur les 1 373 556 ménages du pays, 55 554 seulement disposent d'une connexion internet à domicile, soit un faible taux de connexion de 4,0%. Plus de 72, 0% de ces ménages se trouvent à Dakar, 8,0% dans les autres villes et 19,0% en milieu rural. Le taux de connexion est plus élevé à Dakar (10,1%) que dans les autres villes (1,8%) et en milieu rural (1,5%). Cette distribution contraste avec celle des ménages et de la population.

Le taux de connexion internet à domicile suit la distribution du revenu mensuel dans les quintiles de revenu. Il passe de 1,0% dans les 20% des ménages les plus pauvres à 2,7% dans le troisième quintile ou groupe intermédiaire tandis qu'il est de 14,2% pour les 20% les plus riches. Le rapport entre les 20% les plus riches et les 20% les plus pauvres est donc de 1 à 14. Ce rapport est assez élevé, même entre les plus riches et la catégorie moyenne : le taux de connexion des premiers est 5,3 fois plus élevé que celui de leurs suivants immédiats.

Le taux de connexion internet à domicile est légèrement plus élevé pour les ménages dirigés par une femme (5,2%) que pour ceux dont le chef est un homme (3,7%).

Par rapport à l'âge, le taux de connexion internet à domicile ne suit pas une tendance régulière. Cependant, les ménages dirigés par les personnes les plus jeunes (14-24 ans) connaissent un taux nettement plus élevé que celui des ménages dont le chef est plus âgé (25 ans et plus) : près de 9,0% contre 2,5 à 4,5%, soit plus de deux fois plus.

Le niveau d'instruction influence de façon nette et significative le taux de connexion internet à domicile en entraînant de fortes inégalités. Presque nul (0,7%) pour les

ménages dirigés par une personne sans instruction, le taux passe à 4,0% quand le chef de ménage atteint le niveau primaire et 43,2% quand il a un niveau supérieur.

Les disparités liées à la catégorie socioprofessionnelle sont encore plus marquées. Le taux de connexion à domicile est très élevé dans les ménages de cadres et faible dans les ménages des autres salariés, qualifiés comme non qualifiés, et les ménages d'indépendants (respectivement 36,0 contre 0 à 2,40%). Après les ménages de cadres, ceux dirigés par une personne inoccupée sont les mieux lotis (5,3%).

Tableau 22 : Nombre de ménages disposant d'une connexion Internet à domicile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		Connexion internet à domicile			
		Connecté	Non connecté	Non déclaré	Total
<b>Strate du CM</b>					
Dakar	Effectif	40109	358315	0	398424
	N % ligne	10,10	89,90	0,00	100,00
Autres villes	Effectif	4732	263330	0	268062
	N % ligne	1,80	98,20	0,00	100,00
Rural	Effectif	10713	696357	0	707070
	N % ligne	1,50	98,50	0,00	100,00
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	Effectif	6429	905586	0	912014
	N % ligne	0,70	99,30	0,00	100,00
préscolaire	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00	0,00	0,00	0,00
Primaire	Effectif	8918	211792	0	220710
	N % ligne	4,00	96,00	0,00	100,00
Moyen	Effectif	5295	88251	0	93545
	N % ligne	5,70	94,30	0,00	100,00
secondaire	Effectif	6714	73700	0	80414
	N % ligne	8,30	91,70	0,00	100,00
Supérieur	Effectif	28198	37033	0	65231
	N % ligne	43,20	56,80	0,00	100,00
Non déclaré	Effectif	0	1641	0	1641
	N % ligne	0,00	100,00	0,00	100,00
	N % ligne	34,70%	65,30%	0,00%	100,00%
Total	Effectif	55554	1318002	0	1373556
	N % ligne	4,00	96,00	0,00	100,00

(Suite Tableau 22) : Nombre de ménages disposant d'une connexion Internet à domicile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		Connexion internet à domicile			
		Connecté	Non connecté	Non déclaré	Total
	N % ligne	0,00	100,00	0,00	100,00
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
Cadres	Effectif	23700	42298	0	65998
	N % ligne	35,90	64,10	0,00	100,00
Autres salariés qualifiés	Effectif	2915	120349	0	123264
	N % ligne	2,40	97,60	0,00	100,00
Autres salariés non qualifiés	Effectif	1006	71560	0	72566
	N % ligne	1,40	98,60	0,00	100,00
Indépendants	Effectif	12620	811373	0	823993
	N % ligne	1,50	98,50	0,00	100,00
Autres actifs	Effectif	0	10178	0	10178
	N % ligne	0,00	100,00	0,00	100,00
Inoccupés	Effectif	14566	260837	0	275402
	N % ligne	5,30	94,70	0,00	100,00
Non déclaré	Effectif	747	1408	0	2155
	N % ligne	34,70%	65,30%	0,00%	100,00%

(suite Tableau 22) : Nombre de ménages disposant d'une connexion Internet à domicile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		Connexion internet à domicile			
		Connecté	Non connecté	Non déclaré	Total
Age du CM					
15 – 24	Effectif	3443	31783	0	35226
	N % ligne	9,80%	90,20%	0,00%	100,00%
25 – 34	Effectif	4386	169839	0	174225
	N % ligne	2,50%	97,50%	0,00%	100,00%
35 – 44	Effectif	13362	282537	0	295899
	N % ligne	4,50%	95,50%	0,00%	100,00%
45 et +	Effectif	34363	833843	0	868206
	N % ligne	4,00%	96,00%	0,00%	100,00%
Sexe					
Masculin	Effectif	38919	1013812	0	1052731
	N % ligne	3,70%	96,30%	0,00%	100,00%
Féminin	Effectif	16635	304190	0	320825
	N % ligne	5,20%	94,80%	0,00%	100,00%
Non déclaré	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Quintiles de revenu des ménages					
Moins de 65 000	Effectif	2560	262424	0	264985
	N % ligne	1,00%	99,00%	0,00%	100,00%
65 000 - 115 000	Effectif	747	273406	0	274154
	N % ligne	0,30%	99,70%	0,00%	100,00%
115 000 - 210 000	Effectif	7615	277326	0	284941
	N % ligne	2,70%	97,30%	0,00%	100,00%
210 000 - 375 000	Effectif	5804	270507	0	276311
	N % ligne	2,10%	97,90%	0,00%	100,00%
375 000 et plus	Effectif	38827	234338	0	273165
	N % ligne	14,20%	85,80%	0,00%	100,00%

## 6.2 Projets de connexion à internet

*Une proportion relativement faible de ménages envisage de se connecter à internet :* selon le **Tableau 23**, un peu plus d'un ménage sur dix (12%) sans internet, envisage de se connecter au cours des 12 prochains mois. Ce projet est toutefois plus marqué chez les ménages vivant à Dakar (25,8%) et dans les autres villes (15,9%) qu'en milieu rural (3,4%).

Parallèlement, 15,5% des ménages sont indécis mais près de trois quarts de cette population n'entrevoient pas cette éventualité (72,5%). L'indécision est assez

partagée selon la zone de résidence : entre 12 et 19%. Par contre, les ménages ruraux affichent clairement leur volonté de ne pas disposer de service internet à domicile. Ils sont près de huit sur dix (81%) à ne pas en faire une préoccupation contre plus de six ménages sur dix à Dakar (61,7%) et dans les autres villes (64,7%).

Tableau 23 : Projet de connexion dans les 12 prochains mois selon la zone de résidence du chef de ménage

Pensez-vous vous connecter d'ici 1 an ?	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
Oui	25,8	15,9	3,4	12,0
Non	61,7	64,7	81,0	72,5
Ne sait pas	12,4	19,4	15,5	15,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages	358315	263330	696357	1318002

Le projet de connexion à internet plus présent chez les travailleurs qualifiés (Tableau 24) : les perspectives de connexion à internet dans les ménages dirigés par des cadres sont relativement plus importantes que celles des autres ménages dont le chef est d'un statut professionnel différent. En effet, quatre ménages de cadres sur dix (41,5%) projettent de disposer d'internet à domicile contre deux sur dix (21,4%) des ménages dont le chef est de la catégorie des autres salariés qualifiés. Dans les autres catégories, cette proportion est nettement plus faible, mais on peut noter que les ménages dont le chef de ménage est « autre actif » seraient plus intéressés (18,0%).

Tableau 24 : Projet de connexion dans les 12 prochains mois selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

Occupation	Pensez-vous vous connecter d'ici 1 an ?			Total	Effectif
	Oui	Non	Ne sait pas		
Cadres	41,5	34,5	24,1	100,0	42298
Autres salariés qualifiés	21,4	57,5	21,1	100,0	120349
Autres salariés non qualifiés	11,1	73,5	15,4	100,0	71560
Indépendants	8,0	79,5	12,6	100,0	811373
Autres actifs	18,0	57,4	24,6	100,0	10178
Inoccupés	15,2	64,5	20,4	100,0	260837
Non déclaré	52,5	47,5	0,0	100,0	1408
Total	12,0	72,5	15,5	100,0	1318002

### 6.3 Proximité des points d'accès public à internet

*Les points d'accès public à internet plus proches des ménages des centres urbains (Tableau 25) : les centres d'accès public à internet se situent en général à moins d'un kilomètre (48,7%) ou à cinq kilomètres voire plus (38,2%). Ils sont plus proches en zone urbaine puisqu'ils se trouvent à moins d'un km pour plus de huit ménages dakarois sur dix (83,5%) et pour trois quarts des ménages des autres centres urbains du pays.*

Tableau 25 : Distance entre le point d'accès public à internet le plus proche selon la zone de résidence

Distance entre domicile et point d'accès public internet	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
Moins d'un Km	83,50	75,50	18,90	48,70
1 à moins de 2 Km	12,70	17,50	1,10	7,60
2 à moins de 3 Km	0,20	1,30	3,10	1,90
3 à moins de 4 Km	0,00	1,00	2,50	1,50
4 à moins de 5 Km	0,00	0,30	3,00	1,60
5 Km et plus	2,10	4,50	71,30	38,20
Non déclaré	1,50	0,00	0,20	0,60
Total	100,00	100,00	100,00	100,00
Total ménages	398424	268062	707070	1373556

L'éloignement des points d'accès à internet touche par contre les ménages des zones rurales. Ils sont près de trois quarts (71,3%) à se situer à cinq km, voire plus, des points de connexion publics à internet.

*Les points d'accès public à internet plus proches des salariés (Tableau 26) : les centres publics de connexion à internet sont plus accessibles aux ménages dirigés par des cadres : près du quart (74,2%) se situe à moins d'un km de ces centres.*

Tableau 26 : Distance entre le point d'accès public à internet le plus proche selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

Distance entre domicile et point d'accès public internet	Occupation (%)							Total
	Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Autres actifs	Inoccupés	Non déclaré	
Moins d'un Km	74,2	63,2	65,9	38,8	42,6	61,1	69,0	48,7
1 à moins de 2 Km	6,7	19,3	9,9	5,8	0,0	7,7	31,0	7,6
2 à moins 3 Km	0,0	1,0	2,6	1,6	6,6	3,3	0,0	1,9
3 à moins de 4 Km	6,3	0,5	10,2	0,8	0,0	0,5	0,0	1,5
4 à moins de 5 Km	3,0	1,5	4,5	0,9	0,0	2,5	0,0	1,6
5 Km et plus	5,6	13,9	6,9	51,6	50,8	24,9	0,0	38,2
Non déclaré	4,2	0,6	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	65998	123264	72566	823993	10178	275402	2155	1373556

L'accès semble également facile pour les ménages dont le chef est de la catégorie professionnelle « autres salariés qualifiés» (63,2%) et non qualifiés (65,9%). Les ménages dont le responsable est actuellement inoccupé semblent être à proximité de ces points de connexion (61,1%). Par contre, les ménages dont le chef est travailleur indépendant sont relativement moins importants (38,8%) à se trouver à moins d'un km d'un accès public à internet. Ils se situent pour l'essentiel à 5 km et plus de ces points

#### 6.4 Connexion à internet hors domicile tous lieux confondus

Pour mesurer l'accès à internet hors domicile, l'enquête s'est intéressée au lieu de travail, au lieu d'enseignement et aux lieux publics comme les cybercafés et autres centres de connexion. Il convient cependant de donner certaines précisions sur le sens donné à ces types de lieux en rapport avec la position de l'individu par rapport à ces lieux. Le même local peut être lieu de travail pour un internaute et lieu d'enseignement pour un autre. Par exemple, un enseignant qui utilise les ordinateurs installés dans l'établissement qui l'emploie dira qu'il a accès à internet au lieu de travail. Un étudiant de ce même établissement dira qu'il a accès à internet au lieu d'enseignement s'il utilise les mêmes ordinateurs que cet enseignant. De même, un employé d'un cybercafé qui se connecte dans le cyber dira qu'il a accès à internet au lieu de travail tandis que les clients qui se connectent à partir de ce même cyber diront qu'ils ont accès à internet dans un lieu public. Enfin, un individu peut avoir plusieurs lieux de connexion hors domicile. Un travailleur qui suit une formation dans un établissement d'enseignement dira qu'il a trois lieux de connexion hors domicile s'il fréquente les cybercafés, utilise les ordinateurs de son employeur au bureau et ceux de son école. Dans le questionnaire de l'enquête la question a prévu cette possibilité de plusieurs réponses.

Comme on peut le constater dans le **Tableau 27** ci-dessous, l'ENTICS a estimé le nombre d'internautes qui déclarent utiliser internet hors domicile à 923 031 sur un total de 1 162 878 individus de 12 ans et plus, soit près de 80,0%. Tous lieux confondus, le nombre d'internautes qui se connectent hors domicile est estimé à 1 089 486. La différence entre ces nombres vient du fait que le second comptabilise plusieurs fois, les enquêtés qui déclarent utiliser plusieurs connexions hors domicile : 61,0% parmi eux se trouvent à Dakar, 26,0% dans les autres villes et 13,0% seulement en milieu rural. Globalement, une personne éligible sur dix n'a pas répondu à cette question. Plus de la moitié de ces connexions (54,0%) sont à haut débit et 34,0% à bas débit. Pour le reste des connexions le débit n'est pas connu.

La proportion d'utilisateurs d'internet hors domicile est plus importante dans les autres villes (plus de 93,0%) et à Dakar (83,0%) qu'en milieu rural (55,0%). En revanche les femmes sont relativement plus nombreuses à utiliser internet hors domicile (83,0% contre 75,0% chez les hommes). Les individus d'un niveau d'instruction supérieur ont plus tendance à utiliser internet hors de leur domicile (93,0% contre 88,0% parmi ceux qui ont un niveau secondaire, 68,5% dans la catégorie ayant le niveau primaire et moins de 32,0% parmi les non instruits. Les internautes les plus jeunes (12-14 ans) et les plus âgés (45 ans et plus) sont relativement moins nombreux à se connecter hors de leur domicile (respectivement 74,0% et 65,0%) que ceux de la tranche d'âges intermédiaire (84,0%). Du point de vue de la catégorie socioprofessionnelle, la proportion de cadres et autres salariés qualifiés qui utilisent internet hors de leur domicile est plus importante (94,0% et 88% respectivement) que celle des autres actifs et des inoccupés (entre 65,0 et 81,0%). La proportion d'internautes qui se connectent hors de leur domicile augmente avec le revenu mensuel, malgré quelques irrégularités entre les groupes intermédiaires : elle passe de 77,4% parmi les moins nantis à 93,3% chez les plus riches.

Tableau 27: Nombre et proportion de personnes (12 ans et plus) qui utilisent internet en dehors de leur domicile selon certaines caractéristiques du ménage.

		Utilisation d'internet hors domicile			
		Oui	Non	Non déclaré	Total
<b>Strate</b>					
Dakar	Effectif	571686	91694	23819	687198
	N % ligne	83,20%	13,30%	3,50%	100,00%
Autres villes	Effectif	210714	2054	6016	218784
	N % ligne	96,30%	0,90%	2,70%	100,00%
Rural	Effectif	140631	21526	94739	256896
	N % ligne	54,70%	8,40%	36,90%	100,00%
<b>Sexe</b>					
Masculin	Effectif	578090	54249	67906	700245
	N % ligne	82,60%	7,70%	9,70%	100,00%
Féminin	Effectif	344941	61025	56667	462633
	N % ligne	74,60%	13,20%	12,20%	100,00%
Non déclaré	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	Effectif	34568	13043	61811	109422
	N % ligne	31,60%	11,90%	56,50%	100,00%
préscolaire	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Primaire	Effectif	145531	25472	41468	212471
	N % ligne	68,50%	12,00%	19,50%	100,00%
Moyen	Effectif	273290	36167	13301	322758
	N % ligne	84,70%	11,20%	4,10%	100,00%
secondaire	Effectif	294906	28882	2357	326145
	N % ligne	90,40%	8,90%	0,70%	100,00%
Supérieur	Effectif	173991	11709	1492	187192
	N % ligne	92,90%	6,30%	0,80%	100,00%
Non déclaré	Effectif	746	0	4146	4891
	N % ligne	15,20%	0,00%	84,80%	100,00%
<b>Total</b>	<b>Effectif</b>	<b>923031</b>	<b>115274</b>	<b>124573</b>	<b>1162878</b>
	<b>N % ligne</b>	<b>79,40%</b>	<b>9,90%</b>	<b>10,70%</b>	<b>100,00%</b>

(Suite tableau 27): Nombre et proportion de personnes (12 ans et plus) qui utilisent internet en dehors de leur domicile selon certaines caractéristiques du ménage.

Caractéristiques		Utilisation d'internet hors domicile			
		Oui	Non	Non déclaré	Total
Groupes d'âge					
12 à 14	Effectif	65548	11566	15640	92755
	N % ligne	70,70%	12,50%	16,90%	100,00%
15 à 24	Effectif	432809	42721	36441	511971
	N % ligne	84,50%	8,30%	7,10%	100,00%
25 à 34	Effectif	252244	28947	19373	300563
	N % ligne	83,90%	9,60%	6,40%	100,00%
35 à 44	Effectif	85574	14370	22561	122505
	N % ligne	69,90%	11,70%	18,40%	100,00%
45 et +	Effectif	86856	17670	29091	133617
	N % ligne	65,00%	13,20%	21,80%	100,00%
NSP	Effectif	0	0	1468	1468
	N % ligne	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Total	Effectif	923031	115274	124573	1162878
	N % ligne	79,40%	9,90%	10,70%	100,00%
Catégorie socioprofessionnelle					
Cadres	Effectif	108404	4501	2234	115139
	N % ligne	94,20%	3,90%	1,90%	100,00%
Autres salariés qualifiés	Effectif	130340	12461	3927	146728
	N % ligne	88,80%	8,50%	2,70%	100,00%
Autres salariés non qualifiés	Effectif	32695	6058	1623	40376
	N % ligne	81,00%	15,00%	4,00%	100,00%
Indépendants	Effectif	119626	21988	36872	178486
	N % ligne	67,00%	12,30%	20,70%	100,00%
Autres actifs	Effectif	40281	3242	18359	61882
	N % ligne	65,10%	5,20%	29,70%	100,00%
Inoccupés	Effectif	488587	66277	53326	608190
	N % ligne	80,30%	10,90%	8,80%	100,00%
Nd	Effectif	3098	747	8233	12078
	N % ligne	25,60%	6,20%	68,20%	100,00%
Total	Effectif	923031	115274	124573	1162878
	N % ligne	79,40%	9,90%	10,70%	100,00%

(Suite tableau 27) : Nombre et proportion de personnes (12 ans et plus) qui utilisent internet en dehors de leur domicile selon certaines caractéristiques du ménage.

Caractéristiques	Utilisation d'internet hors domicile				
	Oui	Non	Non déclaré	Total	
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>					
Moins de 5 000	Effectif	177423	17851	33853	229126
	N % ligne	77,40%	7,80%	14,80%	100,00%
5 000 à moins 25 000	Effectif	266547	30829	21296	318672
	N % ligne	83,60%	9,70%	6,70%	100,00%
25 000 à moins 50 000	Effectif	108180	21775	6195	136149
	N % ligne	79,50%	16,00%	4,50%	100,00%
50 000 à moins 100 000	Effectif	119183	20526	1623	141332
	N % ligne	84,30%	14,50%	1,10%	100,00%
100 000 à moins 250 000	Effectif	149408	17607	744	167759
	N % ligne	89,10%	10,50%	0,40%	100,00%
250 000 à moins 500 000	Effectif	54047	4240	0	58287
	N % ligne	92,70%	7,30%	0,00%	100,00%
500 000 et plus	Effectif	33876	2447	0	36323
	N % ligne	93,30%	6,70%	0,00%	100,00%
Non déterminé	Effectif	14367	0	60863	75230
	N % ligne	19,10%	0,00%	80,90%	100,00%
Total	Effectif	923031	115274	124573	1162878
	N % ligne	79,40%	9,90%	10,70%	100,00%

## 6.5 Accès à internet au lieu de travail

Comme l'indique le Tableau 23.2 : le nombre d'internautes qui accèdent à internet au lieu le travail est estimé à 218 361 sur les 923 031 ayant accès à internet hors domicile, soit 20,0%. Parmi ces connexions 72,0% sont à haut débit (pour 16% le débit n'est pas déclaré). Ce taux est de 75% à Dakar, 51% dans les autres villes et 86,7% en milieu rural. Au lieu de travail, la connexion à haut débit est plus fréquente parmi les personnes d'un niveau d'instruction supérieur et les cadres (plus de 85,0%)

## 6.6 Accès à internet au lieu d'enseignement

Le nombre de connexions à internet au lieu d'enseignement est estimé à 191568, soit 20% de l'ensemble des internautes. Le haut débit reste le plus courant (53,0% et 25,0 % de cas non déclarés). C'est à Dakar (60,0% et 22,0% de cas non déclarés) et en milieu rural (55,0%) où le haut débit est plus courant dans les établissements d'enseignement.

## 6.7 Accès à internet sur d'autres lieux (cyber, lieux publics)

S'agissant des connexions hors domicile, l'utilisation des lieux publics est la plus répandue. Le nombre d'internautes 679 656, soit 73,0% de l'ensemble des usagers d'internet se connectent sur des lieux publics (**tableau 28**). En revanche, c'est là que la connexion à haut débit est la moins fréquente (48,0% avec 8% seulement de cas de non déclarés. Cela montre le recours très fréquent à la connexion à bas débit (44,0%), probablement pour des raisons de coûts du côté des gérants de cybercafés.

Tableau 28: Connexion Internet hors domicile selon le lieu et le débit

Valeurs absolues				Valeurs relatives				
Type de connexion	Strate			Total	Strate			Total
	Dakar	Autres villes	Rural		Dakar	Autres villes	Rural	
Type connexion lieu de travail								
Haut débit	110874	21576	24088	156538	74,9	50,6	86,7	71,7
Bas débit	14401	9064	3708	27174	9,7	21,3	13,3	12,4
NSP	0	7430	0	7430	0,0	17,4	0,0	3,4
Non déterminé	22673	4546	0	27219	15,3	10,7	0,0	12,5
Total	147948	42616	27797	218361	100,0	100,0	100,0	100,0
Type connexion lieu d'enseignement								
Haut débit	70414	21242	10198	101854	60,3	37,8	54,9	53,2
Bas débit	20466	14797	8368	43630	17,5	26,3	45,1	22,8
NSP	3109	15656	0	18765	2,7	27,8	0,0	9,8
Non déterminé	22773	4546	0	27318	19,5	8,1	0,0	14,3
Total	116761	56241	18565	191568	100,0	100,0	100,0	100,0
Type connexion point d'accès public								
Haut débit	220467	79818	26038	326322	55,2	43,0	27,5	48,0
Bas débit	159675	82745	56057	298477	40,0	44,6	59,1	43,9
NSP	9886	21921	12688	44494	2,5	11,8	13,4	6,5
Non déterminé	9080	1183	0	10263	2,3	0,6	0,0	1,5
Total	399108	185666	94783	679557	100,0	100,0	100,0	100,0
Type connexion tous lieux confondus								
Haut débit	401755	122636	60324	584715	60,5	43,1	42,7	53,7
Bas débit	194542	106606	68133	369281	29,3	37,5	48,3	33,9
NSP	12994	45007	12688	70690	2,0	15,8	9,0	6,5
Non déterminé	54526	10274	0	64800	8,2	3,6	0,0	5,9
Total	663817	284523	141145	1089486	100,0	100,0	100,0	100,0
Répartition par strate					60,9	26,1	13,0	100,0

## Raisons de la connexion à internet hors domicile

Globalement, l'accès à internet à domicile est relativement faible au Sénégal. Ainsi, il importe de s'enquérir des raisons qui poussent à la connexion hors du domicile.

*Le coût et l'absence d'équipement à l'origine de la connexion hors domicile (Tableau 29) :* l'absence d'internet dans les ménages sénégalais se justifie essentiellement par trois facteurs : le coût d'accès au service (32,5%) et, surtout, le faible équipement des ménages (34,6%). Remarquons que ces deux facteurs sont en partie liés. L'acquisition d'un ordinateur requiert des moyens en raison de leur coût probablement onéreux pour certains ménages sénégalais.

L'analphabétisme ou le manque de formation (32,1%) est évoqué au même niveau que le prix élevé de la connexion. Cette justification est vraisemblablement celle de ménages ayant les moyens de se procurer l'équipement nécessaire, mais faute de qualification suffisante préféreraient s'en passer. La déclaration relativement faible des ménages (18%) qui ne le considèrent pas utile renforce cette supposition.

Notons que l'ignorance du bon interlocuteur pour disposer du service internet ne constitue nullement un facteur majeur. Seuls 3,2% des ménages affirment ne pas savoir à qui s'adresser. La mise en cause de la qualité du service n'est pas aussi importante en ce sens qu'une proportion extrêmement marginale de ménages (0,3%) y font référence.

Les justifications relatives à l'absence de connexion à internet à domicile diffèrent également selon l'occupation du chef de ménage.

*L'absence de connexion à domicile justifiée par le manque de formation est annoncée par les travailleurs indépendants et les autres actifs (Tableau 30) :* l'absence de téléphone fixe/mobile (36,0%) est pour les autres actifs un des éléments majeurs de l'absence de connectivité à domicile des ménages. En ce qui concerne les cadres, la justification porte sur le coût jugé trop élevé du service. Mais il l'est encore plus pour les ménages dont le responsable est aussi autre actif car plus d'un sur deux l'estime (53,3%). On se situe au même degré pour ces derniers en ce qui concerne l'absence d'ordinateur comme justification. Cette raison est partagée par une même proportion de travailleurs qualifiés autres que les cadres.

Tableau 29 : Principales raisons de non connexion à internet à domicile selon la zone de résidence du chef de ménage

Raisons de non connexion à internet à domicile		Dakar	Autres villes	Rural	Total
Pas de téléphone fixe/mobile	Non	86,0	72,9	84,2	82,4
	Oui	13,5	26,1	14,5	16,5
	Non déclaré	0,5	1,0	1,3	1,0
Prix trop élevé	Non	57,7	52,0	78,2	67,4
	Oui	42,3	47,6	21,8	32,5
	Non déclaré	0,0	0,3	0,0	0,1
Pas d'ordinateur	Non	50,6	60,7	74,9	65,4
	Oui	49,4	39,3	25,1	34,6
Dois changer d'ordinateur	Non	98,1	99,4	99,0	98,8
	Oui	1,9	0,6	1,0	1,2
Pas utile	Non	85,1	78,5	81,7	82,0
	Oui	14,9	21,5	18,3	18,0
Pas satisfait de la qualité du service	Non	99,7	99,7	99,7	99,7
	Oui	0,3	0,3	0,3	0,3
Connexion en dehors du domicile	Non	95,8	98,5	99,2	98,1
	Oui	4,2	1,3	0,8	1,8
	Non déclaré	0,0	0,3	0,0	0,1
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Obstacle technique	Non	99,5	98,2	82,2	90,1
	Oui	0,5	1,8	17,8	9,9
Ne sais pas à qui s'adresser	Non	99,3	98,1	95,0	96,8
	Oui	0,7	1,9	5,0	3,2
Analphabète ou manque de formation	Non	84,5	77,9	55,3	67,7
	Oui	15,0	22,1	44,7	32,1
	Non déclaré	0,5	0,0	0,0	0,1
Autre	Non	86,2	80,0	72,3	77,6
	Oui	12,8	20,0	26,7	21,6
	Non déclaré	1,0	0,0	1,1	0,8
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages		358315	263330	696357	1318002

Tableau 30 : Principales raisons de non connexion à internet à domicile selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

Raisons de non connexion à internet à domicile		Occupation						Total	
		Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Autres actifs	Inoccupés		ND
Pas de téléphone fixe/mobile	Non	82,1	85,3	83,1	83,1	64,0	79,6	100,0	82,4
	Oui	17,9	14,1	16,9	15,5	36,0	20,1	0,0	16,5
	ND	0,0	0,6	0,0	1,5	0,0	0,3	0,0	1,0
Prix trop élevé	Non	59,3	61,6	59,5	72,1	46,7	60,1	52,5	67,4
	Oui	40,7	38,4	40,5	27,8	53,3	39,9	47,5	32,5
	ND	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Pas d'ordinateur	Non	58,3	46,9	69,3	70,6	46,7	58,8	52,5	65,4
	Oui	41,7	53,1	30,7	29,4	53,3	41,2	47,5	34,6
Dois changer d'ordinateur	Non	94,1	100,0	100,0	98,7	100,0	99,3	47,5	98,8
	Oui	5,9	0,0	0,0	1,3	0,0	0,7	52,5	1,2
Pas utile	Non	91,6	79,6	84,5	81,2	86,8	83,1	100,0	82,0
	Oui	8,4	20,4	15,5	18,8	13,2	16,9	0,0	18,0
Pas satisfait de la qualité du service	Non	100,0	100,0	100,0	99,7	100,0	99,7	100,0	99,7
	Oui	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3
Connexion en dehors du domicile	Non	88,3	96,2	99,0	98,7	100,0	98,8	47,5	98,1
	Oui	11,7	3,8	1,0	1,2	0,0	1,2	52,5	1,8
	ND	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Obstacle technique	Non	98,0	97,3	83,7	87,8	82,7	94,5	100,0	90,1
	Oui	2,0	2,7	16,3	12,2	17,3	5,5	0,0	9,9
Ne sais pas à qui s'adresser	Non	100,0	100,0	91,7	95,8	100,0	99,0	100,0	96,8
	Oui	0,0	0,0	8,3	4,2	0,0	1,0	0,0	3,2
Analphabète ou manque de formation	Non	98,5	83,5	70,1	60,3	52,3	78,3	100,0	67,7
	Oui	1,5	16,5	28,8	39,6	47,7	21,7	0,0	32,1
	ND	0,0	0,0	1,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Autre	Non	74,0	89,4	91,2	74,1	83,7	79,4	100,0	77,6
	Oui	26,0	10,6	7,7	25,3	16,3	18,5	0,0	21,6
	ND	0,0	0,0	1,0	0,6	0,0	2,1	0,0	0,8
Total		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif		42298	120349	71560	811373	10178	260837	1408	1318002

Cependant, la justification la plus courante, c'est-à-dire, le manque de formation, se retrouve chez les travailleurs indépendants et les autres actifs, tous probablement peu qualifiés intellectuellement. Les travailleurs indépendants sont en général dans le secteur informel et regroupent une population pour la plupart sans formation scolaire, et encore moins, une formation technique ou professionnelle.

### Fournisseurs d'accès internet et moyen de connexion

*La SONATEL, principal Fournisseur au Sénégal* : la SONATEL est le principal fournisseur de service de téléphonie mobile. Il en est de même pour la fourniture de service internet. L'opérateur historique permet à près de 9 ménages sur dix

d'accéder à internet (87,0%). La part de marché détenue par les opérateurs concurrents de la SONATEL est assez faible. L'opérateur Arc informatique compte moins de 2% de la clientèle (1,7%), les autres opérateurs se partageant le reste du marché (**Tableau 31**).

Tableau 31 : Fournisseurs d'accès internet selon la zone de résidence

Fournisseurs	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
<b>Sonatel</b>				
Non	11,1	14,1	19,6	13,0
Oui	88,9	85,9	80,4	87,0
<b>ATI</b>				
Non	97,6	100,0	100,0	98,3
Oui	0,0	0,0	0,0	0,0
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
<b>Arc informatique</b>				
Non	95,1	100,0	100,0	96,5
Oui	2,5	0,0	0,0	1,8
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
<b>Sénégalaise des télécoms</b>				
Non	97,6	100,0	100,0	98,3
Oui	0,0	0,0	0,0	0,0
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
<b>Autre</b>				
Non	89,0	85,9	80,4	87,1
Oui	8,6	14,1	19,6	11,2
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
Total	100,00	100,00	100,00	100,00
Total Ménages	40109	4732	10713	55554

L'ordinateur, principal moyen d'accès à internet en ville (**Tableau 32**) : plus de trois ménages sur quatre déclarent se connecter à internet à partir d'un PC. Parallèlement, on note que près d'un tiers des ménages (29,9%) recourent à la téléphonie mobile pour surfer sur internet.

Tableau 32 : Moyen de connexion à internet selon la zone de résidence

Moyen de connexion	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
<b>PC</b>				
Non	8,8	28,4	82,1	24,6
Oui	91,2	71,6	17,9	75,4
<b>Téléphone mobile</b>				
Non	85,6	57,5	17,9	70,1
Oui	14,4	42,5	82,1	29,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	40109	4732	10713	55554

C'est à Dakar que l'accès à internet par le PC est le plus répandu (91,2%). L'utilisation du téléphone mobile pour accéder à internet est par contre plus importante en zone rurale (82,1%). Ce constat tiendrait probablement de la faible diffusion du réseau classique. La connexion des ménages ruraux au réseau internet n'est certainement pas très répandue dans le pays. Dès lors, l'usage du mobile apparaît ici comme un secours important.

Pendant que tous les autres travailleurs se connectent avec leur PC, les indépendants et les cadres se connectent moins avec le leur (respectivement 76,5% et 47,8%) tandis qu'ils se connectent plus avec leur mobile : 29,8% des premiers contre 57,5% des seconds. Près de 90% des inoccupés se connectent avec leur PC et 16% seulement avec leur mobile (**tableau 33**).

Tableau 33 : Moyen connexion à internet selon la catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

Moyen connexion	Occupation						Total
	Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Inoccupés	ND	
<b>PC</b>							
Non	23,5	0,0	0,0	52,2	10,5	0,0	24,6
Oui	76,5	100,0	100,0	47,8	89,5	100,0	75,4
<b>Téléphone mobile</b>							
Non	70,2	100,0	100,0	42,5	84,4	100,0	70,1
Oui	29,8	0,0	0,0	57,5	15,6	0,0	29,9
<b>Total</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Effectif</b>	<b>23700</b>	<b>2915</b>	<b>1006</b>	<b>12620</b>	<b>14566</b>	<b>747</b>	<b>55554</b>

Les résultats observés selon la zone de résidence se reflètent sur le type de connexion utilisé par les ménages.

### Les principaux modes de connexion à domicile

*La connexion par ADSL, très présente dans les centres urbains : (Tableau 34)* près de la moitié des ménages connectés à internet (48%) le sont par ADSL. Ce mode de connexion concerne plus de six ménages sur dix à Dakar contre 29,3% pour les autres centres urbains. Ce procédé de liaison à internet n'existe pas en milieu rural. Dans cette partie du pays, on se connecte plutôt par abonnement téléphonique sous forme de forfait, ce qui confirme, l'accès à internet des ménages ruraux au moyen de la téléphonie mobile.

La connexion à travers l'abonnement téléphonique classique, probablement à bas débit, ne concerne que près d'un quart (24,1%) des ménages sénégalais. Ce type de connexion apparaît relativement fréquent dans les ménages de Dakar (23,6%) mais l'est surtout dans ceux des autres villes du pays (42,3%).

Tableau 34 : Les principaux modes de connexion à domicile selon la zone de résidence

Types de connexion à Domicile	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
<b>Téléphone avec abonnement</b>				
Non	76,40	57,70	82,10	75,90
Oui	23,60	42,30	17,90	24,10
<b>Téléphone sans abonnement</b>				
Non	98,10	100,00	100,00	98,70
Oui	1,90	0,00	0,00	1,30
<b>Abonnement avec forfait</b>				
Non	96,10	100,00	100,00	97,20
Oui	3,90	0,00	0,00	2,80
<b>ADSL</b>				
Non	37,00	70,70	100,00	52,00
Oui	63,00	29,30	0,00	48,00
<b>Autre</b>				
Non	82,80	71,60	17,90	69,30
Oui	17,20	28,40	82,10	30,70
<b>Total</b>	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Total ménages</b>	40109	4732	10713	55554

L'utilisation du téléphone sans abonnement pour se connecter à internet est marginale, même à Dakar (1,90%). La forte connexion au moyen de l'ADSL et du système d'abonnement téléphonique n'y est probablement pas étrangère.

Cependant, ce type de connexion utilisé varie énormément selon la catégorie sociale du chef de ménage.

*Les salariés qualifiés et indépendants, principaux bénéficiaires de l'ADSL (Tableau 34) : l'accès à internet par le système d'abonnement téléphonique est le lot commun des salariés qualifiés autres que les cadres. Ils sont plus de trois quart à en bénéficier (75,4%) contre moins de deux ménages de cadres sur dix (19,4%). Les ménages dont le chef est inoccupé sont particulièrement concernés par ce mode de connexion. Ils sont plus de quatre sur dix à accéder au net par ce biais (45,3%).*

Le constat majeur est la spécificité du mode de connexion des salariés qualifiés et des travailleurs indépendants. La moitié des ménages dont le chef appartient à ces catégories socioprofessionnelles se connectent par l'ADSL : 57,1% des ménages dont le chef est cadre, 52,3% dont le chef est un autre salarié qualifié et 47,8% pour ceux dont le chef est un travailleur indépendant.

Tableau 35 : Les principaux modes de connexion à domicile selon le statut d'emploi

Types de connexion à Domicile	Occupation						Total
	Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Inoccupés	Non déclaré	
<b>Téléphone avec abonnement</b>							
Non	80,6	24,6	100,0	100,0	54,7	100,0	75,9
Oui	19,4	75,4	0,0	0,0	45,3	0,0	24,1
<b>Téléphone sans abonnement</b>							
Non	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	98,7
Oui	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	1,3
<b>Abonnement avec forfait</b>							
Non	96,7	100,0	100,0	100,0	94,6	100,0	97,2
Oui	3,3	0,0	0,0	0,0	5,4	0,0	2,8
<b>ADSL</b>							
Non	42,9	47,7	100,0	52,2	67,0	0,0	52,0
Oui	57,1	52,3	0,0	47,8	33,0	100,0	48,0
<b>Autre</b>							
Non	73,3	100,0	0,0	47,8	83,6	0,0	69,3
Oui	26,7	0,0	100,0	52,2	16,4	100,0	30,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	23700	2915	1006	12620	14566	747	55554

## 7. Autres équipements TIC dans les ménages

Les autres équipements TIC comprennent la radio, la télévision, la parabole et le lecteur DVD de salon (cf. **annexe**). Au niveau national, la radio est l'appareil le plus répandu dans les ménages. Un ménage sénégalais moyen possède plus d'une radio (1,4). Suivent le téléviseur avec un nombre moyen de 0,8 par ménage, soit un taux de pénétration de 80 télévisions pour 100 ménages et la parabole (payante ou non payante) avec 1 appareil pour 4 ménages, soit un taux de pénétration de 25 appareils pour 100 ménages. Ces appareils sont inégalement répartis entre les catégories sociales d'intérêt de l'enquête.

La radio est plus présente dans les ménages dont :

- Le chef a fait des études supérieures (1,6 radios par ménage)
- Le chef est âgé de 45 ans et plus (1,5 radios par ménage)
- Le chef est une femme (1,5 radios par ménage)
- Le chef est un cadre (1,7 radios par ménage)
- Le chef appartient aux 20% des ménages les plus riches (1,9 radios par ménage)

La télévision est plus répandue dans les ménages dont :

- Le chef a fait des études supérieures (1,6 téléviseurs par ménage) ;
- Le chef est âgé de 45 ans et plus (0,9 téléviseur par ménage) ;

Le chef est une femme (1,0 téléviseur par ménage) ;  
Le chef est un cadre (1,6 téléviseurs par ménage) ;  
Le chef appartient aux 20% des ménages les plus riches (1,9 téléviseurs par ménage) ;

La parabole est mieux partagée dans les ménages dont :

Le chef a fait des études supérieures (58 paraboles pour 100 ménages) ;  
Le chef est âgé de 45 ans et plus (17 paraboles pour 100 ménages) ;  
Le chef est une femme (17 paraboles pour 100 ménages) ;  
Le chef est un cadre (54 paraboles pour 100 ménages) ;  
Le chef appartient aux 20% des ménages les plus riches (36 paraboles pour 100 ménages).

Le lecteur DVD est plus fréquent dans les ménages dont :

Le chef a fait des études supérieures (80 DVD pour 100 ménages) ;  
Le chef est âgé de 45 ans et plus (32 DVD pour 100 ménages) ;  
Le chef est une femme (46 DVD pour 100 ménages) ;  
Le chef est un cadre (87 DVD pour 100 ménages) ;  
Le chef appartient aux 20% des ménages les plus riches (71 paraboles pour 100 ménages).

Du point de vue de la strate, les ménages dakarois sont les mieux équipés en téléviseurs (1,2 par ménage) et en lecteur DVD (49 pour 100 ménages). Par contre les ménages ruraux sont mieux équipés en radio (1,6 radios par ménages) et les autres villes en DVD (plus d'un DVD pour 4 ménages)

A l'opposé, les ménages les moins dotés en TIC sont, d'une manière générale :

Les ménages ruraux ;  
Les ménages dont le chef n'est pas instruit  
Les ménages dont le chef n'a pas 25 ans ;  
Les ménages dirigés par un homme ;  
Les ménages dirigés par les actifs autres que cadres, salariés ou indépendants (apprentis, aides familiaux, etc.).

**Corrélation entre les différents équipements :** La répartition des différents équipements entre catégories sociales montre une forte concentration de tous les types d'équipements TIC dans :

Les ménages dirigés par une personne d'un niveau d'instruction supérieur ;  
Les ménages dont le chef est un cadre ;  
Les ménages appartenant aux 20% des ménages les plus riches.

## **8. Fossé numérique**

La fracture numérique est la traduction française de l'expression américaine "Digital Divide" forgée à la fin des années 1990 aux États-Unis. Elle désigne la disparité d'accès aux technologies informatiques, notamment Internet mais aussi toutes les technologies de l'information et de la communication y compris le téléphone fixe et mobile, la télévision, la radio, la vidéo, etc. D'autres terminologies sont souvent utilisées pour renseigner sur les différentes facettes du même phénomène, notamment, le fossé ou le gap numérique.

En 2009, le nombre de cellulaires est estimé à 4 088 499, soit un taux de pénétration de 330 lignes pour 1000 habitants. Selon les estimations de 2000, ce taux de pénétration a connu une croissance fulgurante dans les dix dernières années.

IL existe cependant, des disparités entre Dakar et le reste du pays, disparités dont la grande ampleur est une illustration du fossé numérique interne très profond entre catégories sociales. Concernant le téléphone mobile, Dakar la capitale compte 566 cellulaires pour 1000 habitants contre 381 dans les autres villes et 235 (2,4 fois moins que dans la capitale) en milieu rural par rapport à une moyenne nationale de 329. S'agissant du téléphone fixe le fossé est plus profond : 36 lignes fixes pour 1000 habitants à Dakar, 15 dans les autres villes et 9 seulement en milieu rural, soit respectivement plus de deux fois et 4 fois moins que dans la capitale.

Pour ce qui est de l'internet, non seulement le taux de pénétration est globalement très faible (4 connexions à domicile pour 1000 habitants mais aussi le fossé entre zones géographiques est encore plus profond. Dakar compte 15 connexions pour 1000 habitants tandis que dans les autres villes et en milieu rural, ce rapport n'est que de 2 pour 1000 et 1 pour 1000 respectivement.

## **IV. USAGES DES TIC**

### **1. Le recours aux télécentres/cybercafés**

#### **1.1 Fréquentation des télécentres**

Jusqu'à une période récente, les télécentres constituaient l'un des secteurs des télécommunications les plus dynamiques en termes de fréquentation par les populations. Cette situation avait amené l'opérateur historique à soutenir leur implantation un peu partout sur le territoire national. Actuellement, on assiste à un recul progressif du dynamisme des infrastructures au point qu'une dizaine de milliers de lignes sont résiliées rien qu'en 2008 selon le rapport d'activités annuel de l'ARTP. Certains gérants de télécentres, pour faire face à la percée fulgurante du téléphone mobile et de l'internet, se sont ajustés en développant de nombreux services connexes (photocopie, fax, internet, etc.) autres que les services classiques de réception et d'émission d'appels téléphoniques. Ce nouveau paysage de la téléphonie fixe n'est pas sans conséquence sur la fréquentation des télécentres par les populations. Sans disposer de données comparatives par rapport aux périodes du

boom des télécentres, on peut noter que le taux de fréquentation des télécentres a fortement baissé ces cinq dernières années. Ce recul semble se confirmer à l'examen des résultats de l'ENTICS qui indiquent que peu de sénégalais (17,8% des individus âgés de 12 ans et plus) ont actuellement recours aux télécentres (**tableau 36**). L'analyse différenciée de la fréquentation selon certaines caractéristiques socioéconomiques permet de relever les éventuelles inégalités.

L'urbanisation est un facteur déterminant de la fréquentation des télécentres. En effet, comme le montre le tableau 31, le taux de fréquentation observé à Dakar (37,4%) est plus élevé que celui des autres centres urbains (17,5%) qui fait un peu moins du double de celui du milieu rural (9,6%).

Le recours aux télécentres par des personnes âgées de 12 ans et plus est une pratique plus répandue chez les hommes que chez les femmes. En effet, la proportion d'hommes de cette catégorie d'âge (21,7%) qui utilise les services des télécentres est plus élevée que celle des femmes (14,5%).

En plus des services classiques d'émission et de réception d'appels téléphoniques, la plupart des télécentres offrent actuellement des services connexes tels que la photocopie, le fax et l'internet. Cette nouvelle donne favorise beaucoup l'utilisation des télécentres par les personnes instruites qui sont en général les principaux demandeurs de ces services. Les résultats de l'ENTICS semblent confirmer cet état de fait. En effet, ils montrent que l'utilisation des services fournis par les télécentres semble être l'apanage des individus plutôt instruits que ceux non instruits ou dont le niveau d'instruction est faible. Comme l'indique le tableau ci-dessous, plus d'un individu sur deux ayant au moins le niveau d'instruction secondaire utilise les services offerts par les télécentres, contre respectivement 9,4%, 17,0% et 34,2% chez les personnes non instruites, de niveau primaire et moyen.

L'analyse du recours aux télécentres selon la catégorie socioprofessionnelle révèle que le taux de fréquentation est plus faible chez les occupés (en moyenne 16,7%) que chez les inoccupés (19,4%). Ces résultats pourraient s'expliquer par l'effet de substitution causé par le mobile chez les occupés. Au sein de ces derniers, les résultats de l'enquête montrent que les salariés qualifiés autres que les cadres sont les plus grands utilisateurs des services de télécentres avec 35,3% d'individus concernés. Ils sont suivis par les cadres dont le tiers (33,0%) continue à se servir des produits des télécentres. Les salariés non qualifiés avec 23,5% de concernés devancent les indépendants (17,1%) et les autres actifs non cités ailleurs (8,6%).

L'analyse intergénérationnelle du recours aux télécentres montre que les enfants (9,3%) et les personnes âgées de 45 ans et plus (12,3%) fréquentent moins les télécentres que les générations intermédiaires. Parmi ces dernières, les jeunes de 25 à 34 ans sont les plus concernés avec 22,2% contre respectivement 19,9% et 20,4% pour leurs cadets de 15 à 24 ans et leurs aînés de 35 à 44 ans. Le graphique, ci-contre, semble indiquer l'existence d'une forte corrélation entre la demande effective en services des télécentres et l'âge des individus. La confirmation d'un tel constat induirait un meilleur ciblage dans une perspective de redynamisation des services de télécentres.

Graphique 5 : Evolution du taux de fréquentation des télécentres selon le groupe d'âge

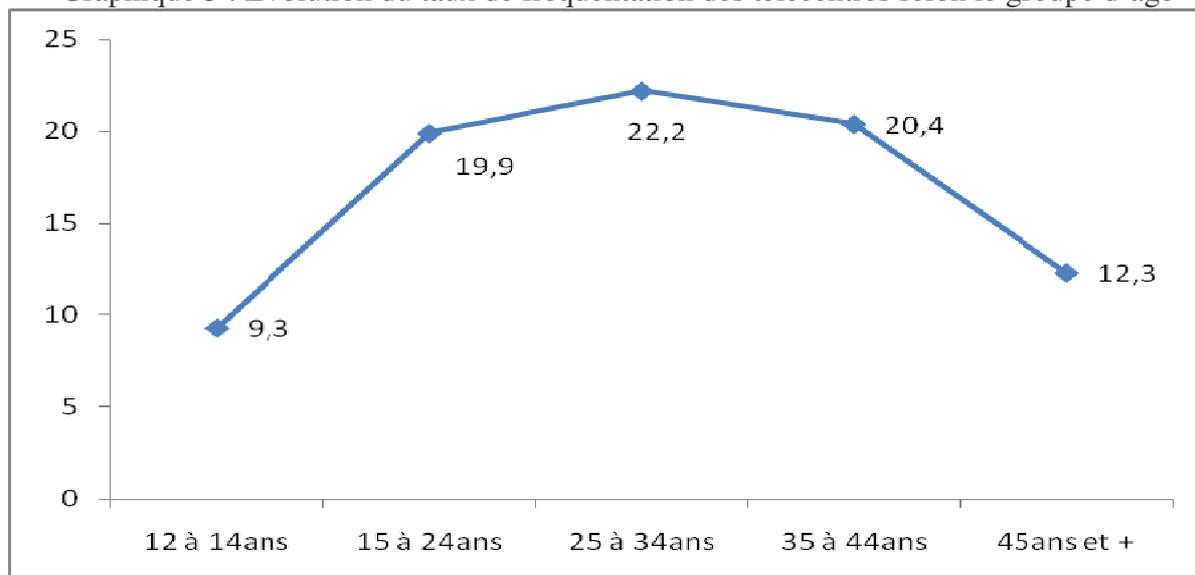


Tableau 36 : Proportion d'individus de 12 ans et plus ayant recours aux télécentres/cybercafés

Caractéristiques	en %
<b>Milieu de résidence</b>	
Dakar	37,4
Autres villes	17,5
Rural	9,6
<b>Sexe</b>	
Masculin	21,7
Féminin	14,5
<b>Niveau d'instruction</b>	
Aucun	9,4
Primaire	17,0
Moyen	34,2
Secondaire	53,3
Supérieur	51,1
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>	
Occupés	16,7
Cadres	33,0
Autres salariés qualifiés	35,3
Autres salariés non qualifiés	23,5
Indépendants	17,1
Autres actifs	8,6
Inoccupés	19,4
<b>Groupes d'âges</b>	
12 à 14ans	9,3
15 à 24ans	19,9
25 à 34ans	22,2
35 à 44ans	20,4
45ans et +	12,3
<b>Total (National)</b>	<b>17,8</b>

## 1.2. Fréquentation des téléc centres selon le type d'usage

Comme sus indiqué, les téléc centres offrent actuellement des services qui dépassent les fonctions classiques d'émission et de réception d'appels téléphoniques. L'ENTICS a essayé d'appréhender le comportement des usagers par rapport à ces services connexes. A ce titre, elle en a retenu la photocopie, le fax, le téléchargement, la navigation sur internet et d'autres catégories regroupées dans le poste « autre ». L'objectif visé est de mieux comprendre la fréquentation des téléc centres dont certains sont transformés en cybercafés, d'où l'utilisation du concept « téléc centres/cybercafés » dans cette section.

Globalement, il ressort de l'examen des résultats de l'ENTICS présentés dans le **tableau 37**, que les sénégalais sont plus enclins à fréquenter les téléc centres/cybercafés pour s'offrir par ordre d'importance, les services de photocopie, d'émission d'appels téléphoniques et de navigation sur internet que pour d'autres services. En effet, le taux d'utilisation est respectivement de 7,5%, 6,8% et 6,3%, tandis qu'il se situe à 2,7% pour le téléchargement, 1,2% pour le fax, 0,9% pour la réception d'appels téléphoniques et 0,7% pour les autres catégories de services. Par ailleurs, l'analyse différenciée de l'usage selon les caractéristiques socioéconomiques des individus concernés permet de constater des disparités à tous les niveaux : milieu de résidence, sexe, niveau d'instruction, catégorie socioprofessionnelle et groupes d'âges.

Dans les zones urbaines, qu'on se situe à Dakar (21,1%) ou dans les autres centres urbains du pays (7,2%), les services de photocopie constituent les principaux motifs de fréquentation des téléc centres/cybercafés. Les services de navigation sur internet viennent en deuxième position avec un taux d'utilisation de 16,0% à Dakar et de 6,8% dans les autres centres urbains. Les services classiques d'émission d'appels téléphoniques sont relégués en troisième position aussi bien dans la Capitale (8,5%) que les autres villes du pays (5,5%). Ces résultats permettent de mieux ressortir les faits constatés précédemment sur les relations positives entre le recours aux téléc centres/cybercafés et le niveau d'instruction, les catégories d'âge, le milieu de résidence et même la catégorie socioprofessionnelle. C'est dire que les téléc centres/cybercafés qui résistent actuellement à l'ère du mobile ou de l'internet se sont ajustés en diversifiant leurs services par la formule des « multiservices ».

Dans la zone rurale, la fonction classique d'émission d'appels téléphoniques, avec un taux d'utilisation de 6,5%, constitue toujours le principal motif de fréquentation des personnes âgées de 12 ans et ans. Toutefois, il convient de noter que les services de navigation sur internet, arrivent en deuxième position et mobilisent 2,1% des usagers des téléc centres/cybercafés. Il ne serait pas du tout surprenant d'observer dans les années à venir un sur-classement de ce service par rapport à la fonction classique comme cela s'est passé en milieu urbain.

Quel que soit le service retenu, les hommes enregistrent un taux d'utilisation plus élevé que celui des femmes. La question pertinente est plutôt de voir à quel niveau les disparités sont plus accentuées. Au regard des résultats, il apparaît que ce sont les services de téléchargement et de fax qui présentent plus de disparités dans la

mesure où le taux d'utilisation des hommes dépasse trois fois celui des femmes. Suivent les services de navigation sur internet avec un doublement du taux des hommes. Pour les autres types de services, même si les hommes sont les plus grands utilisateurs, les disparités sont moindres avec des rapports d'inégalité n'atteignant pas le double.

Comme attendu, les personnes n'ayant aucun niveau d'instruction ont plus recours aux télécentres/cybercafés pour émettre des appels téléphoniques (7,0%) plutôt que d'utiliser des services de navigation sur internet (0,4%), de téléchargement (0,5%), de fax (0,2%). Par contre, chez les individus ayant au moins le niveau moyen, leur principal motif de recours aux télécentres/cybercafés est l'usage de services de navigation sur internet, tandis que ceux de niveau primaire sont intéressés par les services de photocopie. Ainsi, plus le niveau d'instruction de l'individu est élevé, plus ce dernier a tendance à substituer les appels téléphoniques à partir des télécentres/cybercafés aux services de navigation sur internet.

Selon les résultats de l'enquête, d'une manière générale, les occupés, avec 8,4% de concernés, fréquentent plus les télécentres/cybercafés pour faire des appels téléphoniques, tandis que les inoccupés (9,8%) s'offrent plus les services de navigation sur internet. Toutefois, au sein des occupés, les cadres et, à la limite, les autres salariés qualifiés, avec des proportions respectives de 24,4% et 16,3%, donnent plus d'importance à internet lorsqu'ils se rendent dans les télécentres/cybercafés.

Au regard de l'âge et des résultats du tableau 32, il ressort que l'utilisation par les populations des services fournis au niveau des télécentres/cybercafés, présente plusieurs formes. En effet, si les enfants de 12 à 14 ans (4,7%) et les jeunes de 15 à 24 ans (10,8%) se présentent dans ces lieux pour surtout naviguer sur internet, leurs aînés de 25 à 34 ans (9,6%) et de 45 ans et plus (10,8%) s'intéressent respectivement à la photocopie et aux appels téléphoniques.

Tableau 37 : Proportion de personnes se servant du téléphone fixe selon le type d'usage

Caractéristiques	Emission d'appels	Réception d'appels	Photocopie	Fax	Téléchargement	Navigation sur internet	Autre
<b>Milieu de résidence</b>							
Dakar	8,5	1,1	21,1	3,3	6,9	16,0	1,6
Autres villes	5,5	0,8	7,2	0,9	2,9	6,8	0,4
Rural	6,5	0,8	1,9	0,3	1,0	2,1	0,4
National	6,8	0,9	7,5	1,2	2,7	6,3	0,7
<b>Sexe</b>							
Masculin	8,1	1,1	9,0	1,7	4,2	8,4	0,7
Féminin	5,8	0,7	6,3	0,7	1,5	4,5	0,7
<b>Niveau d'instruction</b>							
Aucun	7,0	0,7	2,1	0,2	0,5	0,4	0,2
Primaire	6,9	0,8	8,0	0,8	2,3	4,0	0,4
Moyen	5,3	0,4	16,4	1,8	8,2	18,5	1,4
Secondaire	6,8	2,3	30,7	6,7	12,8	35,2	5,4
Supérieur	8,5	3,0	27,1	9,6	9,5	34,8	1,1
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>							
Cadres	9,7	4,1	18,6	10,0	6,6	24,4	1,2
Autres salariés qualifiés	10,0	2,4	16,7	4,6	6,2	16,3	2,2
Autres salariés non qualifiés	7,4	0,6	14,3	1,1	2,3	6,3	0,7
Indépendants	9,6	1,0	6,5	1,4	1,1	2,5	0,5
Autres actifs	6,2	0,5	1,4	0,0	1,1	1,1	0,1
Inoccupés	4,4	0,7	8,9	0,8	4,3	9,8	0,9
<b>Groupes d'âges</b>							
12 à 14ans	2,2	0,0	2,2	0,1	1,8	4,7	0,4
15 à 24ans	5,3	0,7	8,1	0,8	5,1	10,8	0,9
25 à 34ans	8,7	1,2	9,6	1,5	2,9	8,0	0,7
35 à 44ans	10,8	1,8	9,2	2,1	1,7	3,7	0,6
45ans et +	6,6	0,6	6,0	1,2	0,4	0,7	0,5

## 2. L'usage du téléphone mobile

### 2.1 Utilisation du téléphone mobile

L'explosion de la téléphonie mobile constatée dans le monde n'a pas épargné les pays en développement. Selon les résultats du rapport final de l'étude de la « Mise en place d'un Observatoire de la Compétitivité » réalisée pour le compte de l'ARTP, révèlent que plus de 4 milliards d'abonnements mobiles, soit un taux de pénétration de 61%, ont été enregistrés à travers le monde en 2008. En Afrique, le taux de pénétration s'établissait à près de 28%, soit 10 points de moins que celui de l'Asie, tandis qu'il se situait à 72% pour les Amériques, 79% pour l'Océanie et 111% pour l'Europe. Au regard des résultats de l'ENTICS, le taux d'utilisation de 48,2% chez les individus âgés de 12 ans et plus est assez élevé en 2009 et dépasse avec un écart de

20 points la performance de l'Afrique en 2008. Une analyse de ces résultats selon les caractéristiques socioéconomiques retenues permet de mieux appréhender le degré d'utilisation des téléphones mobiles par la population sénégalaise.

A l'examen des résultats de l'ENTICS, les performances du Sénégal sont manifestement très encourageantes quel que soit le milieu de résidence considéré (**tableau 38**). En effet, si le milieu rural (38,2%) se compare à la moyenne asiatique de 2008 fortement dépassée par les autres centres urbains sénégalais, le taux d'utilisation de Dakar (68,7%) tend vers le taux de pénétration des Amériques. Il convient aussi de noter que l'urbanisation influe positivement sur le taux d'utilisation du téléphone mobile dont le niveau augmente quand on passe du milieu rural vers les autres villes et Dakar.

L'analyse différenciée selon le sexe révèle que les hommes enregistrent un taux d'utilisation plus élevé que celui des femmes. En effet, si plus de la moitié des hommes (58,3%) utilisent le mobile, le taux s'établit à 39,6% chez les femmes. Ces disparités pourraient s'expliquer par le taux d'inoccupation élevé des femmes par rapport à celui des hommes si l'on sait qu'initialement la possession de téléphone portable est souvent associée avec l'occupation.

Le taux d'utilisation du mobile est corrélé positivement avec le niveau d'instruction des individus. Il passe du simple (40,3%) pour les personnes sans instruction au double pour leurs homologues de niveau secondaire (88,9%), tandis que la quasi-totalité des individus de niveau supérieur (98,5%) s'offrent les services du mobile. Concernant les personnes de niveau primaire, le taux d'utilisation correspond à la moyenne nationale (48,0%).

Un peu plus de la moitié des occupés (53,9%) utilisent le téléphone portable contre 39,4% des inoccupés. Ce résultat semble confirmer le commentaire ci-dessus fait sur les disparités de sexe en matière de téléphonie mobile. Au sein des occupés, plus les individus sont qualifiés plus ils s'offrent les services du mobile. En effet, seuls deux cadres sur cent ne s'intéressent pas à ces types de services contre près de 10 sur cent chez les salariés autres que les cadres. L'écart se creuse davantage chez les salariés non qualifiés dont un peu moins du quart (22,6%) n'est pas touché par les services. Concernant les indépendants et les autres actifs, le taux d'utilisation se situe respectivement à 61,4% et 26,4%.

Il est généralement admis que la jeunesse est la couche sociale la plus réceptive aux innovations technologiques, en particulier celles relatives aux télécommunications. C'est ce qui explique souvent le taux d'utilisation assez élevé des TICs chez eux. Ce constat semble se confirmer à l'examen des résultats de l'ENTICS qui révèlent que les individus de 25 à 34 ans enregistrent le taux d'utilisation le plus important (67,9%). Celui de leurs cadets de 15 à 24 ans se situe à 41,1%, tandis qu'il est de 62,0% chez leurs aînés de 35 à 44 ans. Il convient de remarquer que l'utilisation de ce type de service est assez importante chez les individus âgés de 44 ans et plus au sein desquels près d'une personne sur deux (49,4%) s'y intéresse. Par contre, chez les enfants de 12 à 14 ans, le niveau d'utilisation est faible et se situe à un peu plus du dixième de la moyenne nationale (5,1%).

Graphique 6 : Evolution selon le groupe d'âges du taux d'utilisation des téléphones mobiles

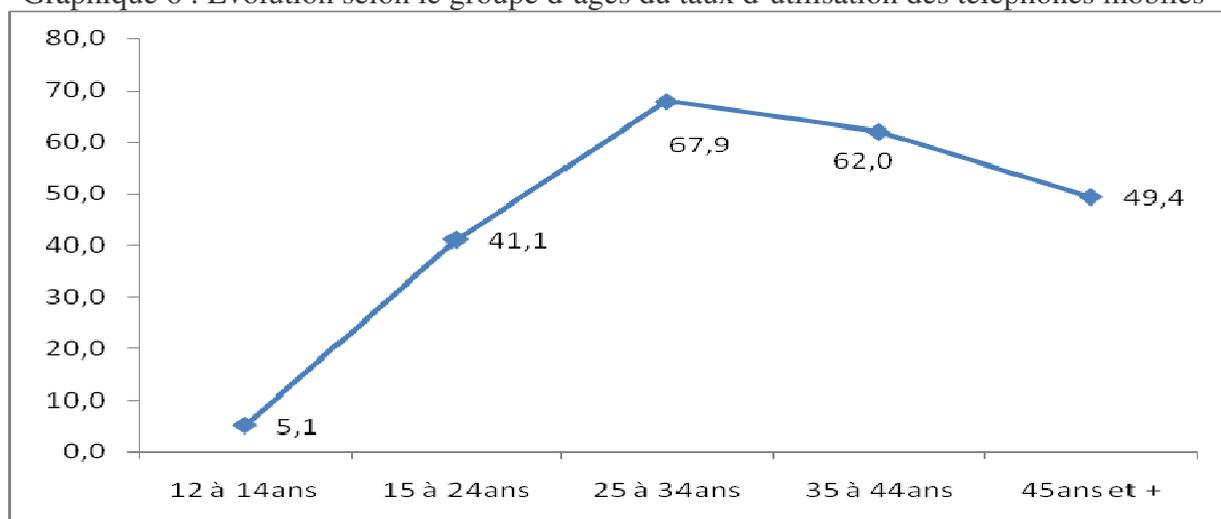


Tableau 38 : Taux d'utilisation du téléphone mobile chez les 12 ans et plus selon certaines caractéristiques

Caractéristiques	Taux d'utilisation en %
<b>Milieu de résidence</b>	
Dakar	68,7
Autres villes	52,9
Rural	38,2
<b>Sexe</b>	
Masculin	58,3
Féminin	39,6
<b>Niveau d'instruction</b>	
Aucun	40,3
Primaire	48,0
Moyen	54,4
Secondaire	88,9
Supérieur	98,5
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>	
Cadres	98,1
Autres salariés qualifiés	89,2
Autres salariés non qualifiés	67,4
Indépendants	61,4
Autres actifs	26,4
Inoccupés	39,4
<b>Groupes d'âges</b>	
12 à 14ans	5,1
15 à 24ans	41,1
25 à 34ans	67,9
35 à 44ans	62,0
45ans et +	49,4
<b>Total (National)</b>	<b>48,2</b>

## 2.2 Utilisation du téléphone mobile selon le type d'usage

Le téléphone mobile présente actuellement plusieurs avantages dans la mesure où il peut servir de terminale pour l'accès rapide à plusieurs gammes de services, en l'occurrence, le multimédia. Selon les résultats de l'ENTICS (**tableau 39**), l'utilisation par les sénégalais des téléphones portables se résume essentiellement aux trois fonctions d'émission, de réception d'appels téléphoniques et d'envoi de texto sous forme de SMS avec des taux d'usage respectifs de 48,1%, 47,9% et 24,4%. En somme, la grande majorité des sénégalais (au moins 90%), n'ont pas recours aux nouveaux services TIC disponibles via le mobile (MMS, GPRS, navigation sur internet, services vocaux payants, téléchargement, etc.). Une analyse différenciée selon certaines caractéristiques socioéconomiques présente l'avantage de mieux cerner les types d'usages que font les sénégalais du mobile.

Pour une localité donnée, la proportion d'individus qui se servent de leur mobile pour émettre ou recevoir des appels téléphoniques est quasi identique même si on constate une légère différence à Dakar et dans le milieu rural en faveur des récepteurs d'appels. Ces résultats peuvent s'expliquer par la stratégie des opérateurs qui obligent les abonnés à faire des appels réguliers, au risque d'être suspendus au-delà d'une certaine période.

Le taux d'utilisation à Dakar est de loin plus élevé que celui des autres zones de résidence. En effet, si près de sept dakarois sur dix (68%) utilisent le portable pour s'offrir les services classiques de réception et d'émission d'appels téléphoniques, un peu plus de la moitié des citoyens des autres centres urbains (52%) se consacrent à ces types de services. Quant aux ruraux, un peu plus du tiers se sert du téléphone mobile pour émettre ou recevoir des appels. En ce qui concerne l'utilisation des SMS, elle reste peu répandue même à Dakar où moins de la moitié des individus utilisent ce service. L'utilisation des autres services est très faible sur l'ensemble du territoire à l'exception du téléchargement à Dakar, avec 18,5% d'utilisateurs.

Aussi bien chez les hommes que chez les femmes, les services de réception et d'appels téléphoniques touchent les mêmes proportions d'individus. Ce qui corrobore l'analyse différenciée selon le milieu de résidence faite ci-dessus. Toutefois, les disparités constatées entre les sexes en termes de type de services TIC utilisés via le mobile sont assez importantes. En effet, si plus de la moitié des hommes (58%) se servent du portable pour émettre ou recevoir des appels téléphoniques, un peu plus du tiers des femmes (39%) s'adonnent à ces types de services. Ces disparités sont également observées au niveau de l'utilisation des SMS où l'écart est de 13 points (31,4% chez les hommes et 18,6% chez les femmes). En ce qui concerne les autres types de services, excepté le téléchargement, leur utilisation par les deux sexes reste faible même si les disparités sont toujours constatées en faveur des hommes.

Le niveau d'instruction est un facteur déterminant dans l'utilisation de certains services avancés du mobile. Par exemple, il est difficile pour un non instruit d'utiliser les services de SMS et de navigation sur internet comme il est aisé pour les individus de niveau d'instruction élevé de s'offrir ces services. Au vu des résultats de l'ENTICS,

ce constat semble se confirmer. En effet, les fortes inégalités enregistrées entre les personnes d'aucun niveau et celles de niveau supérieur sont observées sur les services vocaux payants, la consultation des messages électroniques et les services MMS avec des rapports d'inégalité respectifs de 76, 64 et 39. Par ailleurs, même si l'usage des émissions et des réceptions d'appels téléphoniques est assez répandu quel que soit le niveau d'instruction considéré, il n'en demeure pas moins que les plus instruits sont les plus grands utilisateurs de ces services. Plus le niveau d'instruction des individus augmente, plus le taux d'utilisation des fonctions primaires du mobile s'accroît. Ce taux est en passe d'atteindre les 100% chez les individus de niveau supérieur. Il en est de même pour le service SMS.

L'analyse faite selon la catégorie socioprofessionnelle révèle des résultats intéressants. En moyenne 53% et 25% des occupés se servent du mobile pour appeler/recevoir et envoyer des SMS contre respectivement 39% et 23% des inoccupés. Parmi les occupés, en l'occurrence les cadres, les appels et les réceptions téléphoniques via le mobile sont très répandus et touchent 98%, tandis que respectivement près de neuf, et sept individus sur dix sont concernés par le phénomène chez les salariés autres que les cadres et les salariés non qualifiés. Les indépendants utilisent à 60% ces services pendant que moins du tiers des autres actifs (26%) s'en servent. L'usage du SMS est particulièrement répandu chez les cadres et salariés qualifiés (respectivement 88% et 70%). Chez les non qualifiés, les indépendants et les inoccupés, le taux d'utilisation est moyen (respectivement 39%, 22% et 24%) mais demeure assez faible chez les autres actifs (10%).

Si le poids démographique est un bon indicateur de la taille de marché d'un produit, la structure de la demande en termes d'âge apporte plus d'informations sur la qualité de la demande. C'est pourquoi il est intéressant dans le cadre de ce rapport d'essayer de mettre en relation les catégories d'âges avec les différents services qu'offrent les TIC, en l'occurrence le téléphone mobile.

Les résultats de l'ENTICS montrent ainsi que le marché du mobile est dominé dans son ensemble par les jeunes de 25 à 34 ans dont 67% et 38% s'offrent les trois principaux services: émission, réception et SMS. Viennent ensuite, les personnes âgées de 35-44 ans (respectivement 61,7% et 28,7%) et celles plus âgées (respectivement 48,7% et 15,6%) ; les jeunes de 15 à 24 ans et les enfants de 12 à 14 ans étant les moins touchés.

Tableau 39 : Proportion de personnes se servant du téléphone mobile selon le type d'usage

Caractéristiques	Réception d'appels	Emission d'appels	SMS	GPRS/EDGE	Téléchargement	Services vocaux payants	Navigation sur internet	Consultation messagerie électronique	MMS	3G/3G+	Autre
<b>Milieu de résidence</b>											
Dakar	68,7	68,2	47,8	1,1	18,5	2,0	1,1	0,8	0,7	0,1	2,6
Autres villes	52,8	52,8	30,7	0,9	7,7	1,8	0,7	3,5	0,8	0,3	3,6
Rural	38,1	38,0	12,9	0,3	2,8	0,3	0,3	0,1	0,3	0,0	1,5
<b>Sexe</b>											
Masculin	58,2	58,1	31,4	1,1	9,8	1,3	1,0	1,2	0,6	0,1	2,6
Féminin	39,6	39,3	18,6	0,2	5,5	0,7	0,2	0,5	0,4	0,0	1,8
<b>Niveau d'instruction</b>											
Aucun	40,1	39,8	7,8	0,3	2,8	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	1,0
Primaire	48,0	47,9	30,3	0,5	6,9	1,0	0,4	0,9	0,2	0,0	2,4
Moyen	54,3	54,4	45,8	1,0	16,3	2,3	1,0	1,9	1,5	0,1	4,6
Secondaire	88,8	88,9	83,0	1,8	22,5	3,6	2,6	3,0	1,8	1,0	5,0
Supérieur	98,5	98,5	93,6	5,0	39,7	7,6	7,6	6,4	3,9	0,3	7,7
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>											
Cadres	98,1	98,1	88,5	3,7	36,4	7,0	9,9	6,5	2,7	0,6	7,9
Autres salariés qualifiés	89,2	88,5	70,0	1,8	22,9	3,7	1,9	4,1	2,2	0,6	4,2
Autres salariés non qualifiés	67,4	67,2	39,4	0,8	11,4	1,8	0,4	1,0	0,4	0,0	2,5
Indépendants	61,3	61,1	22,1	0,8	6,0	0,7	0,4	0,5	0,3	0,0	2,1
Autres actifs	26,1	26,2	9,9	0,1	3,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,0	1,2
Inoccupés	39,4	39,1	23,6	0,4	7,2	0,9	0,4	0,8	0,4	0,1	2,1
<b>Groupes d'âge</b>											
12 à 14ans	5,1	5,1	3,1	0,0	0,9	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
15 à 24ans	41,1	41,0	26,2	0,3	9,6	1,0	0,5	0,9	0,6	0,1	2,8
25 à 34ans	67,9	67,6	38,2	1,1	11,8	1,5	0,9	1,3	0,8	0,0	2,3
35 à 44ans	61,7	61,7	28,7	1,2	6,7	1,0	0,8	0,9	0,4	0,1	3,3
45ans et +	49,3	48,7	15,6	0,6	3,7	0,8	0,5	0,6	0,2	0,1	1,2
<b>Total National</b>	<b>48,1</b>	<b>47,9</b>	<b>24,4</b>	<b>0,6</b>	<b>7,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>2,1</b>

### 3. Usage de l'ordinateur et d'Internet

#### 3.1 Utilisation d'ordinateur

##### 3.1.1 Utilisation des ordinateurs

Un des indicateurs de performance de l'accès aux TIC via l'ordinateur est mesuré au Sénégal par le « pourcentage d'individus utilisant l'ordinateur dans les douze derniers mois ». Dans le cadre de l'ENTICS, le taux d'usage de l'ordinateur se mesure par la proportion d'individus âgés de 12 ans et plus utilisant l'ordinateur ». Sans pour autant limiter la période de référence et tout en restreignant l'utilisation à une

catégorie d'âges, l'indicateur utilisé par cette enquête peut être rapproché de celui retenu au plan national. Sur la base de ce principe, les résultats de l'ENTICS indique que le taux national se situe à 13,1% (**Tableau 40**). Ce niveau assez faible montre la percée encore limitée de l'ordinateur par rapport au téléphone portable.

L'analyse selon le milieu de résidence permet de constater que ce taux reste négligeable en milieu rural (4%), faible dans les autres centres urbains (16,8%) et moyen à Dakar (32,4%). Selon le sexe, les hommes (18,2%) sont en bonne avance par rapport aux femmes (8,2%) avec un rapport d'inégalité dépassant le double. Les résultats révèlent aussi que l'utilisation est une fonction croissante du niveau d'instruction des individus. De plus, les disparités sont énormes entre les non instruits (0,8%) et les individus de niveau supérieur (87,5%), et même entre ces derniers et ceux de niveaux inférieurs (respectivement 66,1%, 36,8 et 9,3% pour les instruits de niveaux secondaire, moyen et primaire). Par rapport au statut d'occupation, globalement les occupés (10,1%) utilisent moins l'ordinateur que les inoccupés (17,6%). Toutefois, parmi les occupés, une bonne partie est adepte de l'ordinateur. Par exemple, 85% des cadres et 42% des salariés qualifiés utilisent cette technologie. L'analyse par groupe d'âge révèle que les jeunes de 15 à 24 ans (18,8%) sont les plus grands utilisateurs d'ordinateurs. Ils sont suivis de près par leurs aînés de 25 à 34 ans (16,2%), tandis que la proportion des enfants de 12 à 14 ans (9,4%) et de celle des 35-44 ans (9,3%) sont quasi identiques. Les personnes de 45 ans et plus sont les plus en retard (6,1%).

### **3.1.2 Fréquence d'utilisation des ordinateurs**

L'utilisation d'un ordinateur par les sénégalais est plutôt occasionnelle que fréquente. Au niveau national, moins d'un pourcent (0,9%) de la population de 12 ans et plus utilise l'ordinateur sept jours sur sept, tandis qu'on enregistre une proportion quasi identique (0,7%) pour une fréquence de six jours sur sept. Pratiquement, ce sont les utilisateurs occasionnels (une fois et moins d'une fois par semaine) qui sont les plus représentatifs avec respectivement 3,6% et 3,9%. Cependant, on peut constater que chez les cadres et les individus ayant le niveau d'études supérieur, les personnes qui ont une fréquence élevée d'utilisation d'un ordinateur sont assez nombreuses. En effet, ceux qui le pratiquent au minimum 5 fois par semaine font respectivement 42,7% et 39,8%.

Tableau 40 : Fréquence d'utilisation d'ordinateur en dehors du domicile

Caractéristiques	Oui, 1 fois par semaine	Oui, 2 fois par semaine	Oui, 3 fois par semaine	Oui, 4 fois par semaine	Oui, 5 fois par semaine	Oui, 6 fois par semaine	Oui, 7 jours sur 7	Oui, moins 1 fois par semaine	Non, jamais	ND	Total
<b>Milieu de résidence</b>											
Dakar	9,0	3,9	1,5	1,0	3,2	2,2	2,3	8,2	67,6	0,8	100,0
Autres villes	5,4	1,8	1,7	0,8	0,6	0,3	1,7	4,5	83,2	0,1	100,0
Rural	0,8	0,3	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	2,0	96,0	0,4	100,0
<b>Sexe</b>											
Masculin	4,9	2,1	1,0	0,6	1,3	0,9	1,4	5,3	81,8	0,8	100,0
Féminin	2,5	0,8	0,4	0,3	0,7	0,5	0,6	2,8	91,2	0,2	100,0
<b>Niveau d'instruction</b>											
Aucun	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	99,2	0,2	100,0
Primaire	2,2	1,0	0,6	0,2	0,2	0,2	0,5	3,5	90,7	0,9	100,0
Moyen	11,4	3,1	1,7	1,3	1,5	0,9	1,7	14,3	63,2	0,9	100,0
Secondaire	17,9	9,3	3,8	2,7	4,7	3,7	4,9	19,0	33,9	0,2	100,0
Supérieur	22,5	9,5	4,9	1,4	16,2	11,6	12,0	9,6	12,5	0,0	100,0
Non déclaré	7,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	69,6	23,5	100,0
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>											
Cadres	22,6	5,5	0,5	2,7	22,8	11,7	8,2	10,5	15,0	0,5	100,0
Autres salariés qualifiés	10,8	5,1	2,4	0,6	4,1	4,8	2,9	10,5	58,3	0,4	100,0
Autres salariés non qualifiés	2,6	0,6	0,4	0,2	0,0	0,5	0,6	5,3	89,1	0,7	100,0
Indépendants	1,5	0,6	0,2	0,1	0,3	0,1	0,6	2,1	94,3	0,3	100,0
Autres actifs	0,5	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	1,2	97,1	0,5	100,0
Inoccupés	5,2	2,2	1,1	0,8	0,7	0,6	1,1	5,6	82,4	0,4	100,0
<b>Groupe d'âge</b>											
12 à 14	3,1	0,7	0,8	0,1	0,1	0,3	0,1	3,8	90,6	0,3	100,0
15 à 24	5,4	2,2	1,1	0,8	0,5	0,6	1,2	6,6	81,2	0,4	100,0
25 à 34	4,1	1,9	0,8	0,5	1,4	1,1	1,6	4,2	83,8	0,6	100,0
35 à 44	2,4	1,1	0,4	0,1	0,9	1,0	0,8	1,8	90,7	0,7	100,0
45 et +	1,6	0,4	0,1	0,0	1,5	0,5	0,3	1,4	93,9	0,2	100,0
<b>Total National</b>	<b>3,6</b>	<b>1,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>3,9</b>	<b>86,9</b>	<b>0,4</b>	<b>100,0</b>

### 3.2 Utilisation d'internet

#### 3.2.1 Niveau de connexion

Selon le rapport de l'étude sur la mise en place de l'Observatoire des Télécommunications de l'ARTP, 1,5 milliards d'utilisateurs d'internet sont enregistrés en début 2009 à travers le monde. Au Sénégal, le taux de connexion se situe à 14,5% pour des personnes de 12 ans et plus. Dakar, la Capitale enregistre 35,1% alors que les autres centres urbains sont à 16,4%. Le milieu rural est nettement en deçà de la moyenne nationale avec un niveau de 5,5%. Les hommes (19,2%) se

connectent plus que les femmes (10,6%) avec un rapport d'inégalité presque égal au double.

Le niveau d'instruction différencie bien les usagers d'internet. En effet, près de 8 individus instruits sur 10 utilisent internet alors que les non instruits qui s'en servent sont très négligeables (0,5%). Il convient de constater que les individus qui ont les niveaux d'instruction les plus élevés utilisent le plus internet. Ce constat est manifeste à la lecture du tableau qui indique des écarts respectifs de 30 et de 60 points entre les individus de niveau supérieur et ceux se limitant au secondaire et au primaire. Les cadres utilisent plus internet (85,4%) que les autres catégories socioprofessionnelles dont le groupe modal concerne les autres salariés qualifiés (40,7%). Les jeunes de 15 à 24 ans (20,1%) et ceux de 25 à 34 ans (17,5%) constituent les plus grands adeptes d'internet. Les enfants de 12 à 14 ans et les adultes de 35 à 44 ans ont des taux de connexion respectifs de 11,7% et 10,7%, tandis que celui des personnes âgées de 45 ans et plus (7,5%) utilisent peu ce service.

### 3.2.2 Fréquence de connexion

Environ 8,4% des personnes de 12 ans et plus déclarent utiliser souvent internet (**tableau 41**). Ceux qui se connectent rarement font 5%. Les hommes (19,2%) sont plus réguliers que les femmes (10,6%), tandis que les personnes de niveau d'instruction assez élevé s'y consacrent souvent ; respectivement 78,4% et 48,6 de niveaux supérieur et secondaire font cette déclaration. Chez les cadres, sept individus sur dix seulement se connectent souvent à internet, soit un ratio de près de trois fois plus élevé que chez les autres salariés qualifiés (26,2%). Peu de salariés non qualifiés (4,8%) et d'inoccupés (11,6%) utilisent fréquemment l'internet.

Tableau 41 : Fréquence de connexion à internet

Caractéristiques	Taux global de connexion	Fréquence de connexion		
		Oui souvent	Oui rarement	Jamais
<b>Milieu de résidence</b>				
Dakar	35,1	23,0	10,9	64,9
Autres villes	16,4	9,5	6,5	83,6
Rural	5,5	1,9	2,1	94,5
<b>Sexe</b>				
Masculin	19,2	11,6	5,9	80,8
Féminin	10,6	5,7	4,2	89,4
<b>Niveau d'instruction</b>				
Aucun	2,5	0,5	1,1	97,5
Primaire	10,5	4,3	4,3	89,5
Moyen	37,2	18,7	17,1	62,8
Secondaire	67,5	48,6	18,5	32,5
Supérieur	90,2	78,4	11,1	9,8
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>				
Cadres	85,4	71,7	12,0	14,6
Autres salariés qualifiés	40,7	26,2	13,4	59,3
Autres salariés non qualifiés	10,9	4,8	5,6	89,1
Indépendants	7,3	3,1	2,9	92,7
Autres actifs	4,1	1,1	1,9	95,9
Inoccupés	19,5	11,6	6,8	80,5
<b>Total National</b>	<b>14,5</b>	<b>8,4</b>	<b>5,0</b>	<b>85,5</b>

### 3.2.3 Lieu de connexion

Généralement, les sénégalais se connectent hors de chez eux. En effet, près de huit utilisateurs sur dix le font (79,4%) hors domicile contre 9,9% à domicile, tandis que 10,7% ne se sont pas prononcés (**Tableau 42**). Cette pratique externe est généralisée aussi bien chez les hommes (82,6%) que chez les femmes (74,6%). Chez les individus bien instruits (niveau supérieur) comme chez ceux de niveau secondaire et moyen, l'utilisation d'internet hors domicile est le phénomène le plus répandu. Les taux d'utilisation se situent respectivement à 93%, 90% et 85%. Ce même constat prévaut chez les cadres dont 94% font cette pratique. En termes de catégories d'âge, les jeunes de 15 à 24 ans (84,5%) sont les plus concernés par ce phénomène. Ils sont suivis par leurs aînés de 25 à 34 ans (83,9%).

Tableau 42 : Répartition des usagers d'internet selon le lieu de connexion

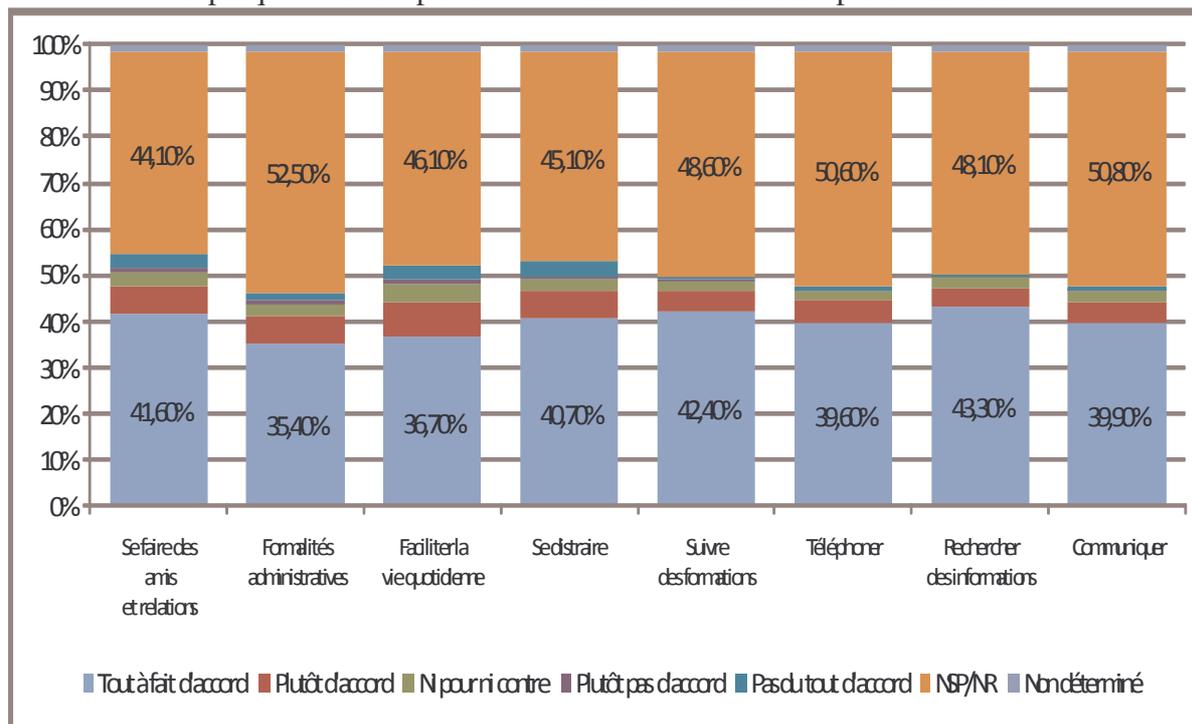
Caractéristiques	Lieu			
	Domicile	Hors du domicile	Non déterminé	Total
<b>Milieu de résidence</b>				
Dakar	13,3	83,2	3,5	100,0
Autres villes	0,9	96,3	2,7	100,0
Rural	8,4	54,7	36,9	100,0
<b>Sexe</b>				
Masculin	7,7	82,6	9,7	100,0
Féminin	13,2	74,6	12,2	100,0
<b>Niveau d'instruction</b>				
Aucun	11,9	31,6	56,5	100,0
Primaire	12,0	68,5	19,5	100,0
Moyen	11,2	84,7	4,1	100,0
Secondaire	8,9	90,4	0,7	100,0
Supérieur	6,3	92,9	0,8	100,0
<b>Catégories socioprofessionnelles</b>				
Cadres	3,9	94,2	1,9	100,0
Autres salariés qualifiés	8,5	88,8	2,7	100,0
Autres salariés non qualifiés	15,0	81,0	4,0	100,0
Indépendants	12,3	67,0	20,7	100,0
Autres actifs	5,2	65,1	29,7	100,0
Inoccupés	10,9	80,3	8,8	100,0
<b>Groupes d'âges</b>				
12 à 14ans	12,5	70,7	16,9	100,0
15 à 24ans	8,3	84,5	7,1	100,0
25 à 34ans	9,6	83,9	6,4	100,0
35 à 44ans	11,7	69,9	18,4	100,0
45ans et +	13,2	65,0	21,8	100,0
National	9,9	79,4	10,7	100,0

## V. PERCEPTIONS ET POINTS DE VUE SUR LES TIC

### 1. Appréciations des usages d'internet

Pour appréhender les perceptions relatives aux usages d'internet au Sénégal, il a été demandé aux enquêtés d'exprimer leur degré d'accord à partir d'une liste d'items de commentaires fournis dans le questionnaire de l'enquête. La question a été posée à l'ensemble de la population cible, c'est-à-dire tous les individus répondant au critère d'âge de 12 ans et plus. De ce fait, aucune distinction n'est faite selon la connaissance ou non, l'utilisation ou non d'internet. Les résultats sont présentés sur le **graphique 7**.

Graphique 7 : Perceptions des utilisations d'internet par les internautes



Pour plus de 4 individus sur dix, internet permet de se faire des amis (41,6%), de se distraire (40,7%), de suivre des formations (42,4%) et, surtout, de rechercher des informations (43,3%). Une proportion moins importante a déclaré l'accomplissement de formalités administratives (35,4%), l'assistance dans la vie quotidienne (36,7%) et les appels téléphoniques (39,6%). Plus généralement, communiquer à travers l'envoi de mails ou les messageries instantanées (msn, skype) rencontrent l'adhésion de plus de trois individus sur dix.

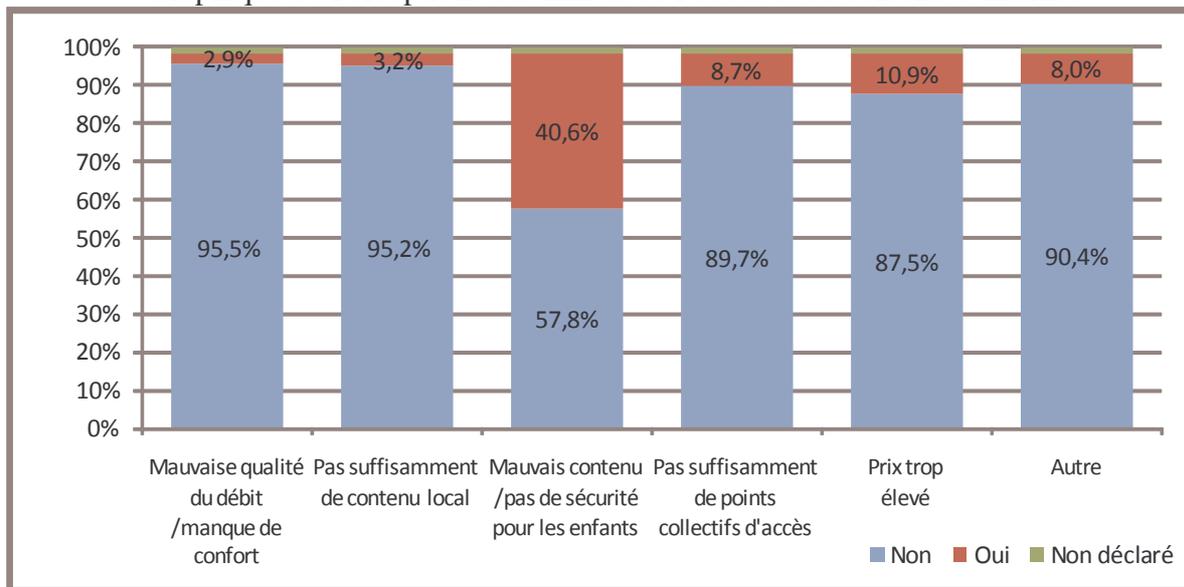
L'adhésion des personnes interrogées aux raisons sus évoquées serait plus importante si l'on s'en tenait aux seules personnes utilisatrices ou ayant une meilleure connaissance d'internet. Parallèlement, il est tout aussi utile de signaler que plus de quatre personnes sur dix n'expriment aucune opinion sur les intérêts supposés d'internet à construire un réseau social, à s'épanouir ou à s'instruire. En même temps, internet comme moyen de communication ou d'accomplir des démarches administratives, reste méconnu de la moitié des individus. Les personnes qui ignorent ces utilisations d'internet sont pour l'essentiel sans aucune instruction. La proportion d'individus sans instruction qui n'exprime aucun avis sur l'intérêt d'internet varie pratiquement entre 60 et 70%.

La propension à ne pas émettre d'avis sur ce que internet permet de faire est surtout importante chez les femmes (entre 50 et 56%) et chez les personnes résidant en zone rurales (entre 53 et 60%). Le fait remarquable est, exception faite au groupe 12-14 ans, que l'absence d'avis sur les différentes possibilités offertes par internet augmente avec l'âge. Ce dernier résultat est significatif d'un effet d'âge et de génération.

## 2. Perceptions des limites d'internet

Internet ne présente peut être pas seulement des avantages. Pour s'en convaincre, il a été demandé aux interviewés ce qu'ils retenaient comme points négatifs d'internet. Les aspects négatifs retenus portent sur la fonctionnalité, l'accessibilité, la sécurité et le coût qui peut être relativement prohibitif pour une frange de la population. Les résultats sont résumés sur le **graphique 8**.

Graphique 8 : Perceptions des limites de l'accès et du contenu d'internet



Les résultats relatifs à la qualité du débit ou à l'information locale sont sans appel. Plus de 9 individus sur dix soutiennent que la mauvaise qualité du débit/le manque de confort (95,5%) ou l'absence de contenu local (95,2%) ne représentent pas de limites majeures. Les problèmes d'accès liés à l'insuffisance des points d'accès ne sont pas non plus signalés. En effet, 89,7% des interviewés ne le considèrent pas comme un inconvénient. Il en est de même de la problématique des coûts. Pratiquement autant d'individus (87,56%) le jugent comme non constitutif d'obstacle à l'accès à internet. Seule une personne interrogée sur dix (10,9%) soulève la question du coût élevé pour l'accès à ce type de service.

En revanche, les enquêtés considèrent que le contenu véhiculé sur internet peut constituer, à certains égards, un problème de sécurité pour les enfants. Près de 6 personnes interrogées sur dix le pensent (57,8%). Les sites qui incommode les interviewés seraient probablement ceux qui véhiculent des messages ou des contenus qui pourraient porter atteinte à l'intégrité physique et morale des enfants.

Dans leur globalité, les enquêtés ne soulèvent pas de freins majeurs liés à l'accès à internet. On s'attendait à ce que le coût du service soit un obstacle mais cela ne constitue une préoccupation que pour une proportion relativement faible d'individus. La seule limite évoquée a trait à la sécurité des enfants.

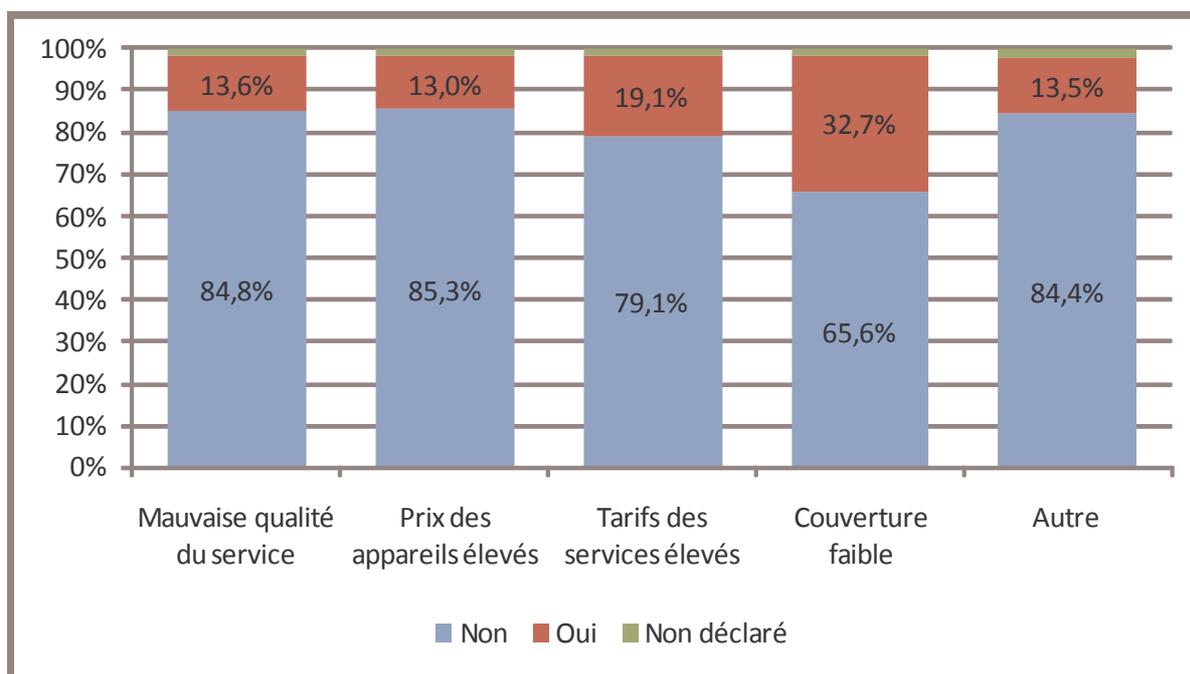
### 3. Perceptions des limites de la téléphonie mobile

Le nombre moyen de téléphone mobile est estimé à près de 3 par ménage au Sénégal. Quels sont les inconvénients perçus par les utilisateurs ? Pour l'appréhender, cette enquête a listé les principaux problèmes liés à l'utilisation du téléphone mobile et a essayé de recueillir le sentiment des usagers. En particulier, l'appréciation a porté sur la mauvaise qualité du service, le coût des appareils, les tarifs des services et la qualité de la couverture entres autres.

Cette étude révèle que plus d'une personne sur dix (13,6%) trouve la qualité du service mauvaise (**Graphique 9**). C'est dans les mêmes proportions que les enquêtés évoquent le coût relativement élevé des appareils mobiles (13%). Par contre, ils sont près de deux sur dix à remettre en cause les tarifs élevés des services (19,1%).

Ce que déplore le plus les sénégalais, c'est la faible la couverture du réseau de téléphonie mobile. Ils sont plus de trois sur dix à trouver faible la couverture du pays.

Graphique 9 : Perceptions de l'accès et des inconvénients relatifs au téléphone mobile



En somme, bien que présente dans les ménages, la téléphonie mobile suscite quelques réserves du fait de la qualité du service obtenu, du prix élevé de l'appareil et, surtout, de la qualité de la couverture du réseau.

## VI. DEPENSES EN SERVICES TIC

Les dépenses en services TIC considérées dans cette étude sont celles effectuées au cours des douze mois précédant l'interview du ménage. Ces dépenses comprennent celles relatives au téléphone fixe et à la connexion internet du ménage mais aussi les frais d'installations afférentes. Celles-ci sont payées directement à l'opérateur qui envoie régulièrement au ménage les factures correspondantes. A cela s'ajoutent les dépenses effectuées individuellement par des membres du ménage dans les télécentres et les cybercafés. Sont aussi concernées les dépenses en téléphone mobile effectuées à titre individuel par les membres du ménage. Ces trois types de dépenses sont analysés séparément dans la suite. Il convient de noter que seules les dépenses des ménages sont traitées dans ce rapport qui ne s'intéresse qu'à la consommation des ménages. La consommation à caractère commercial, c'est-à-dire celle des entreprises, est abordée dans le volet "entreprise" de cette enquête.

### 1. Dépenses de téléphone fixe à domicile

Les données sur les dépenses de téléphone fixe à domicile sont présentées dans le **tableau 43**. Les 195 729 ménages sénégalais disposant de téléphone fixe à domicile dépensent globalement 16 974 507 185 FCFA pour le téléphone fixe dont 1 002 891 300 de frais d'installations, soit 6,0%. La part la plus importante de ces dépenses, soit les deux tiers, sont effectuées par des ménages de Dakar, la Capitale : plus de 67,0% contre 21,0% pour les ménages ruraux et 12,0% pour les ménages des autres villes. Cette distribution suit celles des infrastructures. La dépense moyenne par ménage disposant de téléphone à domicile est estimée à de 86 725 FCFA. Cette moyenne varie très sensiblement selon la strate. Un ménage dakarois dépense en moyenne 121 139 FCFA par an pour son téléphone contre 67 039 pour un ménage dans les autres villes et 50 498 pour un ménage en milieu rural. Le premier consomme respectivement 1,8 et près de 2,5 fois plus que les seconds.

La distribution des dépenses de téléphone selon le revenu des ménages révèle aussi de fortes inégalités entre quintiles. Les 20% des ménages les plus riches monopolisent près de 62,0% de l'ensemble des dépenses tandis que les 20% les plus pauvres et celles qui suivent n'effectuent respectivement que 2,4% et 3,5% de ces dépenses. En moyenne, les 20% les plus riches dépensent 102 516 FCFA par ménage et par an. Les 20% les plus pauvres dépensent 27 824 FCFA seulement et le quintile suivant 51 435, soit respectivement 3,7 et 2 fois moins que les plus riches.

Les ménages dont le chef est un homme capturent plus de deux tiers des dépenses totales de téléphone du fait de leur plus grand nombre (135 621 ménages contre 60 108 pour les femmes). En revanche, individuellement, ceux dirigés par une femme dépensent en moyenne 13% plus : les premiers dépensent 83 501 FCFA par an et les seconds 93 998.

Plus des trois quarts (76,0%) de l'ensemble des dépenses de téléphone sont concentrées dans les ménages dont le chef est âgé du fait qu'ils sont numériquement plus nombreux à disposer de téléphone fixe à domicile. La distribution de la dépense moyenne montre que les ménages dirigés par une personne de 25-34 ans dépensent plus annuellement : 101 658 FCFA par an, soit 5,0% plus que les ménages dont le chef a 45 ans et plus (96 748 FCFA), et respectivement 51,0% et 80,0% plus que les ménages dirigés par les plus jeunes et ceux âgés de 35-44 ans.

Tableau 43 : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois

Caractéristiques		A41-Dépenses en téléphone fixe / 12 derniers mois	A43-Dépenses installation téléphone fixe / 12 derniers mois	Total Téléphone Fixe	Ménage ayant au moins une ligne fixe	Moyenne par ménage	Part dans la dépense totale	Ratio
<b>Strate du CM</b>								
Dakar	Dépense	11104913465	198025510	11302938975	93305	121139	0,666	
	Ménage	398424	398424					
Autres villes	Dépense	1896998500	126984955	2023983455	30191	67039	0,119	1,8
	Ménage	268062	268062					
Rural	Dépense	2969703920	677880835	3647584755	72232	50498	0,215	2,4
<b>B6-Niveau d'étude</b>								
	Ménage	1373556	1373556					
Aucun	Dépense	6835523345	750513980	7586037325	89344	84908	0,447	1,4
	Ménage	912014	912014					
préscolaire	Dépense	.	.					
	Ménage	0	0					
Primaire	Dépense	1266159920	44831320	1310991240	27658	47401	0,077	2,5
	Ménage	220710	220710					
Moyen	Dépense	1735604400	88420700	1824025100	21443	85063	0,107	1,4
	Ménage	93545	93545					
secondaire	Dépense	1932287040	87164300	2019451340	21200	95259	0,119	1,2
	Ménage	80414	80414					
Supérieur	Dépense	4202041180	31961000	4234002180	36084	117338	0,249	1,0
	Ménage	65231	65231					
Non déclaré	Dépense	0	0	0	0			
	Ménage	1641	1641					
	Ménage	707070	707070					
<b>Total</b>	<b>Dépense</b>	<b>15971615885</b>	<b>1002891300</b>	<b>16974507185</b>	<b>195729</b>	<b>86725</b>	<b>1,000</b>	

Bien que les ménages dirigés par des personnes sans instruction concentrent 45% des dépenses totales de téléphone fixe contre 25% pour ceux dont le chef a un niveau universitaire, ces derniers ont la dépense moyenne par ménage la plus

élevée : 117 338 FCFA contre 84 908, soit 38% plus. Les ménages dirigés par une personne ayant le niveau primaire dépensent le moins (en moyenne 47 401 FCFA), soit 2,5 fois moins que ceux des plus instruits.

Les ménages dont le chef est inoccupé et ceux dirigés par un cadre concentrent, respectivement près de 40,0% et un quart de la dépense totale de téléphone fixe à domicile. Ils ont aussi la dépense par ménage la plus élevée : 119 358 FCFA pour ménages des cadres contre 111 811 pour ceux dont le chef est inoccupé. Les ménages de cadres dépensent 68,0% plus que ceux dirigés par un autre salarié qualifié et plus de deux fois les ménages dont le chef est un indépendant : ces derniers dépensent le moins (56 870 FCFA).

(Suite tableau 43) : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois

Caractéristiques		A41-Dépenses en téléphone fixe / 12 derniers mois	A43-Dépenses installation téléphone fixe / 12 derniers mois	Total Téléphone Fixe	Ménage ayant au moins une ligne fixe	Moyenne par ménage	Part dans la dépense totale	Ratio
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>								
Cadres	Dépense	4159738900	64284500	4224023400	35390	119358	0,25	1,0
	Ménage	65998	65998					
Autres salariés qualifiés	Dépense	1156416080	102067600	1258483680	17746	70916	0,07	1,7
	Ménage	123264	123264					
Autres salariés non qualifiés	Dépense	284746200	2226900	286973100	3587	80015	0,02	1,5
	Ménage	72566	72566					
Indépendants	Dépense	3806045640	601878850	4407924490	77508	56870	0,26	2,1
	Ménage	823993	823993					
Autres actifs	Dépense	0	0	0	669			
	Ménage	10178	10178					
inoccupés	Dépense	6411520265	223555850	6635076115	59342	111811	0,39	1,1
	Ménage	275402	275402					
Nd	Dépense	153148800	8877600	162026400	1487		0,01	
	Ménage	2155	2155					
<b>Total</b>	<b>Dépense</b>	<b>15971615885</b>	<b>1002891300</b>	<b>16974507185</b>	<b>195729</b>	<b>86725</b>	<b>1,00</b>	<b>1,4</b>
	<b>Ménage</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>					

(Suite tableau 43) : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois

Caractéristiques		A41-Dépenses en téléphone fixe / 12 derniers mois	A43-Dépenses installation téléphone fixe / 12 derniers mois	Total Téléphone Fixe	Ménage ayant au moins une ligne fixe	Moyenne par ménage	Part dans la dépense totale	Ratio
<b>Age du CM</b>								
15 - 24	Dépense	263157600	11485800	274643400	4075	67392	0,016	1,5
	Ménage	35226	35226					
25 - 34	Dépense	974916840	160517000	1135433840	11169	101658	0,067	1,0
	Ménage	174225	174225					
35 - 44	Dépense	2470533220	182828320	2653361540	47033	56415	0,156	1,8
	Ménage	295899	295899					
45 et +	Dépense	12263008225	648060180	12911068405	133451	96748	0,761	1,0
	Ménage	868206	868206					
<b>Sexe</b>								
Masculin	Dépense	10463596125	860908930	11324505055	135621	83501	0,67	1,1
	Ménage	1052731	1052731					
Féminin	Dépense	5508019760	141982370	5650002130	60108	93998	0,33	
	Ménage	320825	320825					
Non déclaré	Dépense	.	.					
	Ménage	0	0					
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>								
Moins de 65 000	Dépense	415127200	0	415127200	14920	27824	0,024	3,7
	Ménage	264985	264985					
65 000 - 115 000	Dépense	506478780	86890675	593369455	11536	51435	0,035	2,0
	Ménage	274154	274154					
115 000 - 210 000	Dépense	3073014640	401367820	3474382460	34289	101325	0,205	
	Ménage	284941	284941					
210 000 - 375 000	Dépense	1986835060	58105475	2044940535	33080	61818	0,120	
	Ménage	276311	276311					
375 000 et plus	Dépense	9990160205	456527330	10446687535	101903	102516	0,615	
	Ménage	273165	273165					
<b>Total</b>	Dépense	<b>15971615885</b>	<b>1002891300</b>	<b>16974507185</b>	<b>195729</b>	<b>86725</b>	<b>1,000</b>	
	Ménage	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>					

## 2. Dépenses de connexion à l'internet à domicile

Les données sur les dépenses de connexion à internet à domicile sont présentées dans le **tableau 44**. Au niveau national, les 55 554 ménages ayant une connexion internet à domicile ont consommé 6 850 411 190 FCFA en services internet dont près

de 10,0% en frais d'installations. Près de 90,0% des dépenses totales d'internet sont effectuées par des ménages de Dakar, 6,0% par des ménages des autres villes et 5,0% par des ménages ruraux. Au niveau national, la dépense moyenne d'internet estimée à 123 311 FCFA cache des inégalités qui reflètent les disparités observées dans la distribution des équipements nécessaires à l'utilisation d'internet ainsi qu'à la consommation de services d'internet. Les ménages dakarois dépensent annuellement 152 287 FCFA contre 31 449 pour un ménage en milieu rural, soit près de 5 fois plus. En moyenne, les ménages des autres villes consomment annuellement chez eux, près de 2 fois moins que ceux des ménages de Dakar.

Bien que les 20% des ménages les plus riches (70,0% des ménages ayant une connexion) effectuent les trois quarts de la dépense totale de services d'internet à raison de 132 274 FCFA par ménage, les dépenses d'internet ne semblent pas étroitement associées au revenu des ménages. En effet, les 20% des ménages les plus nantis après les plus riches, dépensent le moins (54 495 FCFA), soit près de 2,5 fois moins. A l'opposé, les 60% les moins riches dépensent très légèrement moins que les plus riches (entre 2 et 10,0%).

Le sexe du chef de ménage est assez déterminant dans le niveau des dépenses en services d'internet. Les ménages dirigés par une femme semblent moins enclins à effectuer des dépenses en services internet. Les ménages dont le chef est un homme effectuent 78,0% de l'ensemble des dépenses et consomment 136 946 FCFA annuellement tandis que les ménages dirigés par une femme dépensent 50,0% moins.

La relation entre la dépense en services internet et l'âge du chef de ménage est assez ambiguë. Les ménages dirigés par les personnes les plus âgées (45 ans et plus), plus nombreux (62,0%) cumulent 72,0% des dépenses totales, avec une moyenne de 143 586 FCFA par ménage, derrière les ménages dirigés par les plus jeunes (15-24 ans) qui dépensent 164 604 FCFA par an, soit 15% plus. Les autres occupent une position intermédiaire avec une dépense moyenne nettement plus faible (entre 57 à 148% moins).

Parmi les chefs de ménage instruits, le niveau d'instruction a un effet positif sur le niveau des dépenses d'internet de leur ménage. La dépense moyenne augmente sensiblement en passant de 25 567 FCFA pour les ménages dont le chef a un niveau primaire à 154 034 FCFA quand le chef a un niveau supérieur, soit plus de six fois. Paradoxalement, les ménages dont le chef n'est pas instruit ont la dépense moyenne la plus élevée après celle des ménages dirigés par une personne ayant le niveau supérieur. En moyenne, ils dépensent plus de cinq fois ceux dont le chef a le niveau primaire.

La moitié des dépenses totales en services internet est effectuée par les ménages dirigés par des cadres et les 32,0% par ceux dont le chef est inoccupé. Toutefois, la

dépense moyenne par ménage est plus élevée pour les seconds (150 038 FCFA contre 144 694 parmi les premiers). Parmi les autres occupés, ce sont les ménages dirigés par un travailleur indépendant qui dépensent le plus : 71 844 FCFA, soit deux fois moins que ceux des cadres. Les ménages des salariés sans qualification dépensent près de quatre fois moins que ceux des inoccupés.

Tableau 44 : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois selon certaines caractéristiques du ménage

		Dépenses en service internet / 12 derniers mois	Dépense installation internet / 12 derniers mois	Total Internet	Ménage ayant une connexion internet à domicile	Dépense par Ménage
<b>Strate du CM</b>						
Dakar	Somme	5583320150	524683500	6108003650	40109	152287
	Effectif	398424	398424			
Autres villes	Somme	307765840	97724900	405490740	4732	85686
	Effectif	268062	268062			
Rural	Somme	298630800	38286000	336916800	10713	31449
	Effectif	707070	707070			
<b>Niveau d'étude</b>						
Aucun	Somme	909101260	7422000	916523260	6429	142567
	Effectif	912014	912014			
préscolaire	Somme	.	.		.	
	Effectif	0	0			
Primaire	Somme	179536000	47495000	227031000	8918	25457
	Effectif	220710	220710			
Moyen	Somme	464989140	59303900	524293040	5295	99022
	Effectif	93545	93545			
secondaire	Somme	800840800	38286000	839126800	6714	124976
	Effectif	80414	80414			
Supérieur	Somme	3835249590	508187500	4343437090	28198	154034
	Effectif	65231	65231			
Non déclaré	Somme	0	0		0	
	Effectif	1641	1641			
<b>Total</b>	<b>Somme</b>	<b>6189716790</b>	<b>660694400</b>	<b>6850411190</b>	<b>55554</b>	<b>123311</b>
	<b>Effectif</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>			

(Suite tableau 44) : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		Dépenses en service internet / 12 derniers mois	Dépense installation internet / 12 derniers mois	Total Internet	Ménage ayant une connexion internet à domicile	Dépense par Ménage
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>						
Cadres	Somme	3281001720	148220000	3429221720	23700	144694
	Effectif	65998	65998			
Autres salariés qualifiés	Somme	100702800	97489500	198192300	2915	67984
	Effectif	123264	123264			
Autres salariés non qualifiés	Somme	36226800	5031500	41258300	1006	41000
	Effectif	72566	72566			
Indépendants	Somme	863195900	43452500	906648400	12620	71844
	Effectif	823993	823993			
Autres actifs	Somme	0	0		0	
	Effectif	10178	10178			
inoccupés	Somme	1818913570	366500900	2185414470	14566	150038
	Effectif	275402	275402			
nd	Somme	89676000	0	89676000	747	
	Effectif	2155	2155			
<b>Age du CM</b>						
15 - 24	Somme	501076800	65705000	566781800	3443	164604
	Effectif	35226	35226			
25 - 34	Somme	185892550	275145000	461037550	4386	105118
	Effectif	174225	174225			
35 - 44	Somme	814872000	73762700	888634700	13362	66503
	Effectif	295899	295899			
45 et +	Somme	4687875440	246081700	4933957140	34363	143586
	Effectif	868206	868206			
Total	Somme	6189716790	660694400	6850411190	55554	123311
	Effectif	1373556	1373556			

(Suite tableau 44) : Dépenses de téléphone fixe à domicile au cours des 12 derniers mois selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques		Dépenses en service internet / 12 derniers mois	Dépense installation internet / 12 derniers mois	Total Internet	Ménage ayant une connexion internet à domicile	Dépense par Ménage
<b>Sexe</b>						
Masculin	Somme	5031243620	298505400	5329749020	38919	136946
	Effectif	1052731	1052731			
Féminin	Somme	1158473170	362189000	1520662170	16635	91412
	Effectif	320825	320825			
Non déclaré	Somme	.	.		.	
	Effectif	0	0			
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>						
Moins de 65 000	Somme	268531800	62435000	330966800	2560	129264
	Effectif	264985	264985			
65 000 - 115 000	Somme	89676000	0	89676000	747	120000
	Effectif	274154	274154			
115 000 - 210 000	Somme	664234350	313431000	977665350	7615	128388
	Effectif	284941	284941			
210 000 - 375 000	Somme	232771300	83538500	316309800	5804	54495
	Effectif	276311	276311			
375 000 et plus	Somme	4934503340	201289900	5135793240	38827	132274
	Effectif	273165	273165			
Total	Somme	6189716790	660694400	6850411190	55554	123311
	Effectif	1373556	1373556			

### 3. Dépenses individuelles en téléphone fixe hors domicile

Les dépenses de téléphone fixe hors domicile collectées dans l'enquête sont celles effectuées, à titre individuel, dans les télécentres par des membres du ménages de 12 ans et plus. Les données sont présentées dans le **Tableau 45**. Ces dépenses sont estimées à 1 642 003 180 FCFA par mois. Au niveau national, le sénégalais moyen dépense 2504 FCFA par mois pour téléphoner dans les télécentres. Les dakarois dépensent individuellement plus que les résidents des autres villes et ceux du milieu rural, même si la répartition des dépenses par strate montre que 46,3% sont effectuées par les ruraux et 41,0% par les dakarois. En effet, un dakarois dépense mensuellement 2 842 FCFA et les autres sénégalais environ 2 300 FCFA dans la même période, soit 500 FCFA moins.

Les données de l'enquête montrent aussi que la dépense mensuelle de téléphone fixe hors domicile augmente très sensiblement avec le niveau de revenu des individus. La dépense mensuelle moyenne est de 912 FCFA pour ceux qui gagnent moins de 5 000 FCFA par mois, soit 20% au moins de leur revenu, une somme relativement importante. Ce montant passe à 2 614 parmi ceux qui gagnent 25 000 à 50 000 et à 3 754 pour les individus dont les revenus se situent entre 100 000 et 250 000 FCFA par mois. Il avoisine le double (7 214 FCFA) quand la personne gagne 250 000 à 500 000 et atteint 12 618 FCFA parmi les plus riches dont le revenu mensuel dépasse 500 000 FCFA. Les individus dont le revenu tourne autour du SMIG réglementaire (environ 37 000 FCFA) dépensent 3,4 moins que les plus riches. La différence entre les hommes et les femmes est plus importante. Les hommes effectuent près des deux tiers des dépenses de téléphone hors domicile et dépensent individuellement par mois près de 1000 FCFA plus qu'une femme (2 930 FCFA contre 1992 FCFA).

Les dépenses hors domicile augmentent aussi de façon notable avec l'âge, ce qui explique que 63,4% du montant total sont concentrées parmi les plus âgés (35 ans et plus). Individuellement, ils dépensent plus : les 35-44 ans dépensent 3 117 FCFA par mois et les 45 ans et plus 3 797 FCFA tandis que les 15-24 ans ne déboursent que 1 606 FCFA, soit deux fois moins que les plus âgés. La dépense mensuelle est plus faible (678 FCFA) parmi les plus jeunes (12-14 ans) dont les revenus limités justifient le bas niveau de leurs dépenses.

Le niveau d'instruction ne semble pas influencer sur la dépense mensuelle en téléphone hors domicile. Les non instruits effectuent près de 55,0% de la dépense totale et dépensent individuellement plus 500 FCFA par mois que ceux qui n'ont pas fait d'études supérieures (2799 FCFA contre 2 292). En revanche, ils dépensent près de 900 FCFA moins que les plus instruits qui déboursent mensuellement 3 675 FCFA.

La catégorie socioprofessionnelle est déterminante dans le niveau des dépenses mensuelles qui suivent la hiérarchie salariale. Les cadres dépensent 5 496 FCFA par mois et les autres salariés qualifiés 3 402 FCFA. La dépense moyenne est plus faible parmi les actifs au bas de l'échelle et les inoccupés (respectivement 1 232 et 2 173 FCFA), soit respectivement 4,5 et 2,5 fois moins que les cadres.

Tableau 45 : Dépenses mensuelles de téléphone fixe hors domicile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	C4-Dépense mensuelle de téléphone fixe hors domicile			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Strate du CM</b>				
Dakar	676647833	238073	2 842	0,412
Autres villes	205263793	88961	2 307	0,125
Rural	760091555	328845	2 311	0,463
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>				
Moins de 5 000	105485245	115669	912	0,064
5 000 à moins 25 000	295752405	200460	1 475	0,180
25 000 à moins 50 000	327415888	125242	2 614	0,199
50 000 à moins 100 000	370274258	107878	3 432	0,226
100 000 à moins 250 000	274453985	73114	3 754	0,167
250 000 à moins 500 000	178460960	24738	7 214	0,109
500 000 et plus	89211100	7070	12 618	0,054
Non déterminé	949340	1707	556	0,001
<b>Sexe</b>				
Masculin	1048150577	357704	2 930	0,638
Féminin	593852602	298174	1 992	0,362
Non déclaré	.	0		
Total	1642003180	655878	2 504	1,000
<b>Groupes d'âge</b>				
12 à 14	13747220	20275	678	0,008
15 à 24	277263795	172667	1 606	0,169
25 à 34	306915608	156844	1 957	0,187
35 à 44	478528352	153540	3 117	0,291
45 et +	563348035	148361	3 797	0,343
NSP	2200170	4191	525	0,001
<b>Total</b>	<b>1642003180</b>	<b>655878</b>	<b>2 504</b>	<b>1,000</b>

(Suite tableau 45) : Dépenses mensuelles de téléphone fixe hors domicile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	C4-Dépense mensuelle de téléphone fixe hors domicile			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Niveau d'instruction</b>				
Aucun	894926385	319704	2 799	0,545
Primaire ou moins	270600405	144547	1 872	0,165
secondaire	377376020	164664	2 292	0,230
supérieur	99100370	26963	3 675	0,060
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>				
Cadres	104705150	19052	5 496	0,064
Autres salariés qualifiés	165155395	48550	3 402	0,101
Autres salariés non qualifiés	92770340	28324	3 275	0,056
Indépendants	748939660	277584	2 698	0,456
Autres actifs	113933693	92447	1 232	0,069
Inoccupés	408019992	187765	2 173	0,248
Nd	8478950	2155	3 935	0,005
<b>Total</b>	<b>1642003180</b>	<b>655878</b>	<b>2 504</b>	<b>1,000</b>

#### 4. Dépenses individuelles en téléphone mobile

Les dépenses collectées dans l'enquête sont celles déclarées par les membres des ménages. Ne sont pas comprises celles effectuées lors des appels à travers les téléphones mobiles à usage professionnel uniquement. Elles sont présentées dans le **Tableau 46**. Au niveau national, le montant total de ces dépenses est estimé à 34 625 835 250 FCFA par mois, soit une dépense moyenne mensuelle de 7 042 F par personne. Les Dakarais effectuent près de 44,50% de la dépense totale en téléphone mobile et les ruraux 36,0%. La dépense moyenne par personne varie fortement avec la résidence : 10 529 FCFA à Dakar et 4 799 FCFA en milieu rural, soit 2,2 fois moins tandis que les citadins des autres villes dépensent 1,3 fois moins que les premiers.

Les disparités dues au revenu sont les plus marquées. La dépense par personne passe de 5 648 FCFA chez celles dont le revenu se situe entre 25 000 et 50 000 FCFA, soit en moyenne le SMIG règlementaire, à 70 963 FCFA parmi les individus qui gagnent 500 000 FCFA ou plus, soit près de 13 fois plus. Même ceux qui gagnent entre 250 000 à 500 000 FCFA dépensent 3 fois moins que les plus riches. Les hommes effectuent 68,0% des dépenses et payent 9 435 FCFA par personne tandis que les femmes dépensent plus que deux fois moins.

L'âge a aussi un impact sur les dépenses qui augmentent de façon régulière quand on passe des plus jeunes aux plus âgés. Par exemple, les plus âgés (45 ans et plus)

dépensent 10 006 FCFA contre 3688 FCFA pour les 15-24 ans et 7 541 FCFA, soit respectivement 2,7 et 1,3 fois moins que les premiers.

La dépense par personne augmente avec le niveau d'instruction de façon significative. Estimée à 5 735 FCFA pour les non instruits, elle passe à 8 899 FCFA pour ceux qui ont atteint le niveau secondaire et à 16 947 FCFA pour ceux qui ont fait des études supérieures. Cela correspond à un ratio de 3 et 2 respectivement en faveur des plus instruits.

La catégorie socioprofessionnelle favorise les dépenses mensuelles de téléphone mobile. Les cadres et les autres salariés qualifiés dépensent plus que les autres (respectivement 20 540 et 12 091 FCFA), soit 2 à 3 fois plus que les salariés non qualifiés. Les indépendants dépensent 9 223 FCFA par mois, soit deux fois plus que les inoccupés.

Tableau 46 : Dépenses individuelles mensuelles de téléphone mobile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	Dépense mensuelles de téléphone mobile			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Strate du CM</b>				
Dakar	15396575100	1462273	10 529	0,445
Autres villes	6826590340	870785	7 840	0,197
Rural	12402669810	2584220	4 799	0,358
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>				
Moins de 5 000	1398155400	728649	1 919	0,040
5 000 à moins 25 000	5977070520	1702598	3 511	0,173
25 000 à moins 50 000	5278995070	934641	5 648	0,152
50 000 à moins 100 000	7621880000	856330	8 901	0,220
100 000 à moins 250 000	7113843460	486859	14 612	0,205
250 000 à moins 500 000	2923971200	126482	23 118	0,084
500 000 et plus	4173398760	58811	70 963	0,121
Non déterminé	138520840	22907	6 047	0,004
<b>Sexe</b>				
Masculin	23565007190	2497696	9 435	0,681
Féminin	11060828060	2419582	4 571	0,319
Non déclaré	.	0		
<b>Groupes d'âge</b>				
12 à 14	154540360	118050	1 309	0,004
15 à 24	5229200875	1417799	3 688	0,151
25 à 34	10285456270	1364003	7 541	0,297
35 à 44	7596308705	874500	8 686	0,219
45 et +	11327220480	1132089	10 006	0,327
Non déterminé	33108560	10837	3 055	0,001
<b>Total</b>	<b>34625835250</b>	<b>4917278</b>	<b>7 042</b>	<b>1,000</b>

(Suite tableau 46) : Dépenses individuelles mensuelles de téléphone mobile selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	Dépense mensuelles de téléphone mobile			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Niveau d'instruction</b>				
Aucun	14319271230	2496759	5 735	0,414
Primaire ou moins	7939767950	1209618	6 564	0,229
Secondaire	8966758240	1007581	8 899	0,259
Supérieur	3392253430	200174	16 947	0,098
Non déterminé	7784400	3147	2 474	0,000
<b>Total</b>	<b>34625835250</b>	<b>4917278</b>	<b>7 042</b>	<b>1,000</b>
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>				
Cadres	2689076250	130918	20 540	0,078
Autres salariés qualifiés	4021943230	332646	12 091	0,116
Autres salariés non qualifiés	1763970270	293766	6 005	0,051
Indépendants	17388628080	1885457	9 223	0,502
Autres actifs	2059805600	714570	2 883	0,059
Inoccupés	6665851840	1551203	4 297	0,193
Non déterminé	36559980	8719	4 193	0,001
<b>Total</b>	<b>34625835250</b>	<b>4917278</b>	<b>7 042</b>	<b>1,000</b>

## 5. Dépenses individuelles en services internet hors domicile

Comme pour le téléphone mobile, les dépenses individuelles en services internet comprennent celles effectuées hors domicile ou à domicile. La somme des dépenses individuelles des membres des ménages en services internet est estimée, au niveau national, à 1 668 338 835 FCFA, soit 2 461 FCFA par personne et par mois (**tableau 47**). Ne sont concernés que les internautes, qu'ils aient ou non effectué une dépense dans les 30 derniers jours. L'enquête s'est intéressée à la dépense mensuelle moyenne, c'est-à-dire, la dépense la plus courante ou habituelle pour un mois normal. Cette mesure vise à éviter une surestimation ou une sous-estimation de la dépense en considérant un mois extrême, particulier.

Le montant de la dépense totale est inégalement répartie entre strates : 53,0% des dépenses sont effectuées par les résidents de Dakar, 26,0% par ceux des autres villes et seulement 11,0% par les ruraux. En revanche, la répartition de la dépense moyenne par personne est moins inégalitaire. Par exemple, les citoyens des autres villes dépensent individuellement plus que ceux de la capitale (3 369 FCFA contre 2 220 à Dakar et 1 789 en milieu rural), soit 1,5 fois plus que les Dakarois et près de 2 fois plus que les ruraux.

Dans une certaine mesure, la distribution de la dépense suit celle du revenu, malgré quelques irrégularités dans la courbe. Les individus qui gagnent en moyenne 15 000 FCFA par mois, probablement des jeunes, élèves pour la plupart, effectuent près de 37,0% des dépenses totales, soit 2 670 FCFA par personne. Cela correspond à 18,0% de leur gain dans la même période. Les internautes dont le revenu mensuel gravite autour du SMIG réglementaire (37 000 FCFA) dépensent moins (2 451 FCFA), soit 2,5 fois moins que les plus riches qui gagnent 500 000 FCFA ou plus. Près de 70,0% de la dépense totale sont effectués par les hommes qui dépensent 2 712 FCFA par personne, soit près de 700 FCFA de plus que les femmes.

Les internautes de 15-24 ans effectuent 47,0% des dépenses totales en services internet. La dépense mensuelle par personne augmente avec l'âge des individus jusqu'à 35-44 ans avant de tomber à partir de 45 ans. Estimée à 1 582 FCFA pour les 12-14 ans, cette moyenne s'élève à 4 212 FCFA pour les 35-44 ans (2 fois plus que les 15-24 ans) avant de tomber à 3 204 FCFA pour les plus âgés, soit 1000 FCFA de moins.

En termes de contribution, les personnes qui ont le niveau d'instruction secondaire effectuent près de 70,0% de la dépense totale en services internet. Cependant, en termes de relation, le lien entre le niveau d'instruction et la dépense moyenne n'est pas assez clair même si pour les personnes instruites la dépense moyenne augmente de façon progressive avec le niveau d'éducation. Le paradoxe c'est que les personnes non instruites dépensent individuellement en services internet, plus que les personnes instruites, quel que soit le niveau d'éducation de ces derniers (3 194 FCFA contre 2679 pour les plus instruits, soit 20,0% de plus). Parmi les personnes instruites, la dépense par personne passe de 1888 pour ceux qui ont le niveau primaire à 2679 FCFA pour les plus instruits, soit une augmentation de près de 800 FCFA (42,0%).

Tableau 47 : Dépenses individuelles mensuelles de services internet selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	Dépense mensuelle en services internet			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Strate du CM</b>				
Dakar	883453080	397923	2 220	0,530
Autres villes	605192955	179643	3 369	0,363
Rural	179692800	100435	1 789	0,108
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>				
Moins de 5 000	182461910	161915	1 127	0,109
5 000 à moins 25 000	608194725	227791	2 670	0,365
25 000 à moins 50 000	191593010	78170	2 451	0,115
50 000 à moins 100 000	280292000	85943	3 261	0,168
100 000 à moins 250 000	269666880	92658	2 910	0,162
250 000 à moins 500 000	71915825	17295	4 158	0,043
500 000 et plus	52367740	8639	6 062	0,031
Non déterminé	11846745	5590	2 119	0,007
<b>Sexe</b>				
Masculin	1144865875	422097	2 712	0,686
Féminin	523472960	255904	2 046	0,314
Non déterminé	.	0		
<b>Groupes d'âge</b>				
12 à 14	92136240	58233	1 582	0,055
15 à 24	781357215	367613	2 125	0,468
25 à 34	483979800	172230	2 810	0,290
35 à 44	228877200	54338	4 212	0,137
45 et +	81988380	25587	3 204	0,049
Non déterminé	.	0		
<b>Total</b>	<b>1668338835</b>	<b>678001</b>	<b>2 461</b>	<b>1,000</b>

(Suite tableau 47) : Dépenses individuelles mensuelles de services internet selon certaines caractéristiques du ménage

Caractéristiques	Dépense mensuelle en services internet			
	Somme	Effectif	Moyenne	Part
<b>Niveau d'instruction</b>				
Aucun	75764195	23719	3 194	0,045
Primaire ou moins	206598425	109411	1 888	0,124
Secondaire	1127276395	448075	2 516	0,676
Supérieur	257357560	96051	2 679	0,154
Non déterminé	1342260	746	1 799	0,001
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>				
Cadres	93789275	38508	2 436	0,056
Autres salariés qualifiés	225994150	74220	3 045	0,135
Autres salariés non qualifiés	34042475	24552	1 387	0,020
Indépendants	306378470	89562	3 421	0,184
Autres actifs	48317280	33530	1 441	0,029
inoccupés	954715755	414531	2 303	0,572
Non déterminé	5101430	3098	1 647	0,003
<b>Total</b>	<b>1668338835</b>	<b>678001</b>	<b>2 461</b>	<b>1,000</b>

Vu sous l'angle de la catégorie socioprofessionnelle, la plupart des dépenses sont effectuées par les inoccupés (57,0%). La relation entre la catégorie socioprofessionnelle et la dépense moyenne en services internet reste floue et ambiguë. Individuellement, les cadres dépensent moins que les indépendants et les autres salariés qualifiés (respectivement 3 421 et 3 045 FCFA contre 2 461 FCFA pour les cadres) soit 30 à 40% plus en faveur des premiers. La faiblesse relative des dépenses individuelles des cadres pourrait s'expliquer par l'accès gratuit à l'internet dans l'espace professionnel, c'est-à-dire, en utilisant la connexion de l'employeur.

## VII. COMMERCE ELECTRONIQUE

Le commerce électronique peut être défini simplement comme l'achat et la vente de biens et services à travers l'internet. Il est donc conditionnel à la possibilité des utilisateurs à accéder aux appareils permettant de se connecter à internet, à domicile ou en dehors, d'une part, et, d'autre part, leur capacité intellectuelle et technique à utiliser les TICS nécessaires ainsi que leur connaissance des procédures en matières d'échanges commerciaux, au niveau national comme au niveau international. Enfin, pour acheter ou vendre à travers internet, les individus doivent y trouver un intérêt

personnel ou professionnel et, dans une certaine mesure, avoir un minimum de confiance à cette façon de faire des affaires.

## 1. Intérêt au commerce électronique

Globalement, peu de sénégalais sont intéressés par le commerce électronique. Les données sont présentées dans le **Tableau 48**. Sur une population de 7 997 995 seulement 2 274 608 personnes déclarent être intéressées par le commerce électronique, soit un faible pourcentage de 28,4%. Un quart (26,0%) des personnes intéressées résident à Dakar, 22,0% dans les autres villes et 52,0% en milieu rural. Cette distribution, plus proche de la répartition de la population totale dans les strates, rompt avec la tendance dans l'accès et la possession d'appareils liés aux TIC, comme observé dans les chapitres précédents. Cela tient au fait que les individus expriment simplement leurs désirs, sans nécessairement disposer des moyens pour les satisfaire.

La résidence semble influencer l'intérêt au commerce électronique, sans nécessairement refléter la tendance attendue. L'intérêt accordé au commerce électronique est assez faible à Dakar ou moins de 31,0% des personnes de 12 ans sont intéressées par le commerce électronique tandis que cette proportion est plus élevée dans les autres villes (37,0%) et plus faible en milieu rural (25,0%). En effet, cette tendance ne traduit pas la plus grande intensité de l'activité économique, en particulier le commerce dans la capitale économique et administrative ainsi que les nombreux échanges de toutes sortes, mais surtout le pouvoir d'achat plus important des dakarois et la diversité de leurs transactions économiques et financières.

Le revenu influence sensiblement l'intérêt que les individus accordent au commerce électronique. La proportion de personnes intéressées par le commerce électronique augmente ainsi fortement quand le revenu de l'individu augmente. Elle est très faible parmi les personnes (53,0% de l'ensemble des intéressés) dont le revenu mensuel est le plus bas, soit moins de 25 000 FCFA : 24,0% seulement. Cette proportion passe à 32,0% parmi les personnes qui gagnent entre 25 000 et 50 000 FCFA par mois et à 37,0% quand la personne gagne entre 100 000 et 500 000 FCFA. Elle atteint 60,0% pour les plus riches dont le revenu mensuel dépasse 500 000 FCFA.

Le sexe influe faiblement sur la proportion des personnes intéressées par le commerce électronique : 31,0% des hommes contre 27,0% des femmes plus nombreuses à faire du commerce en général, mais dont les dispositions intellectuelles et techniques dans ce domaine sont plus limitées.

L'âge des individus influence l'intérêt qu'il accorde au commerce électronique. La proportion de personnes intéressées par le commerce électronique augmente ainsi de 18,0% à 12-14 ans, 26,0% à 15-24 ans, 36,0% à 44 ans, avant de tomber à 28,0% à partir de 45 ans. Pour mesurer l'impact sur les acheteurs potentiel, il est important de noter que plus de la moitié (54,0%) des personnes intéressées par le commerce électronique ont entre 15 et 34 ans.

Le niveau d'instruction a un effet positif sur l'intérêt que les individus ont pour le commerce électronique. La proportion de personnes favorables est plus faible chez les 48,0% de personnes sans instruction intéressées par ce type de commerce: 25,0%. La proportion passe à 35,0% quand l'individu a le niveau secondaire et à 47,0% s'il a un niveau supérieur.

La catégorie socioprofessionnelle comme le niveau d'instruction pousse les individus à s'intéresser au commerce électronique. Plus la personne est qualifiée professionnellement, plus elle est attirée par le commerce électronique. La proportion des personnes intéressées passe de 44,0% des cadres (3% des concernées) à 37,0% des autres salariés qualifiés (6,0%). Elle tombe à 34,0% chez les indépendants (37,0% des concernés) et à 20,0% chez les inoccupés (28,0%), soit 2,2 fois que celle des cadres.

Tableau 48 : Intérêt pour le commerce électronique selon les caractéristiques socio-économiques de la population âgée de 12 ans et plus

Caractéristiques	Intérêt commerce électronique				Effectifs favorables		Effectif Total
	Oui	Non	ND	Total	Nombre	%	
<b>Strate</b>							
Dakar	30,7	67,7	1,7	100,0	601236	26,4	1960420
Autres villes	37,0	62,6	0,4	100,0	494681	21,7	1337917
Rural	25,1	73,4	1,5	100,0	1178690	51,8	4699657
<b>Sexe</b>							
Masculin	30,6	67,4	1,9	100,0	1118848	49,2	3652027
Féminin	26,6	72,5	0,9	100,0	1155760	50,8	4345968
<b>Niveau d'étude</b>							
Aucun	25,0	74,0	1,0	100,0	1101006	48,4	4404629
Préscolaire-Primaire	29,8	68,4	1,8	100,0	603824	26,5	2023985
Moyen	30,4	67,3	2,2	100,0	264083	11,6	868026
Secondaire	43,1	56,0	0,9	100,0	208377	9,2	483129
Supérieur	46,9	52,0	1,1	100,0	97319	4,3	207548
Non déclaré	0,0	61,2	38,8	100,0	0	0,0	10678
<b>Groupe d'âges</b>							
12 à 14	17,6	81,6	0,8	100,0	139437	6,1	791788
15 à 24	26,3	72,3	1,4	100,0	669048	29,4	2544490
25 à 34	33,0	65,4	1,6	100,0	566137	24,9	1718044
35 à 44	35,8	62,7	1,5	100,0	410611	18,1	1148330
45 et +	27,6	71,2	1,2	100,0	489375	21,5	1775358
NSP	0,0	92,7	7,3	100,0	0		19985
<b>Occupation</b>							
Cadres	44,4	53,9	1,7	100,0	59959	2,6	134893
Autres salariés qualifiés	36,8	60,3	2,8	100,0	132682	5,8	360214
Autres salariés non qualifiés	30,5	69,1	0,4	100,0	113505	5,0	371978
Indépendants	34,0	64,8	1,2	100,0	835510	36,7	2457098
Autres actifs	32,4	66,5	1,0	100,0	494734	21,8	1524686
Inoccupés	20,3	78,3	1,3	100,0	634597	27,9	3121980
ND	13,3	56,3	30,3	100,0	3621	0,2	27147
<b>Total</b>	<b>28,4</b>	<b>70,2</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>	<b>2274608</b>	<b>100,0</b>	<b>7997995</b>

## 2. Fréquence des achats électroniques

Les données de l'enquête montrent que les achats en ligne sont très rares au Sénégal, y compris parmi les personnes qui déclarent être intéressées par le commerce électronique. Sur les 2 274 608 personnes intéressées par le commerce

électronique, 10 820 ont effectué un seul achat par cette voie et 19 621 l'ont fait plus d'une fois. Cela correspond à 1,3% de personnes ayant fait au moins un achat électronique durant les 12 mois qui ont précédé l'interview.

La proportion est plus élevée à Dakar (4,1%) tandis qu'elle est 10 fois plus faible ailleurs (4 pour 1000). Le revenu a un impact significatif sur la tendance des individus à effectuer des achats en ligne. La proportion de personnes ayant fait au moins un achat est très faible parmi les individus à bas revenu (moins de 50 000 FCFA par mois) : entre 2 et 4 pour 1000. La proportion passe à 1 à 2,2% quand le revenu mensuel se situe entre 50 000 à 250 000 FCFA. Elle augmente de façon spectaculaire à 19,0% pour les personnes qui gagnent 250 000 à 500 000 FCFA par mois et atteint près de 25,0% pour ceux dont le revenu dépasse 500 000 FCFA.

Cette proportion est plus forte parmi les hommes (1,8% contre 0,9% chez les femmes). L'âge des individus ne semble pas avoir d'effet net sur leur penchant à effectuer des achats en ligne mais les plus jeunes (moins de 25 ans) sont rarement concernés (moins de 2 pour 1000) tandis que la proportion se situe autour de 2,0% pour les plus âgés. Par contre l'influence du niveau d'instruction est nette. La proportion de personnes ayant effectué un achat en ligne augmente graduellement de 1 pour 1000 quand l'individu a le niveau primaire à 2,5 pour 1000 quand il atteint le niveau secondaire. Quand l'individu atteint le niveau supérieur, ses chances d'effectuer des achats en ligne sont multipliées par près de 150 comparé à celui qui n'a que le niveau primaire, soit 18,4%. La qualification professionnelle influence fortement sur la propension à effectuer des achats en ligne : 23,3% des cadres en ont fait au cours des 12 derniers mois et les autres salariés qualifiés 2,3% seulement. La proportion baisse de façon drastique dans les statuts au bas de l'échelle catégorielle : 1,1% parmi les indépendants et entre 0 et 5 pour 1000 pour les autres actifs.

### **3. Obstacles au commerce électronique**

Il est supposé qu'une faible propension des sénégalais à la pratique du commerce en ligne peut être liée à certains obstacles dont certains ont été mis en avant dans l'enquête. Cependant, si on en juge par les déclarations des enquêtés, ces contraintes touchent peu de personnes. Parmi celles que l'enquête a spécifiées, les plus fréquemment citées concernent une faible proportion de la population visée. Les données sur les obstacles au commerce électronique sont présentées en Annexe. On peut citer par ordre, *le manque d'utilité/usage* qui touche 1 764 192 personnes (soit 22,1% des personnes interrogées), *l'absence de services de vente en ligne* (946 724 personnes, soit 11,8%), le niveau trop élevé des prix (9,8%), les problèmes de sécurité dans les transactions (8,8%), *l'absence de carte de paiement internationale* (7,3), *le manque de confiance au fournisseur* (6,0%), *l'absence de cadre réglementaire* (2,8%), *les délais de livraison* (2,7%), *la non disponibilité des produits souhaités* (2,3%), entre autres.

*Le manque d'utilité/usage* est plus fréquemment évoqué à Dakar (30,4%), parmi les plus riches (26 à 29%), les plus âgés (23,3%), ceux qui ont le niveau d'instruction secondaire (entre 24 et 27%). Cet obstacle freine moins les populations des villes autres que Dakar (15,2%) et les salariés non qualifiés (17,0%).

*L'absence de services de vente en ligne* constitue un handicap plus pour les habitants des autres villes (17,2% contre 10,5% en milieu rural), les plus riches (22,0% contre 9,8% pour les plus pauvres), les personnes les plus âgées (11,8% contre 7,5% pour les plus jeunes), les plus instruites (près de 25,0% pour celles qui ont au moins le niveau secondaire contre 9,6% pour celles qui n'ont aucun niveau) et les cadres (28,3% contre 9,0% pour les inoccupés).

*Le niveau trop élevé des prix* est plus perçu à Dakar (14,4% contre 7,1% en milieu rural), par les plus riches (19,0% contre 7,0% pour les plus pauvres), par ceux qui ont le niveau d'instruction secondaire (18,0% contre 8,2% pour ceux qui n'ont aucun niveau), parmi les cadres et les autres salariés qualifiés (14 à 16% contre moins de 9,0% pour les inoccupés).

*Les problèmes de sécurité dans les transactions* sont plus souvent avancés par les habitants des autres villes (13,0% contre 7,4% en milieu rural), par les plus riches (32,0% contre 6,0% pour les plus pauvres), les personnes les plus instruites (19,0 à 23,0% pour les personnes ayant le niveau secondaire ou plus contre 7,0% pour les non instruits), les cadres (32,0% contre 6,0% pour les inoccupés).

L'absence de carte de paiement internationale, le manque de confiance au fournisseur, l'absence de cadre réglementaire, les délais de livraison trop longs, la non disponibilité des produits souhaités et d'autres problèmes non spécifiés préoccupent peu de sénégalais comme l'indiquent les résultats de l'enquête (2,0 à 7,0% des enquêtés) et ne nécessitent donc pas une analyse détaillée, même si on peut observer des différences notables entre certaines catégories sociales, notamment entre Dakar et le reste du pays, les riches et les pauvres, les instruits et le non instruits, les cadres et les autres travailleurs.

Globalement, les résultats de l'enquête montrent clairement le faible intérêt de la majorité des sénégalais pour le commerce électronique. Ils semblent aussi indiquer que ce manque d'intérêt ne découle pas des contraintes et problèmes liés à ce type d'échanges mais résulterait plutôt d'une certaine méconnaissance du secteur et du manque de culture dans cette forme moderne de transactions.

## **VI. CHOIX DE L'OPERATEUR**

Au moment de l'enquête, il existait trois principaux opérateurs de téléphonie mobile au Sénégal. D'abord l'opérateur historique, la SONATEL qui a, dès septembre 1996, lancé en collaboration avec *France Câbles Radio* le réseau cellulaire numérique Alizé.

Cette coopération va permettre au groupe de couvrir les principales villes du pays et d'être connecté aux réseaux étrangers (Grande Bretagne, Espagne, Italie, France, entres autres).

Du fait de son dynamisme, le secteur va accueillir en 1999 un second groupe, en l'occurrence SENTEL qui est une filiale de Millecom International Cellular. Cette société est contrôlée par le groupe suédois de télécoms et les médias Kinnevik (Suède) et est implanté en particulier dans les pays émergents. Pour mieux se démarquer dans le marché, le groupe SENTEL sera amené en 2008 à regrouper toutes ses marques sous l'enseigne TIGO. Son offre en téléphonie mobile est reconnue à travers cette marque.

Le dernier à entrer dans le marché de la téléphonie mobile au Sénégal est SUDATEL, une société soudanaise de téléphonie mobile. Elle a démarré ses activités en 2009 sous la marque EXPRESSO Sénégal.

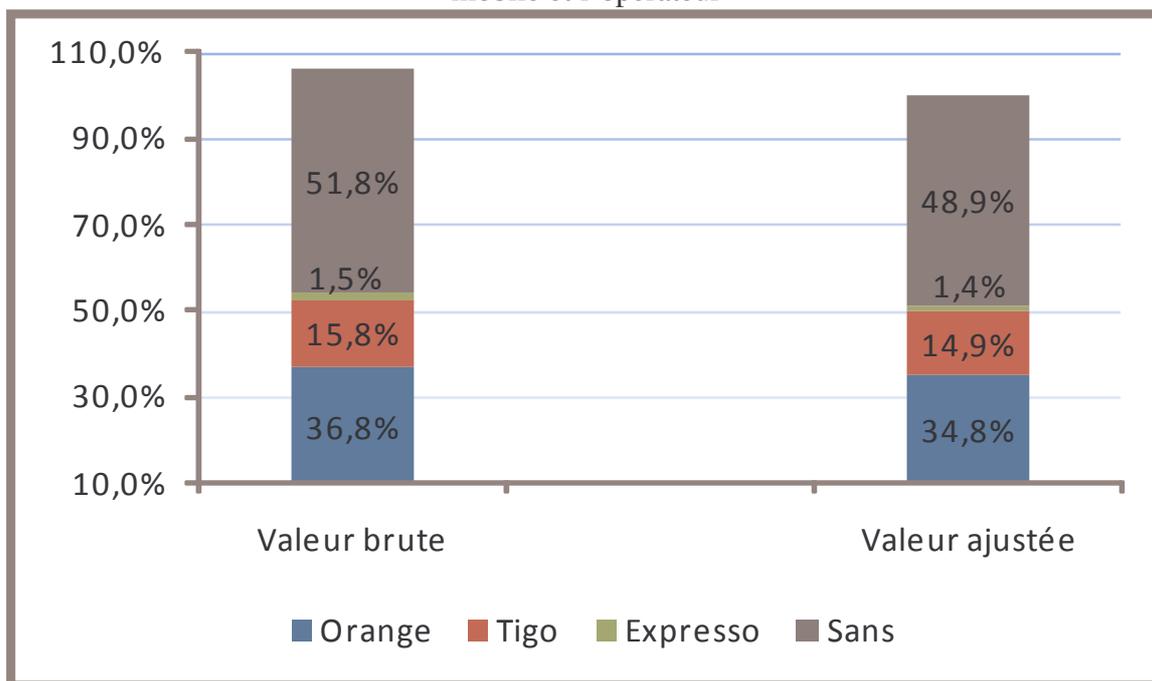
Le questionnaire de l'ENTICS permet de déterminer le poids des différents opérateurs de téléphonie et de renseigner sur la mobilité des détenteurs de lignes, sur leurs motifs, sur leurs projets et sur les conditions de changement d'opérateur.

## 1. Principaux opérateurs

Puisque qu'un individu peut disposer de plus d'une ligne de téléphone mobile, la fréquence des possesseurs de ligne est d'abord appréciée de façon globale. Ainsi, à la question « Quel est votre opérateur mobile actuel ? », le poids des opérateurs est mesurée au regard du nombre de lignes possédées sachant qu'un même individu peut être client de plusieurs opérateurs. Les résultats de l'enquête offrent un premier niveau d'appréciation de l'occupation du marché de téléphonie mobile par les opérateurs.

*La SONATEL, client historique et leader du marché*: 36,8% des personnes interrogées déclarent disposer au moins d'une ligne de téléphonie mobile chez orange (**Graphique 10, annexes**). Cette proportion s'établit à 15,8% pour Tigo et à moins de 1,5% pour Expresso. Ces valeurs représentent la combinaison des réponses d'interviewés qui indiquent qu'ils sont clients d'un opérateur donné alors qu'ils peuvent également l'être pour d'autres opérateurs. Ainsi, le nombre réel de détenteurs de ligne d'un opérateur donné est le nombre absolu d'individus qui lui sont exclusivement clients augmenté de ceux qui se disent aussi clients d'autres opérateurs. Le calcul qui en découle montre que la répartition des interviewés selon leur possession de ligne reste identique mais les poids se situent à 34,8%, 14,9% et 1,4%, respectivement pour Orange, Tigo et Expresso.

Graphique 10 : Répartition des individus de 12 ans et plus selon leur possession de ligne mobile et l'opérateur



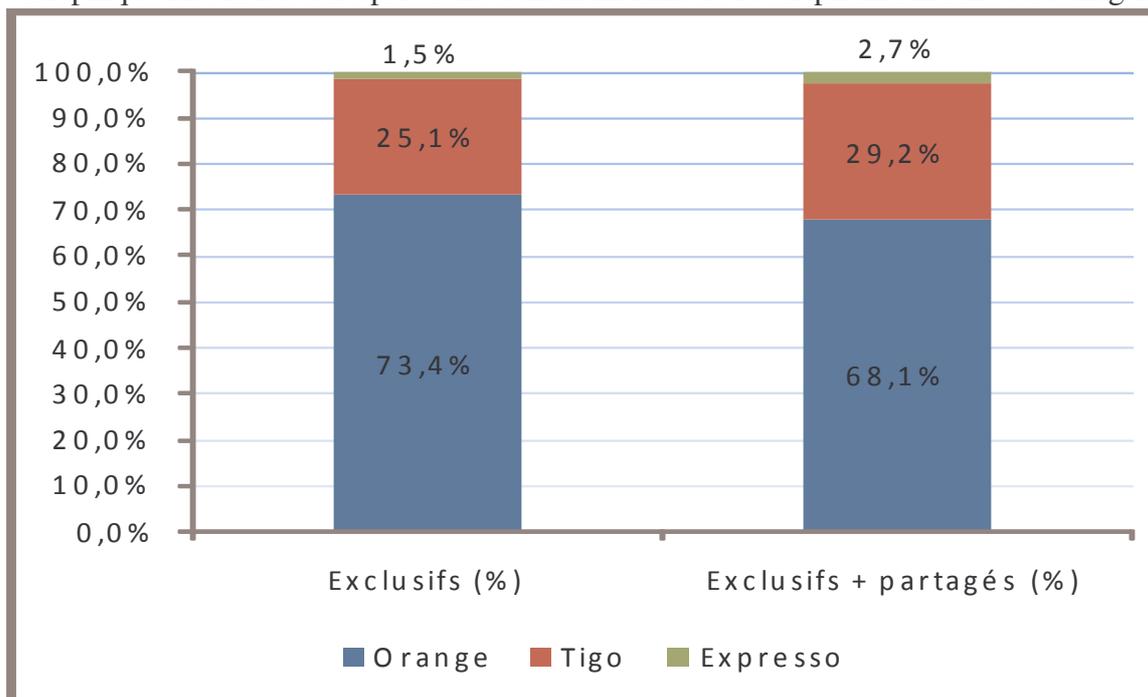
La structure de l'occupation du marché de la téléphonie mobile reste aussi identique si l'on considère les clients qui se disent exclusivement clients de la Sonatel (31,3%), de Tigo (10,7%) et d'Expresso (0,6%). Selon le nombre d'opérateurs, on note qu'il y a plus de clients qui se disent à la fois client de Tigo et orange (4,8%). Les combinaisons qui consistent à dire qu'on est client d'Orange et Expresso (0,5%) ou client de Tigo et Expresso (0,1%) restent relativement marginales.

Le rapport entre opérateurs peut aussi s'analyser au regard de la fidélité des clients à leur opérateur. En effet, on relève que seulement 15,0% des clients de l'opérateur Orange sont clients d'autres opérateurs alors que cette proportion s'établit à 32,3% pour Tigo et 55,7% pour Expresso.

Le rapport de force entre opérateurs peut aussi s'analyser au regard de la répartition des détenteurs de ligne entre les différents opérateurs. Est présentée sur le **Graphique 11** cette répartition en distinguant la situation selon l'exclusivité et celle prenant en compte les clients pluri-opérateurs.

Dans le volet de l'exclusivité, le groupe Orange se détache nettement de ses concurrents puisque plus de 7 utilisateurs sur dix (73,4%) déclarent lui être rattachés. Le groupe Tigo occupe le quart des clients (25,1%) alors qu'Expresso ne dispose que d'une part infime, soit seulement 1,5%.

Graphique 11 : Poids des opérateurs dans le marché de la téléphonie mobile au Sénégal



L'ouverture du marché semble toutefois profiter aux nouveaux opérateurs. En guise d'illustration, la prise en compte des clients pluri-opérateurs réduit la part de marché du groupe Orange de 5 points (68,1%) pendant que celle du groupe Tigo augmente de 4 points (29,2%) et celle d'Expresso de 1,2 point (2,7%).

## 2. Typologie des clients

Au regard des caractéristiques sociodémographiques et économiques de la population, on peut dégager une certaine typologie de cette clientèle. Quel que soit l'opérateur, les clients sont pour l'essentiel de sexe masculin et leur présence est surtout remarquable chez Orange (cf. **Annexe**). En effet, plus des trois quarts des hommes interrogés déclarent avoir une ligne chez orange (46,4% contre 28,8% pour les femmes) contre près de 20% pour Tigo (19,2% contre 12,6%) et seulement 1,6% pour Expresso (1,6% contre 1,3%). Notons que, pour ce dernier opérateur, la différenciation selon le genre n'est pas très significative puisqu'on relève une proportion relativement identique de client de sexe féminin (1,6% contre 1,3%).

Pour mieux ressortir la structure du marché selon les caractéristiques démographiques, il importe de tenir compte de la position réelle des opérateurs mais également du statut des clients. Selon l'une ou l'autre approche, le sexe apparaît discriminant. Les hommes se distinguent de leurs homologues femmes (cf. **Annexe**). Ils sont plus présents chez les différents opérateurs : quatre sur dix chez Orange (42,5%), près de deux sur 10 chez Tigo (18%) mais moins de 2% chez Expresso (1,5%).

L'âge distingue aussi les clients selon leur présence chez les différents opérateurs. Plus précisément, les individus du groupe d'âges 25-34 des opérateurs Sonatel

(48,8%) et Tigo (20,8%) et ceux de la classe d'âges 35-44 ans de l'opérateur Sudatel (2,8%), sont relativement plus nombreux à affirmer être clients desdits fournisseurs de services de téléphonie mobile. Cette dernière classe correspond à celle dans laquelle on retrouve le second groupe majoritaire avec des détenteurs de ligne mobile Orange (44,8%) et Tigo (18,9%). Ces résultats reflètent plus un « effet de génération » qu'un « effet d'âge ». Les personnes de 12 ans et plus qui se déclarent détentrices d'une ligne de téléphone mobile sont en majorité des clients de la SONATEL et résident en particulier à Dakar (49,6%). L'ancrage de l'opérateur historique dans le milieu urbain est manifeste car il reste relativement plus présent dans les autres villes (39,9%) que dans le milieu rural (26,4%). Il s'agit d'ailleurs d'un phénomène national puisque la même configuration s'observe d'après la structure de l'implantation géographique des opérateurs concurrents. Tigo apparaît plus présent à Dakar (20,4%) et dans les autres villes (14,5%) qu'en zone rurale (12,6%). Quant à Espresso, son implantation urbaine s'équilibre entre Dakar (2,4%) et les autres villes (2,3%) pendant qu'elle reste timide en milieu rural (0,6%).

La SONATEL constitue l'opérateur privilégié des individus interrogés et ce, quelle que soit leur catégorie socioprofessionnelle (cf. **Annexe**). Il est cité en particulier par les cadres (70,2%), les employés qualifiés (64,0%) et les employés non qualifiés (46,4%). Vient ensuite l'opérateur Tigo, cité en priorité par les employés qualifiés (25,5%), les cadres et les employés non qualifiés, dans des proportions relativement identiques (respectivement 23,6 contre 23,4%). Cet opérateur constitue également le second fournisseur des autres actifs (10,6%) et des inoccupés (11,1%).

Cette analyse effectuée selon le statut des clients fait ressortir les configurations susmentionnées (cf. **Annexe**). Dans le domaine de l'exclusivité, le groupe Orange marque sa domination. Les individus qui se déclarent mono-opérateur, qu'ils soient homme ou femme, qu'ils résident à Dakar ou ailleurs, qu'ils soient occupés ou non, quel que soit leur âge, sont en majorité des clients d'Orange. Lorsqu'ils ne sont pas exclusivement des clients d'Orange, ils ont plus recours aux services de l'opérateur Tigo. Quant à l'attrait de l'opérateur Espresso, il s'exerce très peu sur les utilisateurs de téléphone mobile. Sa part de marché ne dépasse guère 2%, quel que soit le statut d'emploi des personnes interrogées.

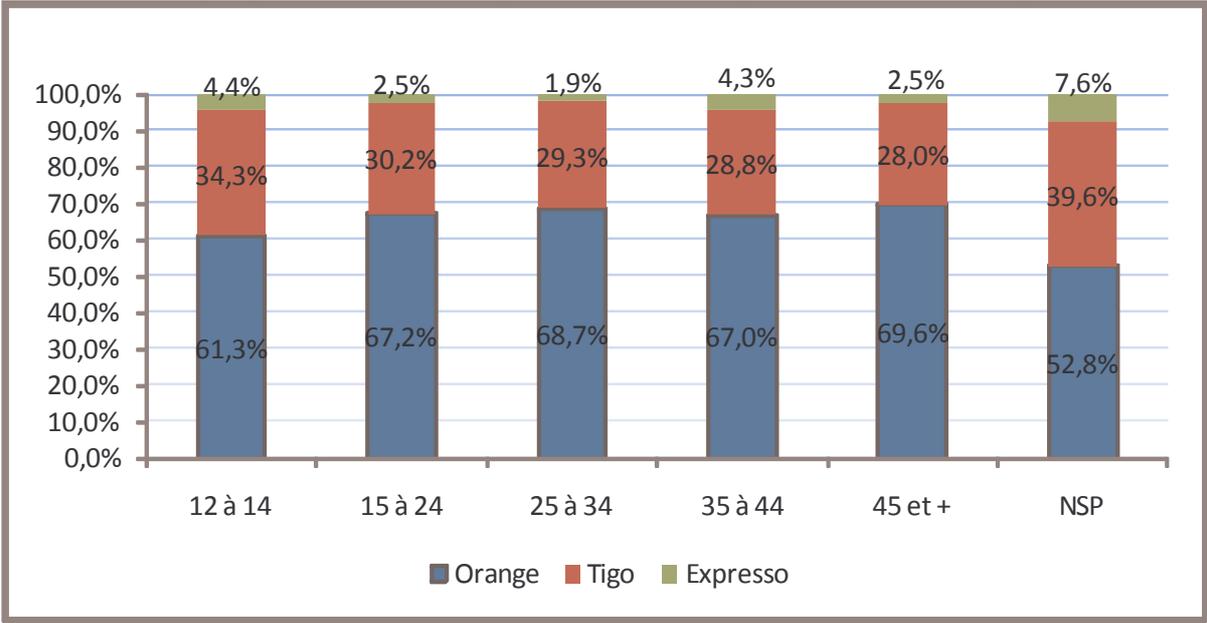
L'analyse globale de la situation des clients multi-opérateurs montre que ce phénomène est très peu répandu (cf. **Annexe**). Les personnes interrogées disposent en général d'une ligne de téléphone mobile. Seuls les cadres (25,4%), les autres employés qualifiés (16,7%) et, dans une moindre mesure, les résidents de Dakar (10,8%) et les jeunes de 25-34 ans (8%) sont plus concernés. Ils sont dans ce cas des clients Orange-Tigo.

L'étude faite selon le poids réel des opérateurs révèle qu'au moins un client sur deux a pour opérateur le groupe Orange (cf. **Annexe**). Ce constat est d'autant plus vrai qu'il se dégage des différents profils socio-économiques. Cependant, l'effet genre apparaît moins marqué puisque les différences entre les hommes (68,6%) et les femmes (67,4%) qui se déclarent être des clients de l'opérateur Orange dépassent à peine un point ; celles des opérateurs Tigo (29% contre 29,6%) et Espresso (2,4% contre 3,0%) sont pratiquement inexistantes (0,6 point).

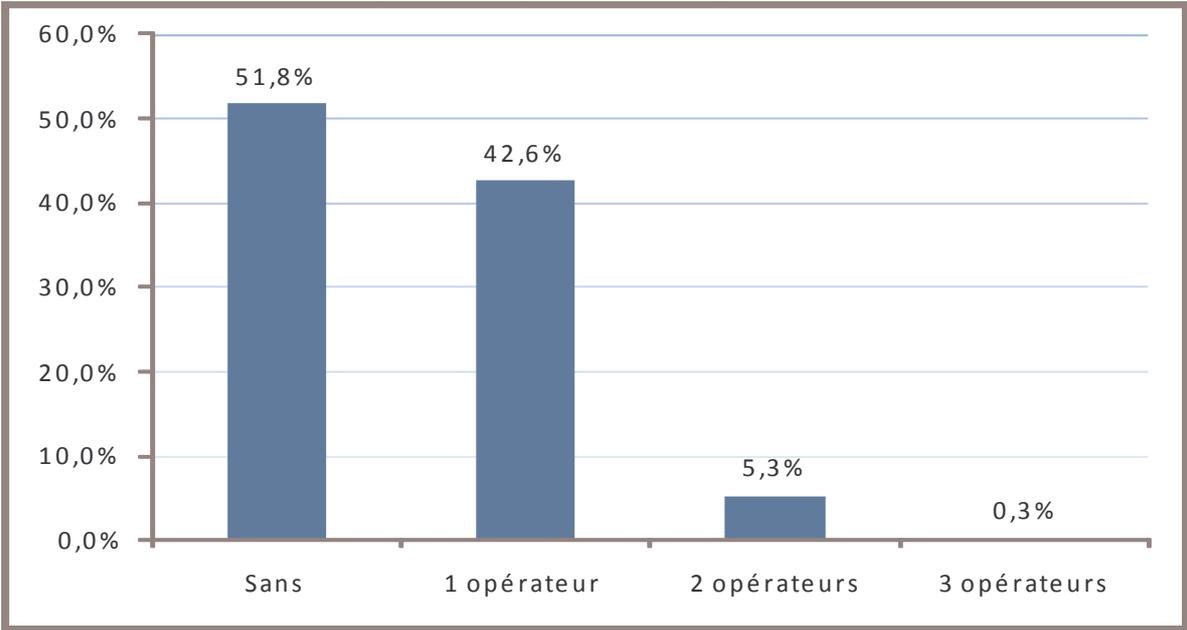
Certains rapports spécifiques changent en particulier selon la zone de résidence en ce qui concerne les clients du groupe Orange qui résident pour l'essentiel dans les autres centres urbains (70,4%) et à Dakar (68,6%) mais restent minoritaires pour la zone rurale (66,6%).

Ces rapports inversés s'observent aussi selon l'âge (**Graphique 12**) : les individus âgés de 45 ans ou plus sont plus nombreux à être clients d'Orange (69,6% contre 68,7% et 67% respectivement des groupes d'âge 25-34 et 35-44 ans).

Graphique 12 : Poids des opérateurs selon l'âge des clients au Sénégal



Graphique 13 : Répartition de la population âgée de 12 ans et plus selon le nombre de lignes de téléphonie mobile possédé (%)



Pour résumer, on peut dire qu'au Sénégal près de la moitié (48,2%) des personnes de 12 ans ou plus disposent au moins d'une ligne de téléphone mobile. Toutefois, il apparaît utile de mentionner que plus de quatre personnes sur dix (42,6%) sont détentrices d'une seule ligne de téléphone mobile (**Graphique 13**). Celles qui en disposent plus ne représentent que 5,6% des personnes interrogées.

L'analyse des profils des individus détenteurs de ligne de téléphone mobile conduit à des résultats somme toute logiques. Les jeunes hommes actifs des centres urbains ont plus accès à ces services de communication moderne. Ils sont en général des clients particuliers de l'opérateur historique, la Sonatel. Celui-ci occupe l'essentiel du marché de la téléphonie mobile au Sénégal. Puisque plus d'une personne sur deux semble ne pas bénéficier des services de téléphonie mobile, le marché reste encore ouvert dans le pays. Le niveau relativement élevé du statut de mono-opérateur semble traduire une certaine marque de fidélité des clients vis-à-vis de leur opérateur. L'analyse de leur comportement passé pourrait permettre de le confirmer.

### 3. Changements d'opérateurs

Les personnes ayant changé d'opérateur ont été interrogées durant l'enquête sur leurs motivations. Les réponses probables proposées dans le questionnaire portent sur les coûts de communications, l'offre concurrentielle, les services différentiels, la qualité de service et la qualité de la couverture du réseau. Les personnes interrogées identifient parmi ces réponses celle qui a été déterminante dans leur prise de décision. L'étude de la mobilité des consommateurs permet de saisir leur fidélité à l'égard de leur opérateur. Par ailleurs, elle est l'occasion de mesurer leur comportement consécutif à l'évolution des offres de services (élargissement de l'offre) et des stratégies concurrentielles (promotions, offres commerciales, etc.) dans le marché.

**Une faible mobilité des utilisateurs :** globalement, le taux de changement effectif déclaré par les enquêtés reste très faible. En effet, moins de 5% des utilisateurs (4,7%) déclarent avoir migré vers un autre opérateur (**tableau 49**). Ce taux de changement effectif déclaré par les enquêtés varie cependant sensiblement selon le statut du client. Si la faible migration s'observe chez les clients exclusifs Orange (3,8%) et Tigo (5,8%), tel n'est pas le cas des clients exclusifs Expresso qui sont plus de quatre sur dix (41,4%) à avoir changé d'opérateurs.

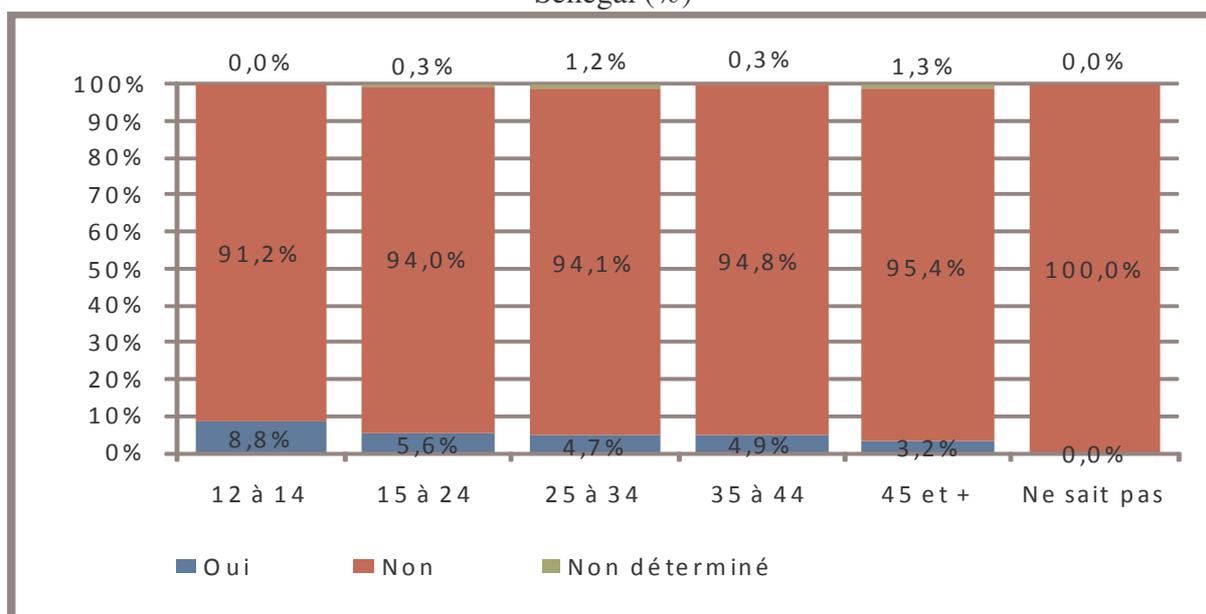
Tableau 49 : Changement d'opérateurs selon le statut actuel des clients au cours des 12 derniers mois

Statut de client	Avez-vous changé d'opérateur au cours des 12 derniers mois				
	Oui	Non	Non déterminé (ND)	Total	Effectif
Orange	3,8	95,2	1,0	100,0	2502934
Tigo	5,8	93,9	0,3	100,0	855970
Expresso	41,4	58,6	0,0	100,0	51589
Orange-Tigo-Expresso	0,0	100,0	0,0	100,0	22882
Orange-Tigo	2,2	96,6	1,2	100,0	381969
Orange-Expresso	16,0	84,0	0,0	100,0	37853
Tigo-Expresso	0,0	100,0	0,0	100,0	4118
Total	4,7	94,5	0,8	100,0	3857315

Les clients pluri-opérateurs ne sont pas logés à la même enseigne. Un quart des clients Orange-Expresso (16%) ont changé d'opérateur. Par contre, il existe des utilisateurs qui semblent plutôt privilégier l'élargissement de leur gamme de services. Ces usagers semblent être répertoriés chez les clients Orange-Tigo-Expresso et Tigo-Expresso, ceux là même qui déclarent ne pas avoir changé d'opérateur.

**Les jeunes, une population « mobile » :** pour l'essentiel, les jeunes constituent la population qui change souvent d'opérateurs (**Graphique 14, Annexe**) : 8,8% des jeunes de 12-14 ans et 5,6% de ceux de 15-24 ans ont déclaré avoir changé d'opérateur. Dans les autres groupes d'âges, cette proportion ne dépasse guère 5%. Toutefois, les différences selon le genre sont négligeables : 4,5% des hommes contre 4,9% des femmes. Il en est de même des écarts entre zones de résidence. Les utilisateurs de Dakar (4,9%) et des autres villes (4,5%) se situent dans les mêmes proportions.

Graphique 14 : Age et changement d'opérateur des utilisateurs de téléphonie mobile au Sénégal (%)



Le niveau d'éducation ne semble pas, non plus, constituer un facteur discriminant dans la migration des consommateurs. Si 5,3% des utilisateurs des niveaux d'éducation moyen et secondaire ont changé d'opérateurs au cours des 12 derniers mois, la fréquence observée chez leurs autres homologues n'en diffère pas fondamentalement. Les usagers de niveau préscolaire/primaire (5,2%) s'y rapprochent alors que ceux de niveau supérieur (4,7%) ne s'en écartent pas significativement.

La mobilité au cours des 12 derniers mois est manifeste chez les salariés, en particulier non qualifiés. Le nomadisme en téléphonie mobile concerne 6,2% de ces derniers et 5,8% des autres actifs. Ils sont suivis des salariés qualifiés (5,2%) et des

inoccupés (5,1%). Les cadres apparaissent moins mobiles dans cette population. Ils sont relativement plus attachés à leur opérateur (2,7%).

Après cette évaluation de la mobilité des usagers, renseignement a été pris auprès des clients sur la principale raison qui a été à l'origine des changements d'opérateurs.

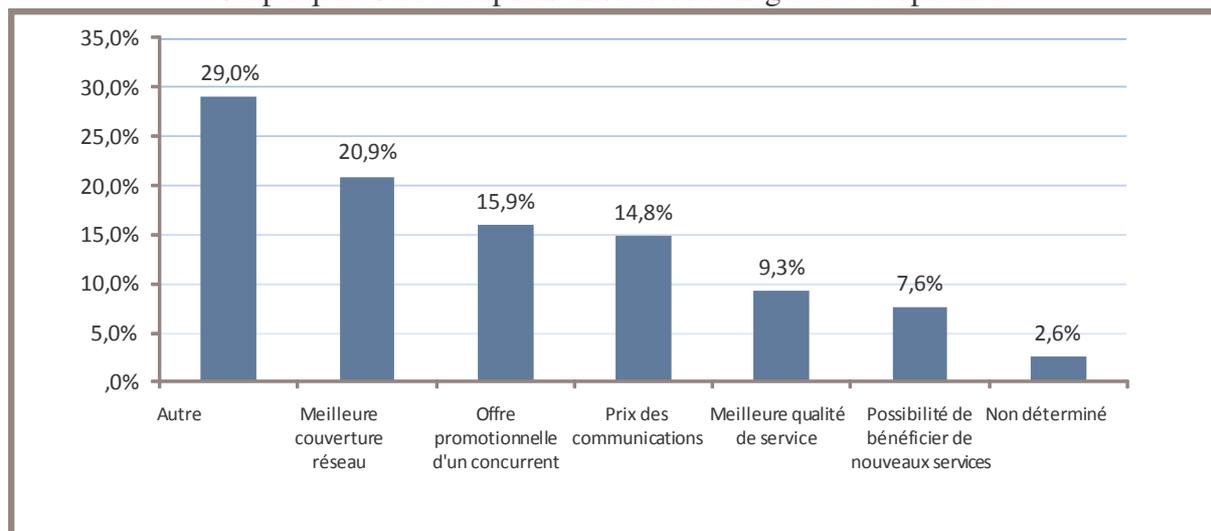
#### 4. Raisons et intention de changement d'opérateur

##### 4.1 Raisons de changement d'opérateur

**La qualité de la couverture du réseau mise en avant** : être joignable en tout lieu, en plus d'une excellente qualité d'écoute constitue un avantage concurrentiel indéniable pour les porteurs de téléphone mobile. Ainsi, les utilisateurs ayant changé d'opérateur ont justifié leur décision en priorité par la recherche d'une bonne couverture du territoire national (20,9%).

Les offres concurrentielles (15,9%) et le coût des communications (14,8%) sont cités en seconde position (**Graphique 15**). Les offres tarifaires semblent constituer un facteur non négligeable de changement d'opérateur.

Graphique 15 : Principales raisons de changement d'opérateur



La qualité de l'écoute n'est citée qu'en quatrième position (9,3%). Quant à la possibilité de bénéficier d'autres services (7,6%), elle apparaît comme la dernière raison ayant motivé le changement d'opérateur.

**Les offres tarifaires et promotionnelles à l'origine de l'élargissement de la gamme des utilisateurs** : les raisons soulevées par les personnes ayant changé d'opérateur au cours des 12 derniers sont significatives du statut des clients et de leurs attentes supposées. En effet, les clients exclusifs d'Expresso (23,7%) et de Tigo (24,6%) avancent l'offre promotionnelle d'un concurrent comme déterminante dans leur décision de changer d'opérateur (**Tableau 50**). Ceux de l'opérateur historique avancent l'étendue de la couverture géographique (31,3%). Les clients de ces derniers ont cependant tendance à s'offrir les services des opérateurs concurrents pour des raisons de coût. Ainsi, les clients Orange-Expresso (46,7%) ont changé

d'opérateur au cours de la période pour des raisons liées au bénéfice de nouveaux services. En parallèle, les clients Orange-Tigo considèrent en plus des offres tarifaires avantageuses (31,4%) de la concurrence, les offres promotionnelles (26,5%) comme étant à l'origine de leur migration récente.

Tableau 50 : Principales raisons de changement selon le statut des clients ayant changé d'opérateur au cours des 12 derniers mois

Raisons	Statut du client					Total
	Orange	Tigo	Expresso	Orange-Tigo	Orange-Expresso	
Prix des communications	12,1	23,8	3,1	31,4	0,0	14,8
Offre promotionnelle d'un concurrent	9,6	24,6	23,7	26,5	0,0	15,9
Possibilité de bénéficier de nouveaux services	4,3	7,0	15,6	,0	46,7	7,6
Meilleure qualité de service	12,4	5,3	8,2	7,3	0,0	9,3
Meilleure couverture réseau	31,3	12,7	7,8	0,0	0,0	20,9
Autre	27,0	25,1	41,6	25,9	53,3	29,0
Non déterminé	3,3	1,5	0,0	8,8	0,0	2,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Effectif	95121	50030	21345	8460	6067	181019

Pour la qualité de la couverture du réseau, la SONATEL est particulièrement citée. Par contre, les utilisateurs semblent privilégier le groupe TIGO lorsqu'ils cherchent à dépenser moins. Quant au groupe Expresso, il attire sa clientèle du fait de son dynamisme dans la conduite de campagnes promotionnelles.

**Des justifications contrastées selon le profil sociodémographique :** les raisons du changement d'opérateur sont diversement appréciées selon le profil des opérateurs (cf. **Annexe**). Il existe différentes raisons dont la plus dominante est la qualité de la couverture du réseau. Ces justifications sont plus avancées par les hommes (24,3%) et les femmes (16,9%), en particulier les groupes d'âges 15-24 ans (20,8%), 25-34 ans (20,5%) et 35-44 ans (29,3%). Il s'agit également des résidents du milieu rural (37,5%) qui considèrent la qualité du réseau comme facteur principal de leur mobilité. Ceux qui plébiscitent la qualité de la couverture sont surtout des cadres : un cadre sur deux l'affirme (51,3%).

Par contre les préoccupations divergent pour les résidents des centres urbains. Les personnes ayant changé d'opérateur et résidant à Dakar (20,4%) et dans les autres villes (24,10%) semblent plutôt être intéressées par une offre concurrentielle. Le même constat se dégage des salariés non qualifiés (31,3%) mais aussi, des utilisateurs de niveau d'instruction supérieur (32,1%). Les inoccupés ne sont pas en reste puisqu'ils justifient généralement leur départ par des offres promotionnelles (16,6%).

La raison relative aux coûts des communications, probablement pas des moindres, préoccupe aussi les inoccupés. Ils sont plus d'un sur dix à avoir migré vers un autre opérateur pour ces motifs (13,5%). La préoccupation de ces derniers est également celle des jeunes puisque pas moins de 2 individus sur 10 des niveaux d'instruction

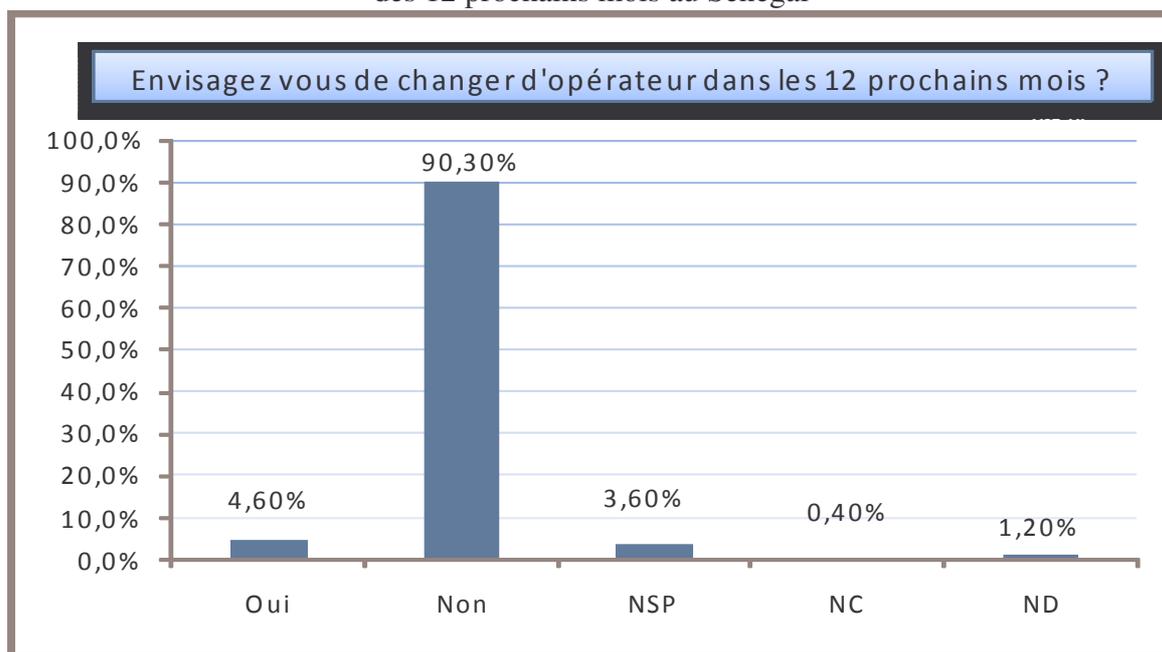
préscolaire/primaire (22,1%) et secondaire (20,9%) justifient leur changement par des raisons tarifaires.

La recherche d'un réseau de qualité est déterminante dans la décision des utilisateurs à changer d'opérateur de téléphonie mobile. Cette démarche cadre également avec la quête d'offres tarifaires plus avantageuses bien que généralement temporaires (promotions). Même si le phénomène reste relativement timide, les consommateurs changent d'opérateur. Ce résultat, probablement lié à l'ouverture récente du marché, appelle à une meilleure connaissance des comportements futurs des clients. C'est l'objet de la mesure des intentions de changement d'opérateur au cours des douze prochains mois.

#### 4.2 Intentions de changement d'opérateur

**Une faible proportion de clients envisage de changer d'opérateur** : mesurer l'intention de changer d'opérateur constitue un moyen d'appréhender la mobilité future des utilisateurs de téléphonie mobile. Ce projet apparaît très limité eu égard à la part très faible de ceux qui l'envisagent. Seuls 4,6% des usagers projettent de changer d'opérateur au cours des 12 mois prochains (**Graphique 16**).

Graphique 16 : Intentions de changer d'opérateur des clients de téléphonie mobile au cours des 12 prochains mois au Sénégal

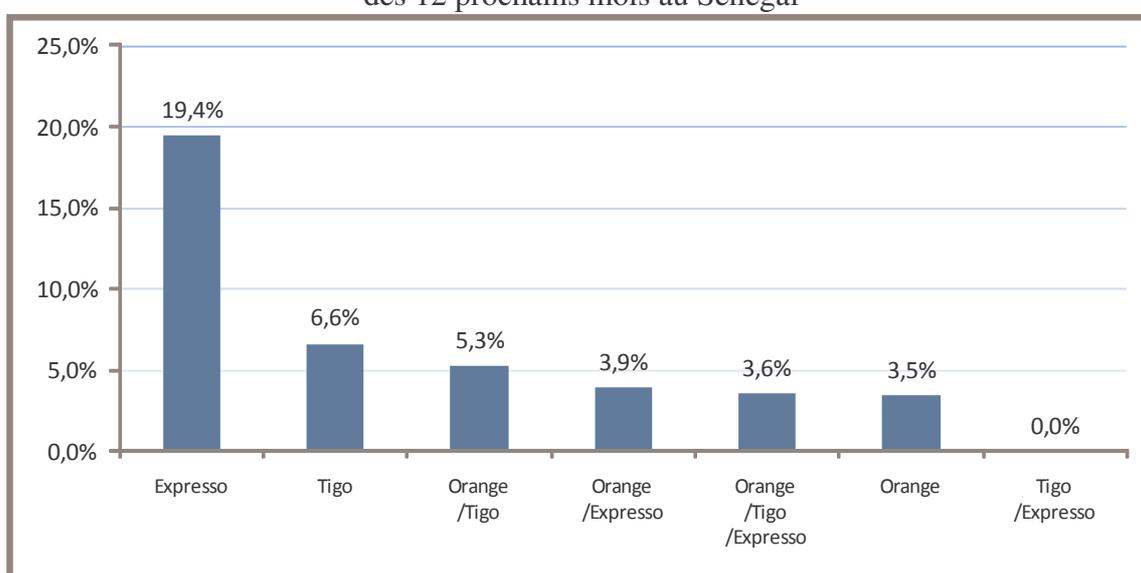


L'écart pratiquement nul entre l'intention de changer (4,6%) et le changement effectif analysé précédemment (4,7%) témoigne d'une certaine constance dans le comportement des consommateurs de téléphonie mobile. Ce résultat traduirait-il une certaine marque de confiance vis-à-vis des opérateurs ou tout simplement une forme de satisfaction des services recherchés et obtenus ? L'analyse des données d'intentions de changement selon le statut du client permet d'avoir une lecture plus précise de la situation.

## La combinaison d'opérateurs, facteur réducteur de la mobilité future ?

Les intentions de changement apparaissent relativement élevées chez les usagers exclusifs d'Expresso (**Graphiques 17**). Près de 2 utilisateurs sur 10 (19,4%) déclarent avoir l'intention de changer d'opérateur au cours des 12 prochains mois. Leurs analogues chez Orange et Tigo sont moins de 1 sur 10 à exprimer ce besoin. Toutefois, ce projet semble plus affirmé chez les clients Tigo qui sont 6,6% à l'envisager contre 3,5% des clients d'Orange. L'optique de changer d'opérateur se situe à ce niveau chez les clients Orange-Tigo-Expresso (3,6%) et Orange-Expresso (3,9%). Mais les usagers Orange-Tigo s'écartent de près de deux points de cette mouvance. Ils sont 5,3% à vouloir changer d'opérateur.

Graphique 17 : Statut du client et intentions de changement d'opérateur au cours des 12 prochains mois au Sénégal



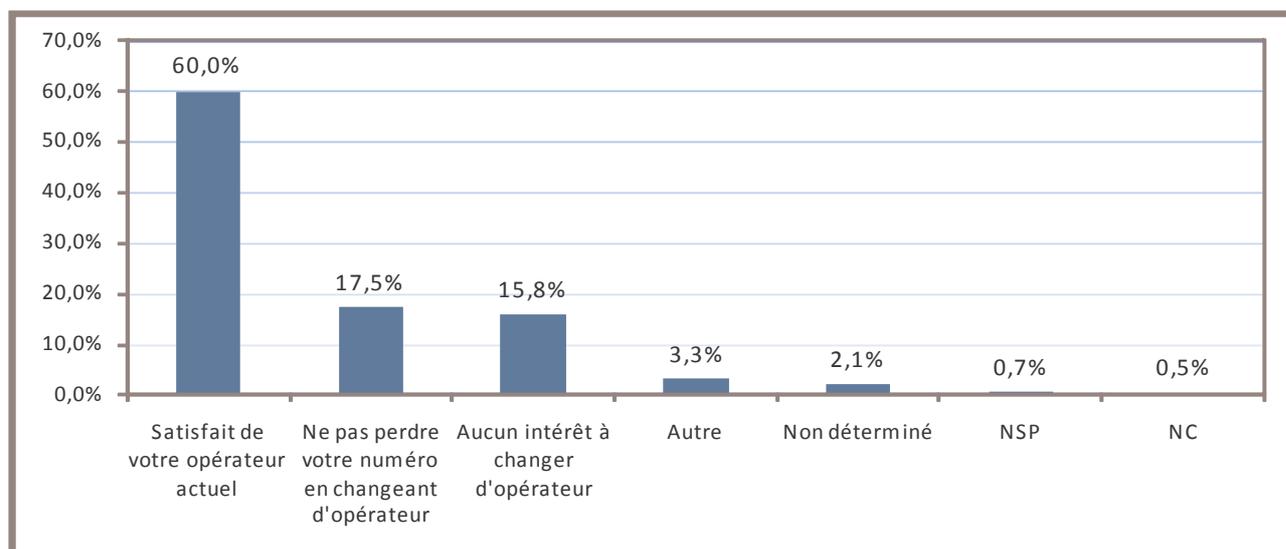
La propension à envisager le changement d'opérateur au cours des 12 prochains mois apparaît, pour l'essentiel, plus importante chez les clients exclusifs (Tigo et Expresso en particulier). Ce résultat semble indiquer que la multiplication des opérateurs chez un même client constitue un frein au changement d'opérateur. La connaissance des raisons de non changement d'opérateur pourrait apporter d'autres éclairages.

**Les raisons de non changement d'opérateur :** le **Graphique 18** montre que la principale explication de l'absence de changement d'opérateur est la satisfaction procurée par les services offerts par le(s) opérateur(s) actuel(s). Six consommateurs de téléphonie mobile sur 10 (60%) le déclarent. Le désir de conserver le numéro constitue la justification donnée par près de deux utilisateurs sur dix (17,5%). Un nombre sensiblement équivalent d'utilisateurs (15,8%) affirme ne trouver aucun intérêt à migrer vers un autre opérateur.

La satisfaction de l'utilisateur de son opérateur actuel apparaît certes prépondérante mais il importe de rapprocher les réponses au statut actuel de l'utilisateur. En effet,

la plupart des usagers ont plusieurs opérateurs et leurs réponses pourraient traduire le bénéfice tiré d'une combinaison de services dont ils profitent actuellement.

Graphique 18 : Raisons du non changement de l'opérateur actuel au Sénégal



Les nouveaux clients semblent assez satisfaits de leur opérateur (**Tableau 51**). A statut équivalent, la déclaration de satisfaction de l'opérateur concerne plus les clients d'Expresso (70,9%) et de Tigo (64,3%) que ceux de SONATEL (59,4%). Toutefois, il faut souligner le degré de satisfaction de la clientèle exclusive qui s'établit à un niveau assez important. Plus d'un utilisateur de cette catégorie sur deux est satisfait de son opérateur. Des clients pluri-opérateurs c'est du groupe Tigo-Expresso que se dégage la plus grande satisfaction. Ils sont plus de huit sur dix à déclarer (81,6%) satisfaits de leur(s) opérateur(s), raison pour laquelle ils n'envisagent pas d'en changer. Le désir de conserver le numéro actuel constitue un facteur non négligeable de non mobilité des clients exclusifs Orange (18,6%), de ceux multi-opérateurs Tigo-Expresso (18,4%) et Orange-Tigo (17,9%) et, dans une moindre mesure, Orange-Expresso (13,7%).

Près d'un client sur deux de ceux qui profitent des services combinés des trois principaux opérateurs ne trouvent aucun intérêt à changer d'opérateur (49,4%). Tout porte ainsi à croire que les utilisateurs de téléphone mobile sont satisfaits de leur (s) opérateur (s). Mais il faut y ajouter que le statut de consommateur multi-opérateur occulte une partie de la volonté de changement. En particulier, il est difficile de saisir dans ces déclarations les avantages intrinsèques tirés de chaque opérateur. Des intentions de changements conditionnels, en particulier celle relative à la portabilité du numéro, pourraient ressortir les véritables volontés des utilisateurs. En effet, partir avec son numéro actuel et migrer au sens strict pourrait témoigner de la gamme d'avantages complets des opérateurs.

Tableau 51 : Raisons de non changement de l'opérateur actuel de téléphonie mobile

Raisons pour rester avec opérateur actuel	Catégorie de clients							Total
	Orange	Tigo	Expresso	Orange-Tigo-Expresso	Orange-Tigo	Orange-Expresso	Tigo-Expresso	
Satisfait de votre opérateur actuel	59,4	64,3	70,9	37,9	53,7	65,4	81,6	60
Ne pas perdre votre numéro en changeant d'opérateur	18,6	15,3	0	5,8	17,9	13,7	18,4	17,5
Aucun intérêt à changer d'opérateur	14,8	15,3	10,8	49,4	22,5	18,7	0	15,8
Autre	3,9	1,9	11	0	2,6	2,2	0	3,3
Ne sait pas (NSP)	0,6	1,1	5,6	0	0,2	0	0	0,7
Non concerné (NC)	0,4	0,8	0	3,9	0,2	0	0	0,5
Non déterminé (ND)	2,3	1,4	1,8	2,9	2,7	0	0	2,1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Effectif	2502934	855970	51589	22882	381969	37853	4118	3857315

#### 4.3 Changements conditionnels d'opérateurs

Le maintien du numéro, une condition non suffisante pour changer d'opérateur : la principale explication fournie par les personnes interrogées pour expliquer les raisons qui les ont conduites à ne pas changer d'opérateur est leur satisfaction vis-à-vis des services offerts par leur opérateur actuel. L'enquête a toutefois cherché à saisir la propension des utilisateurs à changer d'opérateur selon certaines conditions (**Graphique 19**). En particulier, la perte du numéro de téléphone peut être assimilée à un facteur majeur de non changement d'opérateur.

Les résultats montrent que moins de sept pour cent (6,7%) des utilisateurs de téléphone mobile mentionnent que la possibilité de conserver le numéro de téléphone actuel les conduirait à changer d'opérateur. Les avis peuvent différer selon le statut de l'opérateur.

Graphique 19 : Conservation du numéro et intention de changement d'opérateur des utilisateurs n'ayant pas migré au cours des 12 derniers mois

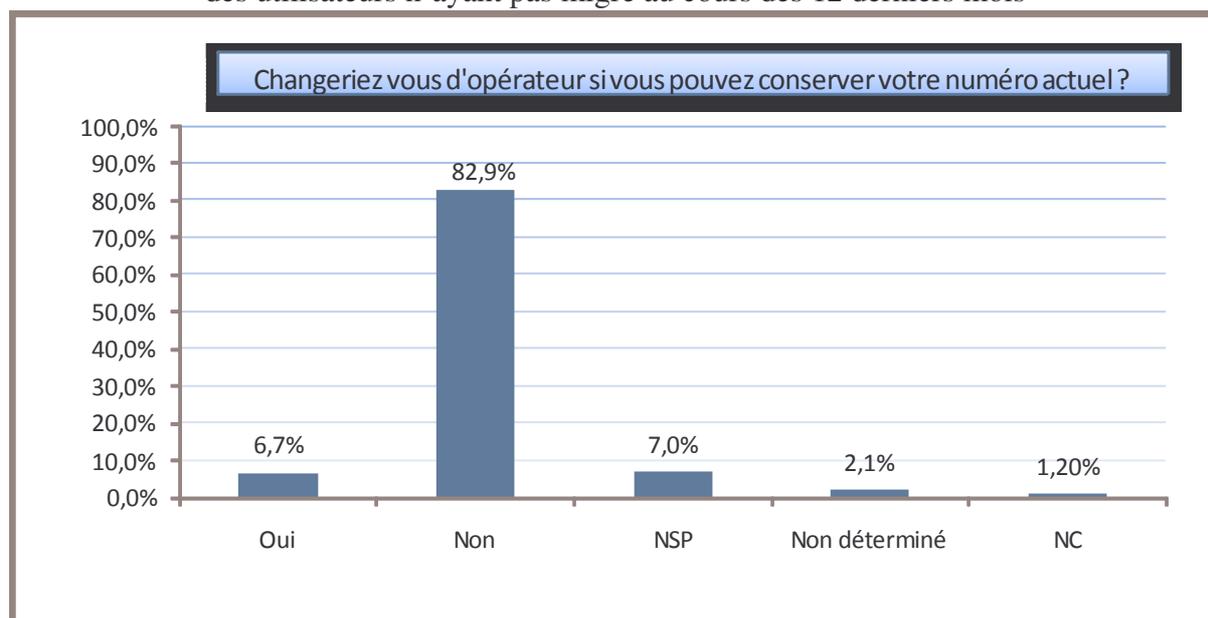


Tableau 52 : Propension à changer d'opérateur en conservant son numéro actuel des clients n'ayant pas changé d'opérateur selon le statut

Clients	Changeriez-vous d'opérateur si vous pouvez conserver votre n° de téléphone actuel ?					Total	Effectif
	Oui	Non	NSP	NC	Non déterminé		
Orange	6,4	83,3	6,8	1,3	2,2	100,0	2415855
Tigo	6,6	81,7	9,1	1,1	1,5	100,0	799094
Expresso	1,6	80,7	12,7	3,2	1,8	100,0	41572
Orange-Tigo-Expresso	3,0	76,7	10,1	7,3	2,9	100,0	22065
Orange-Tigo	10,2	82,8	4,1	0,6	2,3	100,0	361866
Orange-Expresso	6,3	93,7	0,0	0,0	0,0	100,0	36357
Tigo-Expresso	16,2	83,8	0,0	0,0	0,0	100,0	4118
<b>Total</b>	<b>6,7</b>	<b>82,9</b>	<b>7,0</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>	<b>3680927</b>

Le désir de changement conditionnel déclaré par les enquêtés ne distingue pas fondamentalement les différentes catégories de clients : seuls 16,2% des clients Tigo-Expresso indiquent indispensable la conservation du numéro actuel pour changer d'opérateur (**tableau 52**). Cette déclaration concerne un client sur dix de la catégorie de client Orange-Tigo (10,2%). A l'exception de ces deux groupes, la conservation du numéro de téléphone est d'une importance secondaire dans la mobilité des clients.

Les jeunes adultes de sexe masculin résidant en ville et cadres sont plus disposés à changer d'opérateur à condition de conserver leur numéro de téléphone actuel : des spécificités existent dans la propension, relativement faible (6,7%), des utilisateurs à changer d'opérateur avec la possibilité de conserver leur numéro actuel (cf. **Annexe**). Si les hommes (7,1%) se distinguent timidement des femmes (6,3%), l'analyse selon l'âge et la zone de résidence montrent que près d'un usager sur dix

migrerait s'il peut conserver son numéro. Sont plus concernés les clients du groupe d'âges 35-44 ans (8,7%) et les habitants des autres villes du pays (8,5%), comparativement à leurs autres homologues. Cette différence d'intention est plus affirmée d'après l'analyse faite selon le niveau d'étude. Plus le niveau d'instruction est élevé, plus l'intention de changer d'opérateur se manifeste. Ce sont les clients des niveaux d'instructions secondaire (10,1%) et supérieur (14,3%) qui seraient plus disposés à migrer avec la possibilité de maintenir inchangé leur numéro actuel. Ces résultats apparaissent logiques en ce sens que les travailleurs cadres ou qualifiés s'inscrivent plutôt dans cette nécessité. Près d'un cadre sur cinq (18%) et un employé qualifié sur dix (8,2%) seraient tentés de changer d'opérateurs dans ces conditions.

Notons que ce sont les inoccupés (5,4%) qui envisagent le moins de changer d'opérateur avec la possibilité de conserver leur numéro de téléphone actuel.

Globalement, l'analyse du marché de la téléphonie mobile au Sénégal montre que l'opérateur historique dispose de près de sept dixième des clients. Le groupe Tigo occupe la seconde place avec un quart de part de marché (25,1%). L'opérateur nouvellement arrivé, Espresso, n'occupe qu'une part marginale des clients (1,5%). Relevons que la clientèle de ces derniers est essentiellement composée d'utilisateurs multi-opérateurs, qui ne leurs sont donc pas spécifiquement propres.

Au cours des 12 derniers mois précédant l'enquête, seuls 4,7% des utilisateurs de mobile au Sénégal ont déclaré avoir changé d'opérateur. Les clients changent d'opérateur essentiellement pour disposer d'un réseau de meilleure qualité et, dans certains cas, profiter des offres tarifaires et promotionnelles des concurrents. Les intentions futures de changement d'opérateur sont tout aussi faibles (4,6%) et concernent en particulier les clients exclusifs. C'est dire combien la diversité de lignes téléphoniques de l'utilisateur est un frein à la mobilité.

Cette mobilité, relativement faible, pourrait être liée à la fréquence des clients pluri-opérateurs. Ces clients déclarent en majorité avoir récemment changé d'opérateur. Peut-on toutefois dire que cette faible mobilité des détenteurs de ligne mobile traduit une satisfaction des utilisateurs sénégalais de leur opérateur ? On ne peut être catégorique même si six clients sur dix n'ayant pas changé d'opérateur l'affirment. Ceux qui le déclarent sont aussi bien des clients exclusifs que clients pluri-opérateurs. La portabilité du numéro, encore non effective au Sénégal, pourrait-elle être le véritable facteur de différenciation des fournisseurs de téléphonie mobile ? Difficile à dire, puisque garder son numéro actuel et changer d'opérateur n'épouse pas véritablement l'engouement des usagers. La propension à changer d'opérateur en gardant son numéro de téléphone est apparue faible puisque la tentation n'existe que chez 6% des personnes interrogées. Ce projet aurait plus tendance à intéresser les clients Orange-Tigo et Orange-Expresso.

## CONCLUSION

Le présent rapport a traité des caractéristiques de la population et des ménages, des équipements et de l'accès aux technologies de l'information et de la communication, ainsi que des principaux usages que les sénégalais en font. Il a également tenté de cerner les points de vue des utilisateurs et leurs dépenses dans ce domaine. Outre ces questions, le rapport a abordé celle du niveau de pénétration du commerce électronique ainsi que les critères mis en avant par les usagers pour le choix de leurs opérateurs.

De l'analyse des résultats, il ressort que des disparités fortes, tant au plan spatial (Dakar, autres villes, milieu rural) qu'au plan socioéconomique (sexe, âge, niveau d'instruction, revenu, catégorie socioprofessionnelle). Dakar reste privilégiée en termes d'accès et d'utilisation de ces services comparée aux autres localités du pays. De même, les ménages les plus riches sont plus orientés vers les TIC que les plus démunis.

Si on en juge par les services les plus accessibles, à savoir, le téléphone fixe et le téléphone mobile, il apparaît que le taux d'accès au téléphone fixe est plus que 2 fois plus élevé à Dakar que dans le reste du pays. La distribution des lignes de téléphone fixes selon le quintile de revenu montre aussi de très fortes disparités. Dans les 20% des ménages les moins riches, 100 ménages se partagent six (6) lignes de téléphone tandis que parmi les 20% les plus riches 100 ménages possèdent 38 lignes, soit un rapport inter quintile de plus de six.

Pour ce qui concerne le téléphone mobile, le taux d'utilisation à Dakar est de loin plus élevé que celui des autres zones de résidence. Près de sept dakarois sur dix utilisent le portable pour recevoir et émettre des appels téléphoniques tandis qu'un peu plus de la moitié des citoyens des autres centres urbains (52%) font usage des mêmes services.

Enfin, il est important de noter que la base de données issue de cette enquête contient une masse d'informations très détaillées sur les TIC, permettant des analyses plus approfondies de ce secteur en expansion. Des analyses thématiques pourront ainsi compléter ce rapport de synthèse plutôt descriptif et aider au renforcement de notre connaissance des technologies de l'information et de la communication au Sénégal. Ces rapports devront mettre plus en exergue la spécificité de chaque type de service afin d'aider à mieux comprendre le secteur des TIC, à anticiper sur les changements nécessaires et plus généralement, à définir des politiques de nature à promouvoir davantage ce secteur et à faciliter le dialogue entre acteurs.

---

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

---

**CHENEAU-LOQUAY** Annie, 2001. Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique. Revue *NETCOM*, Vol 15, N° 1-2, sept- 2001, 11p.

---

## LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 : REPARTITION DE L'ÉCHANTILLON PAR STRATE ET CERTAINS ELEMENTS DE LA COLLECTE .....	14
TABLEAU 2 : NIVEAU D'ÉDUCATION DE LA POPULATION AGÉE DE 12 ANS ET PLUS SELON LE SEXE .....	18
TABLEAU 3 : OCCUPATION DES INDIVIDUS AGÉS DE 12 ANS ET PLUS SELON LE SEXE .....	19
TABLEAU 4 : QUELQUES CARACTERISTIQUES DES MENAGES AU SENEGAL .....	19
TABLEAU 5 : STRUCTURE DES MENAGES SELON LA ZONE DE RESIDENCE.....	20
TABLEAU 6 : NIVEAU D'ÉDUCATION DES CHEFS DE MENAGES SELON LE SEXE.....	21
TABLEAU 7 : OCCUPATION DU CHEF DE MENAGE SELON LE SEXE ET LA ZONE DE RESIDENCE (EN %).....	21
TABLEAU 8 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE FIXE SELON LA ZONE DE RESIDENCE.....	22
TABLEAU 9 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE FIXE SELON LE SEXE DU CHEF DE MENAGE.....	23
TABLEAU 10 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE FIXE SELON L'ÂGE DU CHEF DE MENAGE .....	24
TABLEAU 11 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE FIXE SELON LA CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE.....	25
TABLEAU 12 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE MOBILE SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	25
TABLEAU 13 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE MOBILE SELON LE SEXE ET NIVEAU DE VIE.....	26
TABLEAU 14 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE MOBILE SELON L'ÂGE DU CHEF DE MENAGE.....	26
TABLEAU 15 : POSSESSION DE LIGNE DE TELEPHONE MOBILE SELON LA CATEGORIE.....	27
TABLEAU 16 : NOMBRE D'ORDINATEURS DISPONIBLES DANS LE MENAGE SELON LE MODE D'ACQUISITION .....	29
TABLEAU 17 : NOMBRE D'ORDINATEURS POSSEDES SELON LE MODE D'ACQUISITION ET CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE ....	34
TABLEAU 18 : PROJET D'AMÉLIORATION DE L'ORDINATEUR DES MENAGES SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	40
TABLEAU 19 : PROJET D'AMÉLIORATION DE L'ORDINATEUR SELON L'OCCUPATION DU CHEF DE MENAGE .....	40
TABLEAU 20 : PROJET DE CHANGEMENT D'ORDINATEUR SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	41
TABLEAU 21 : PROJET DE CHANGEMENT D'ORDINATEUR SELON L'OCCUPATION DU CHEF DE MENAGE .....	42
TABLEAU 22 : NOMBRE DE MENAGES DISPOSANT D'UNE CONNEXION INTERNET A DOMICILE SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE .....	43
TABLEAU 23 : PROJET DE CONNEXION DANS LES 12 PROCHAINS MOIS SELON LA ZONE DE RESIDENCE DU CHEF DE MENAGE .....	46
TABLEAU 24 : PROJET DE CONNEXION DANS LES 12 PROCHAINS MOIS SELON LA CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE .....	46
TABLEAU 25 : DISTANCE ENTRE LE POINT D'ACCES PUBLIC A INTERNET LE PLUS PROCHE .....	47
TABLEAU 26 : DISTANCE ENTRE LE POINT D'ACCES PUBLIC A INTERNET LE PLUS PROCHE SELON LA CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE .....	48
TABLEAU 27: NOMBRE ET PROPORTION DE PERSONNES (12 ANS ET PLUS) QUI UTILISENT INTERNET EN DEHORS DE LEUR DOMICILE SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE.....	50
TABLEAU 28: CONNEXION INTERNET HORS DOMICILE SELON LE LIEU ET LE DEBIT .....	53
TABLEAU 29 : PRINCIPALES RAISONS DE NON CONNEXION A INTERNET A DOMICILE SELON LA ZONE.....	55
TABLEAU 30 : PRINCIPALES RAISONS DE NON CONNEXION A INTERNET A DOMICILE SELON.....	56
TABLEAU 31 : FOURNISSEURS D'ACCES INTERNET SELON LA ZONE DE RESIDENCE.....	57
TABLEAU 32 : MOYEN DE CONNEXION A INTERNET SELON LA ZONE DE RESIDENCE.....	57
TABLEAU 33 : MOYEN CONNEXION A INTERNET SELON LA CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE .....	58
TABLEAU 34 : LES PRINCIPAUX MODES DE CONNEXION A DOMICILE SELON LA ZONE DE RESIDENCE.....	59
TABLEAU 35 : LES PRINCIPAUX MODES DE CONNEXION A DOMICILE SELON LE STATUT D'EMPLOI .....	60
TABLEAU 36 : PROPORTION D'INDIVIDUS DE 12 ANS ET PLUS AYANT RECOURS AUX TELECENTRES/CYBERCAFES .....	64
TABLEAU 37 : PROPORTION DE PERSONNES SE SERVANT DU TELEPHONE FIXE SELON LE TYPE D'USAGE .....	67
TABLEAU 38 : TAUX D'UTILISATION DU TELEPHONE MOBILE CHEZ LES 12 ANS ET PLUS SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES.....	69
TABLEAU 39 : PROPORTION DE PERSONNES SE SERVANT DU TELEPHONE MOBILE SELON LE TYPE D'USAGE .....	72
TABLEAU 40 : FREQUENCE D'UTILISATION D'ORDINATEUR EN DEHORS DU DOMICILE .....	74
TABLEAU 41 : FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET .....	76
TABLEAU 42 : REPARTITION DES USAGERS D'INTERNET SELON LE LIEU DE CONNEXION .....	77
TABLEAU 43 : DEPENSES DE TELEPHONE FIXE A DOMICILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS .....	82
TABLEAU 44 : DEPENSES DE TELEPHONE FIXE A DOMICILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE .....	86
TABLEAU 45 : DEPENSES MENSUELLES DE TELEPHONE FIXE HORS DOMICILE SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE .....	90
TABLEAU 46 : DEPENSES INDIVIDUELLES MENSUELLES DE TELEPHONE MOBILE SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE .....	92
TABLEAU 47 : DEPENSES INDIVIDUELLES MENSUELLES DE SERVICES INTERNET SELON CERTAINES CARACTERISTIQUES DU MENAGE .....	95

TABLEAU 48 : INTERET POUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE SELON LES CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES DE LA POPULATION	
AGEE DE 12 ANS ET PLUS .....	99
TABLEAU 49 : CHANGEMENT D'OPERATEURS SELON LE STATUT ACTUEL DES CLIENTS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS.....	107
TABLEAU 50 : PRINCIPALES RAISONS DE CHANGEMENT SELON LE STATUT DES CLIENTS AYANT CHANGE.....	110
TABLEAU 51 : RAISONS DE NON CHANGEMENT DE L'OPERATEUR ACTUEL DE TELEPHONIE MOBILE.....	114
TABLEAU 52 : PROPENSION A CHANGER D'OPERATEUR EN CONSERVANT SON NUMERO ACTUEL .....	115

## LISTE DES GRAPHIQUES

---

GRAPHIQUE 1 : PYRAMIDE DES AGES DE LA POPULATION SENEGALAISE, 2009.....	17
GRAPHIQUE 2 : RAISONS D'ABSENCE D'ORDINATEURS SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	38
GRAPHIQUE 3 : RAISONS D'ABSENCE D'ORDINATEURS SELON L'AGE DES CHEFS DE MENAGES.....	39
GRAPHIQUE 4 : PROJET D'ACQUISITION D'ORDINATEUR DES MENAGES SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	41
GRAPHIQUE 5 : EVOLUTION DU TAUX DE FREQUENTATION DES TELECENTRES SELON LE GROUPE D'AGE.....	64
GRAPHIQUE 6 : EVOLUTION SELON LE GROUPE D'AGES DU TAUX D'UTILISATION DES TELEPHONES MOBILES .....	69
GRAPHIQUE 7 : PERCEPTIONS DES UTILISATIONS D'INTERNET PAR LES INTERNAUTES .....	78
GRAPHIQUE 8 : PERCEPTIONS DES LIMITES DE L'ACCES ET DU CONTENU D'INTERNET .....	79
GRAPHIQUE 9 : PERCEPTIONS DE L'ACCES ET DES INCONVENIENTS RELATIFS AU TELEPHONE MOBILE .....	80
GRAPHIQUE 10 : REPARTITION DES INDIVIDUS DE 12 ANS ET PLUS SELON LEUR POSSESSION DE LIGNE MOBILE ET L'OPERATEUR .....	103
GRAPHIQUE 11 : POIDS DES OPERATEURS DANS LE MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE AU SENEGAL.....	104
GRAPHIQUE 12 : POIDS DES OPERATEURS SELON L'AGE DES CLIENTS AU SENEGAL .....	106
GRAPHIQUE 13 : REPARTITION DE LA POPULATION AGEÉ DE 12 ANS ET PLUS SELON LE NOMBRE .....	106
GRAPHIQUE 14 : AGE ET CHANGEMENT D'OPERATEUR DES UTILISATEURS DE TELEPHONIE MOBILE AU SENEGAL (%) .....	108
GRAPHIQUE 15 : PRINCIPALES RAISONS DE CHANGEMENT D'OPERATEUR .....	109
GRAPHIQUE 16 : INTENTIONS DE CHANGER D'OPERATEUR DES CLIENTS DE TELEPHONIE MOBILE AU COURS .....	111
GRAPHIQUE 17 : STATUT DU CLIENT ET INTENSIONS DE CHANGEMENT D'OPERATEUR AU COURS .....	112
GRAPHIQUE 18 : RAISONS DU NON CHANGEMENT DE L'OPERATEUR ACTUEL AU SENEGAL .....	113
GRAPHIQUE 19 : CONSERVATION DU NUMERO ET INTENTION DE CHANGEMENT D'OPERATEUR.....	115

## LISTES DES TABLEAUX ANNEXES

---

ANNEXE 1 : STRUCTURE DE LA POPULATION (EFFECTIF), ENTICS 2009 .....	123
ANNEXE 2 : AUTRES EQUIPEMENTS POSSEDES SELON QUELQUES CARACTERISTIQUES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES, ENTICS 2009 ....	125
ANNEXE 3 : EQUIPEMENT DES MENAGES ET CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES, ENTICS 2009 .....	126
ANNEXE 4 : REPARTITION GLOBALE DES CLIENTS D'OPERATEURS MOBILE SELON QUELQUES CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES, ENTICS 2009 .....	128
ANNEXE 5 : REPARTITION DES INDIVIDUS DE 12 ANS ET PLUS SELON LEUR POSSESSION .....	129
ANNEXE 6 : DISTRIBUTION (%) DE LA CLIENTELE D'OPERATEURS MOBILE SELON LA TYPOLOGIE DES CLIENTS QUELQUES CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES, ENTICS 2009 .....	130
ANNEXE 7 : POIDS DES OPERATEURS DANS LE MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	130
ANNEXE 8 : CHANGEMENTS D'OPERATEURS DES UTILISATEURS DE TELEPHONE MOBILE .....	131
ANNEXE 9 : RAISONS DE CHANGEMENT D'OPERATEUR, ENTICS 2009 .....	132
ANNEXE 10 : DECISION DE CHANGER D'OPERATEUR AVEC POSSIBILITE DE CONSERVER LE NUMERO ACTUEL, ENTICS 2009 .....	133
ANNEXE 11 : PRINCIPALES RAISONS (%) POUR LESQUELLES LES MENAGES NE DISPOSENT PAS D'UN ORDINATEUR SELON LA ZONE DE RESIDENCE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	134
ANNEXE 12 : PRINCIPALES RAISONS (%) POUR LESQUELLES LES MENAGES NE DISPOSENT PAS D'UN ORDINATEUR SELON L'OCCUPATION DU CHEF DE MENAGE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	135
ANNEXE 13 : PRINCIPALES RAISONS (%) POUR LESQUELLES LES MENAGES NE DISPOSENT PAS D'UN ORDINATEUR SELON L'AGE DU CHEF DE MENAGE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	135
ANNEXE 14 : PRINCIPALES RAISONS (%) POUR LESQUELLES LES MENAGES NE DISPOSENT PAS D'UN ORDINATEUR SELON LE STATUT PROFESSIONNEL DU CHEF DE MENAGE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	136
ANNEXE 15 : PRINCIPALES RAISONS (%) POUR LESQUELLES LES MENAGES NE DISPOSENT PAS D'UN ORDINATEUR SELON LE REVENU DU CHEF DE MENAGE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	136
ANNEXE 16 : PRINCIPAUX FOURNISSEURS (%) D'ACCES A INTERNET AU SENEGAL SELON LA ZONE DE RESIDENCE .....	137
ANNEXE 17 : DISTANCE ENTRE LE POINT D'ACCES PUBLIC A INTERNET ET LES MENAGES SELON LE NIVEAU D'EDUCATION DU CHEF DE MENAGE, ENTICS 2009 .....	137
ANNEXE 18 : DISTANCE ENTRE LE POINT D'ACCES PUBLIC A INTERNET ET LES MENAGES SELON L'AGE DU CHEF DE MENAGE, ENTICS 2009 .....	137
ANNEXE 19 : MENAGES DISPOSANT D'INTERNET A DOMICILE, ENTICS 2009 .....	138
ANNEXE 20 : CONNEXION A INTERNET ET CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES DES MENAGES AU SENEGAL, ENTICS 2009 ....	139
ANNEXE 21 : OBSTACLES AU COMMERCE ELECTRONIQUE AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	140
ANNEXE 22 : PERCEPTIONS DES FREINS A AU COMMERCE ELECTRONIQUE ET CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES DES INDIVIDUS AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	141
ANNEXE 23 : EQUIPEMENT EN ORDINATEURS DES MENAGES AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	150
ANNEXE 24 : DEPENSES EN SERVICES TIC AU SENEGAL, ENTICS 2009 .....	154

## ANNEXES

Annexe 1 : Structure de la population (effectif), ENTICS 2009

Groupes d'âges	Féminin			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
0 à 4	149295	146788	616687	912770
5 à 9	139223	128897	678798	946917
10 à 14	128757	111702	468225	708685
15 à 19	152491	120998	488827	762316
20 à 24	158319	109695	394825	662839
25 à 29	145651	93940	277054	516644
30 à 34	116018	69244	208875	394137
35 à 39	77579	59285	261205	398070
40 à 44	61474	46367	187113	294954
45 à 49	67719	37776	137699	243194
50 à 54	40623	39858	107520	188001
55 à 59	38889	16408	83235	138533
60 à 64	29408	22535	58179	110123
65 à 69	26707	15177	36622	78506
70 à 74	15511	11537	47073	74121
75 à 79	8419	3418	35730	47567
80 et +	12646	7694	19421	39761
NSP	1464	2785	1823	6072
Total	1370193	1044104	4108911	6523208

	Masculin			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
	172849	149327	720636	1042812
	134813	145568	632955	913336
	118638	115706	448843	683186
	120411	119047	350618	590075
	148065	81325	299869	529259
	152665	68880	219983	441528
	104512	72499	188724	365735
	74423	42091	151771	268286
	59743	23295	103983	187021
	51135	31116	100362	182613
	45149	28670	82604	156422
	33499	22661	94909	151068
	25472	14378	77542	117392
	19127	14943	34106	68175
	7821	11709	45058	64589
	7321	5572	28513	41406
	10935	9121	53832	73888
	1489	2674	9751	13914
	1288067	958581	3644058	5890706

	Ensemble			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
	322144	296115	1337323	1955583
	274035	274465	1311753	1860253
	247395	227408	917068	1391871
	272902	240045	839445	1352392
	306385	191020	694694	1192098
	298316	162819	497037	958172
	220531	141743	397598	759872
	152002	101376	412977	666355
	121217	69662	291096	481974
	118855	68893	238060	425808
	85771	68528	190124	344423
	72388	39069	178144	289600
	54880	36913	135721	227515
	45833	30120	70728	146681
	23332	23247	92131	138710
	15740	8990	64243	88972
	23581	16815	73253	113650
	2952	5458	11574	19985
	2658259	2002686	7752969	12413914

(Suite Annexe 1) : Structure de la population (effectif), ENTICS 2009

Groupes d'âges	Féminin			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
0 à 4	10,9	14,1	15,0	14,0
5 à 9	10,2	12,3	16,5	14,5
10 à 14	9,4	10,7	11,4	10,9
15 à 19	11,1	11,6	11,9	11,7
20 à 24	11,6	10,5	9,6	10,2
25 à 29	10,6	9,0	6,7	7,9
30 à 34	8,5	6,6	5,1	6,0
35 à 39	5,7	5,7	6,4	6,1
40 à 44	4,5	4,4	4,6	4,5
45 à 49	4,9	3,6	3,4	3,7
50 à 54	3,0	3,8	2,6	2,9
55 à 59	2,8	1,6	2,0	2,1
60 à 64	2,1	2,2	1,4	1,7
65 à 69	1,9	1,5	0,9	1,2
70 à 74	1,1	1,1	1,1	1,1
75 à 79	0,6	0,3	0,9	0,7
80 et +	0,9	0,7	0,5	0,6
NSP	0,1	0,3	0,0	0,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total	1370193	1044104	4108911	6523208

	Masculin			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
	13,4	15,6	19,8	17,7
	10,5	15,2	17,4	15,5
	9,2	12,1	12,3	11,6
	9,3	12,4	9,6	10,0
	11,5	8,5	8,2	9,0
	11,9	7,2	6,0	7,5
	8,1	7,6	5,2	6,2
	5,8	4,4	4,2	4,6
	4,6	2,4	2,9	3,2
	4,0	3,2	2,8	3,1
	3,5	3,0	2,3	2,7
	2,6	2,4	2,6	2,6
	2,0	1,5	2,1	2,0
	1,5	1,6	0,9	1,2
	0,6	1,2	1,2	1,1
	0,6	0,6	0,8	0,7
	0,8	1,0	1,5	1,3
	0,1	0,3	0,3	0,2
	100,0	100,0	100,0	100,0
	1288067	958581	3644058	5890706

	Ensemble			
	Strate			
	Dakar	Autres villes	Rural	Total
	12,1	14,8	17,2	15,8
	10,3	13,7	16,9	15,0
	9,3	11,4	11,8	11,2
	10,3	12,0	10,8	10,9
	11,5	9,5	9,0	9,6
	11,2	8,1	6,4	7,7
	8,3	7,1	5,1	6,1
	5,7	5,1	5,3	5,4
	4,6	3,5	3,8	3,9
	4,5	3,4	3,1	3,4
	3,2	3,4	2,5	2,8
	2,7	2,0	2,3	2,3
	2,1	1,8	1,8	1,8
	1,7	1,5	0,9	1,2
	0,9	1,2	1,2	1,1
	0,6	0,4	0,8	0,7
	0,9	0,8	0,9	0,9
	0,1	0,3	0,1	0,2
	100,0	100,0	100,0	100,0
	2658259	2002686	7752969	12413914

Annexe 2 : Autres équipements possédés selon quelques caractéristiques sociodémographiques,  
ENTICS 2009

Caractéristiques		Radio	Télévision	Parabole	Lecteur (DVD/DivX de salon)
<b>Strate du CM</b>					
Dakar	Moyenne	1,1	1,2	0,145	0,492
	Somme	428738	492689	57827	196010
	Effectif	398424	398424	398424	398424
Autres villes	Moyenne	1,2	0,9	0,255	0,369
	Somme	318479	251157	68415	98991
	Effectif	268062	268062	268062	268062
Rural	Moyenne	1,6	0,4	0,126	0,177
	Somme	1141597	308925	89317	125096
	Effectif	707070	707070	707070	707070
Total	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	Moyenne	1,4	0,6	0,109	0,210
	Somme	1274399	532140	99078	191723
	Effectif	912014	912014	912014	912014
Primaire	Moyenne	1,3	1,0	0,172	0,362
	Somme	281938	215532	38029	79858
	Effectif	220710	220710	220710	220710
Moyen	Moyenne	1,2	1,2	0,202	0,476
	Somme	110879	108181	18918	44486
	Effectif	93545	93545	93545	93545
secondaire	Moyenne	1,4	1,2	0,322	0,644
	Somme	109753	96613	25865	51793
	Effectif	80414	80414	80414	80414
Supérieur	Moyenne	1,6	1,5	0,516	0,801
	Somme	106922	100307	33670	52238
	Effectif	65231	65231	65231	65231
Non déclaré	Moyenne	3	0		0
	Somme	4924	0	0	0
	Effectif	1641	1641		1641
<b>Total</b>	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556

## Annexe 3 : Equipement des ménages et caractéristiques socio-économiques, ENTICS 2009

Caractéristiques		Radio	Télévision	Parabole	Lecteur (DVD/DivX de salon)
<b>Age du CM</b>					
15 – 24	Moyenne	0,8	0,3	0,042	0,085
	Somme	28518	9651	1493	2986
	Effectif	35226	35226	35226	35226
25 – 34	Moyenne	1,0	0,5	0,126	0,231
	Somme	178228	88969	21933	40217
	Effectif	174225	174225	174225	174225
35 – 44	Moyenne	1,1	0,7	0,174	0,323
	Somme	336752	213793	51346	95551
	Effectif	295899	295899	295899	295899
45 et +	Moyenne	1,5	0,9	0,162	0,324
	Somme	1345317	740359	140789	281343
	Effectif	868206	868206	868206	868206
Total	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556
<b>Sexe</b>					
Masculin	Moyenne	1,5	0,7	0,151	0,260
	Somme	1526588	733458	159290	273816
	Effectif	1052731	1052731	1052731	1052731
Féminin	Moyenne	1,1	1,0	0,175	0,456
	Somme	362227	319313	56271	146282
	Effectif	320825	320825	320825	320825
Total	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556

## (Suite annexe 4) : Equipement des ménages et caractéristiques socio-économiques, ENTICS 2009

Caractéristiques		Radio	Télévision	Parabole	Lecteur (DVD/DivX de salon)
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
Cadres	Moyenne	1,7	1,6	0,539	0,870
	Somme	110006	105733	35600	57423
	Effectif	65998	65998	65998	65998
Autres salariés qualifiés	Moyenne	1,3	1,0	0,133	0,431
	Somme	155512	124749	16350	53121
	Effectif	123264	123264	123264	123264
Autres salariés non qualifiés	Moyenne	1,0	0,7	0,020	0,258
	Somme	69488	48243	1458	18742
	Effectif	72566	72566	72566	72566
Indépendants	Moyenne	1,4	0,6	0,125	0,217
	Somme	1127025	470149	103235	178973
	Effectif	823993	823993	823993	823993
Autres actifs	Moyenne	1,0	0,2	0,000	0,180
	Somme	10593	2503	0	1834
	Effectif	10178	10178		10178
Inoccupés	Moyenne	1,5	1,1	0,206	0,392
	Somme	412548	297680	56690	107848
	Effectif	275402	275402	275402	275402
Nd	Moyenne	2	2		1
	Somme	3642	3714	2227	2155
	Effectif	2155	2155	2155	2155
Total	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556
<b>Quintiles de revenu</b>					
Moins de 65 000	Moyenne	0,9	0,3	0,046	0,088
	Somme	226424	75105	12217	23338
	Effectif	264985	264985	264985	264985
65 000 - 115 000	Moyenne	1,1	0,4	0,059	0,126
	Somme	295631	116715	16072	34442
	Effectif	274154	274154	274154	274154
115 000 - 210 000	Moyenne	1,3	0,7	0,180	0,254
	Somme	358971	204926	51390	72350
	Effectif	284941	284941	284941	284941
210 000 - 375 000	Moyenne	1,8	0,9	0,138	0,344
	Somme	495508	242474	38031	94952
	Effectif	276311	276311	276311	276311
375 000 et plus	Moyenne	1,9	1,5	0,358	0,714
	Somme	512281	413551	97850	195016
	Effectif	273165	273165	273165	273165
Total	Moyenne	1,4	0,8	0,157	0,306
	Somme	1888815	1052772	215561	420097
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556

Annexe 4 : Répartition globale des clients d'opérateurs mobile selon quelques caractéristiques socio-économiques, ENTICS 2009

Caractéristiques	Quel est votre opérateur actuel ?												Effectif
	Sonatel (Orange)				Tigo				Sudatel (Expresso)				
	Non	Oui	ND	Total	Non	Oui	ND	Total	Non	Oui	ND	Total	
<b>Sexe</b>													
Masculin	52,7	46,4	1,0	100	79,4	19,6	1,0	100	97,3	1,6	1,0	100	3652027
Féminin	70,7	28,8	0,5	100	86,9	12,6	0,5	100	98,2	1,3	0,5	100	4345968
<b>Groupes d'âges</b>													
12 à 14	96,1	3,4	0,5	100	97,6	1,9	0,5	100	99,3	0,2	0,5	100	791788
15 à 24	68,7	30,5	0,8	100	85,5	13,7	0,8	100	98,1	1,2	0,8	100	2544490
25 à 34	46,1	53,2	0,7	100	76,6	22,7	0,7	100	97,7	1,5	0,8	100	1718044
35 à 44	50,9	47,8	1,3	100	78,1	20,5	1,3	100	95,7	3,0	1,3	100	1148330
45 et +	61,7	38,0	0,2	100	84,5	15,3	0,2	100	98,3	1,3	0,3	100	1775358
NSP	71,3	24,9	3,7	100	77,6	18,7	3,7	100	92,7	3,6	3,7	100	19985
<b>Strate</b>													
Dakar	43,6	55,9	0,5	100	76,5	22,9	0,6	100	96,7	2,7	0,6	100	1960420
Autres villes	56,4	43,2	0,4	100	83,9	15,7	0,4	100	97,2	2,5	0,3	100	1337917
Rural	72,1	27,1	0,9	100	86,3	12,9	0,9	100	98,4	0,7	0,9	100	4699657
<b>Emploi</b>													
Cadres	5,6	94,4	0,0	100,0	68,2	31,8	0,0	100	93,0	7,0	0,0	100	134893
Autres salariés qualifiés	22,8	77,0	0,2	100,0	69,1	30,7	0,2	100	95,8	4,0	0,2	100	360214
Salariés non qualifiés	49,5	50,5	0,0	100,0	74,6	25,4	0,0	100	97,5	2,5	0,0	100	371978
Indépendants	52,6	46,9	0,4	100,0	79,5	20,0	0,5	100	97,8	1,6	0,6	100	2457098
Autres actifs	82,4	16,4	1,2	100,0	88,1	10,7	1,1	100	98,8	0,1	1,1	100	1524686
Inoccupés	69,2	30,2	0,6	100,0	87,8	11,6	0,6	100,0	98,1	1,4	0,6	100,0	3121980
Non déclaré (ND)	47,1	22,6	30,3	100,0	69,7	0,0	30,3	100	69,7	0,0	30,3	100	27147
<b>Total</b>	<b>62,5</b>	<b>36,8</b>	<b>0,7</b>	<b>100</b>	<b>83,5</b>	<b>15,8</b>	<b>0,7</b>	<b>100</b>	<b>97,8</b>	<b>1,5</b>	<b>0,7</b>	<b>100</b>	<b>7997996</b>

Annexe 5 : Répartition des individus de 12 ans et plus selon leur possession de ligne mobile et leur profil sociodémographique, ENTICS 2009

Caractéristiques	Orange	Tigo	Expresso	Sans	Total	Total
<b>Sexe</b>						
Masculin	42,5	18,0	1,5	38,0	100,0	3 982 706
Féminin	27,9	12,3	1,3	58,6	100,0	4 484 991
<b>Groupes d'âges</b>						
12 à 14	3,3	1,9	0,2	94,5	100,0	793 347
15 à 24	29,1	13,1	1,1	56,6	100,0	2 662 038
25 à 34	48,8	20,8	1,4	29,0	100,0	1 872 980
35 à 44	44,0	18,9	2,8	34,4	100,0	1 250 063
45 et +	36,1	14,5	1,3	48,1	100,0	1 869 290
NSP	24,9	18,7	3,6	52,8	100,0	19 984
<b>Strate</b>						
Dakar	49,6	20,4	2,4	27,6	100,0	2 208 636
Autres villes	39,9	14,5	2,3	43,4	100,0	1 448 912
Rural	26,4	12,6	0,6	60,3	100,0	4 810 153
Total	34,8	14,9	1,4	48,9	100,0	8 467 701
<b>Emploi</b>						
Cadres	70,2	23,6	5,2	1,0	100,0	181 530
Autres salariés qualifiés	64,0	25,5	3,3	7,2	100,0	433 804
Autres salariés non qualifiés	46,4	23,4	2,3	27,9	100,0	404 536
Indépendants	43,9	18,7	1,5	35,9	100,0	2 627 123
Autres actifs	16,1	10,6	0,1	73,2	100,0	1 550 727
Inoccupés	29,1	11,1	1,3	58,4	100	3242831
ND	22,6	0,0	0,0	77,4	100,0	27 146
<b>Total</b>	<b>34,8</b>	<b>14,9</b>	<b>1,4</b>	<b>48,9</b>	<b>100,0</b>	<b>8 467 697</b>

Annexe 6 : Distribution (%) de la clientèle d'opérateurs mobile selon la typologie des clients  
quelques caractéristiques socio-économiques, ENTICS 2009

Caractéristiques	Quel est votre opérateur mobile actuel ?							Total	Effectif	
	Orange	Tigo	Expresso	Orange /Tigo /Expresso	Orange /Tigo	Orange /Expresso	Tigo /Expresso			Sans
<b>Sexe</b>										
Masculin	37,9	11,7	0,4	0,5	7,3	0,6	0,0	41,4	100,0	3652027
Féminin	25,7	9,9	0,8	0,1	2,6	0,4	0,1	60,5	100,0	4345968
<b>Groupes d'âge</b>										
12 à 14	3,2	1,7	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	94,7	100,0	791788
15 à 24	26,1	9,7	0,5	0,2	3,8	0,5	0,0	59,3	100,0	2544490
25 à 34	44,6	14,3	0,9	0,4	8,0	0,2	0,0	31,6	100,0	1718044
35 à 44	40,1	13,5	0,9	0,8	6,0	1,1	0,3	37,4	100,0	1148330
45 et +	32,9	10,8	0,6	0,2	4,4	0,6	0,0	50,6	100,0	1775358
NSP	24,9	18,7	3,6	0,0	,0	0,0	0,0	52,8	100,0	19985
<b>Strate</b>										
Dakar	43,8	11,6	1,3	0,4	10,8	0,9	0,1	31,1	100,0	1960420
Autres villes	35,7	9,1	0,7	0,8	5,7	0,9	0,1	47,0	100,0	1337917
Rural	24,8	10,8	0,4	0,1	2,0	0,2	0,0	61,7	100,0	4699657
<b>Emploi</b>										
Cadres	62,1	4,2	0,0	2,2	25,4	4,8	0,0	1,4	100,0	134894
Autres salariés qualifiés	57,7	12,8	1,3	1,0	16,7	1,6	0,2	8,7	100,0	360213
Salariés non qualifiés	42,1	17,6	1,4	0,2	7,4	0,7	0,2	30,4	100,0	371977
Indépendants	40,4	14,0	0,6	0,4	5,6	0,5	0,0	38,4	100,0	2457098
Autres actifs	14,7	9,0	0,1	0,0	1,7	0,0	0,0	74,5	100,0	1524686
Inoccupés	26,6	8,2	0,8	0,2	3,1	0,3	0,1	60,7	100,0	3121980
Non déclaré (ND)	22,6	00,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	77,4	100,0	27146
<b>Total</b>	<b>31,3</b>	<b>10,7</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>4,8</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>51,8</b>	<b>100,0</b>	<b>7997996</b>

Annexe 7 : Poids des opérateurs dans le marché de la téléphonie mobile au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques	Orange	Tigo	Expresso	Total	Effectif
<b>Sexe</b>					
Masculin	68,6	29,0	2,4	100,0	2 469 241
Féminin	67,4	29,6	3,0	100,0	1 857 776
<b>Groupes d'âges</b>					
12 à 14	61,3	34,3	4,4	100,0	43 314
15 à 24	67,2	30,2	2,5	100,0	1 154 234
25 à 34	68,7	29,3	1,9	100,0	1 329 408
35 à 44	67,0	28,8	4,3	100,0	820 360
45 et +	69,6	28,0	2,5	100,0	970 265
NSP	52,8	39,6	7,6	100,0	9 441
<b>Strate</b>					
Dakar	68,6	28,1	3,3	100,0	1 598 275
Autres villes	70,4	25,5	4,1	100,0	820 578
Rural	66,6	31,7	1,6	100,0	1 908 166
<b>Emploi et CSP</b>					
Cadres	70,9	23,9	5,2	100,0	179 696
Autres salariés qualifiés	68,9	27,5	3,6	100,0	402 585
Autres salariés non qualifiés	64,4	32,4	3,2	100,0	291 537
Indépendants	68,5	29,2	2,3	100,0	1 683 702
Autres actifs	60,2	39,4	0,3	100,0	414 968
Inoccupés	70,0	26,8	3,2	100,0	1348403
<b>Total</b>	<b>68,1</b>	<b>29,2</b>	<b>2,7</b>	<b>100,0</b>	<b>4 327 015</b>

Annexe 8 : Changements d'opérateurs des utilisateurs de téléphone mobile  
au cours des 12 derniers mois, ENTICS 2009

Caractéristiques	E2-Avez-vous changé d'opérateur ces 12 derniers mois ?				
	Oui	Non	Non déterminé	Total	Effectif
<b>Sexe</b>					
Masculin	4,5	94,1	1,4	100,0	2138561
Féminin	4,9	94,9	0,1	100,0	1718753
<b>Groupes d'âges</b>					
12 à 14	8,8	91,2	0,0	100,0	41755
15 à 24	5,6	94,0	0,3	100,0	1036686
25 à 34	4,7	94,1	1,2	100,0	1174472
35 à 44	4,9	94,8	0,3	100,0	718626
45 et +	3,2	95,4	1,3	100,0	876333
NSP	0,0	100,0	0,0	100,0	9442
<b>Strate</b>					
Dakar	4,9	94,6	0,6	100,0	1350060
Autres villes	4,5	95,5	0,0	100,0	709583
Rural	4,6	94,1	1,3	100,0	1797671
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	4,1	94,9	1,0	100,0	1774163
Préscolaire-Primaire	5,2	94,4	0,4	100,0	969489
Moyen	5,3	93,4	1,3	100,0	475959
secondaire	5,3	94,6	0,2	100,0	430161
Supérieur	4,7	94,8	0,5	100,0	204410
Non déclaré	23,8	23,8	52,4	100,0	3133
<b>Occupation</b>					
Cadres	2,7	97,3	0,0	100,0	133059
Autres salariés qualifiés	5,2	93,2	1,6	100,0	328995
Autres salariés non qualifiés	6,2	93,8	0,0	100,0	258979
Indépendants	3,9	94,7	1,4	100,0	1513676
Autres actifs	5,8	94,2	0,0	100,0	388927
Inoccupés	5,1	94,6	0,3	100,0	1227553
ND	0,0	100,0	0,0	100,0	6124
<b>Total</b>	<b>4,7</b>	<b>94,5</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3857314</b>

**Annexe 9 : Raisons de changement d'opérateur, ENTICS 2009**

Caractéristiques	Prix des communications	Offre promotionnelle d'un concurrent	Possibilité de bénéficier de nouveaux services	Meilleure qualité de service	Meilleure couverture réseau	Autre	ND	Total	Effectif
<b>Sexe</b>									
Masculin	15,20	15,90	8,30	12,80	24,30	22,80	0,80	100	96275
Féminin	14,30	15,90	6,80	5,30	16,90	36,10	4,60	100	84744
<b>Groupes d'âges</b>									
12 à 14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00	100	3687
15 à 24	18,90	11,10	5,80	6,80	20,80	34,00	2,50	100	58503
25 à 34	11,10	18,20	8,00	7,10	20,50	29,40	5,80	100	55193
35 à 44	16,10	16,70	9,80	10,60	29,30	17,60	0,00	100	35326
45 et +	13,80	22,20	8,50	18,30	14,00	23,10	0,00	100	28310
<b>Strate</b>									
Dakar	13,30	20,40	13,20	12,60	2,90	30,50	7,10	100	65850
Autres villes	22,10	24,10	4,40	4,00	14,70	30,70	0,00	100	32179
Rural	13,10	9,10	4,40	8,80	37,50	27,20	0,00	100	82990
<b>Niveau d'étude</b>									
Aucun	13,2	15,8	2,2	9,8	38,2	19,5	1,3	100	72615
Pré-scolaire-Primaire	22,1	12,2	13,3	4,7	8,7	31,6	7,5	100	49952
Moyen	5,6	14,9	0,0	15,9	9,3	54,4	0,0	100	25427
Secondaire	20,9	19,1	11,7	6,6	14,5	27,2	0,0	100	22646
Supérieur	0,0	32,1	29,4	19,0	0,0	19,4	0,0	100	9633
Non déclaré	0,0	0,0	,0	,0	0,0	100,0	0,0	100	746
<b>Occupation</b>									
Cadres	0,0	0,0	27,9	51,3	0,0	20,8	0,0	100	3578
Autres salariés qualifiés	20,8	24,8	0,0	18,9	12,1	23,5	0,0	100	17066
Salariés non qualifiés	13,2	31,3	4,6	8,4	4,1	29,1	9,2	100	16159
Indépendants	10,8	15,4	7,3	9,3	30,2	25,8	1,3	100	58937
Autres actifs	27,7	0,0	16,0	0,0	40,8	15,5	0,0	100	22627
Inoccupés	13,5	16,6	6,5	7,9	12,8	38,9	3,9	100	62654
<b>Total</b>	<b>14,8</b>	<b>15,9</b>	<b>7,6</b>	<b>9,3</b>	<b>20,9</b>	<b>29,0</b>	<b>2,6</b>	<b>100</b>	<b>181021</b>

Annexe 10 : Décision de changer d'opérateur avec possibilité de conserver le numéro actuel, ENTICS  
2009

Caractéristiques	E6- CHANGERIEZ-VOUS D'OPERATEUR, SI VOUS POUVIEZ CONSERVER VOTRE NUMERO ACTUEL ?						
	Oui	Non	NSP	NC	ND	Total	Effectif
<b>Sexe</b>							
Masculin	7,1	80,9	8,3	1,1	2,6	100,0	2038147
Féminin	6,3	85,5	5,5	1,4	1,4	100,0	1642780
<b>Groupes d'âges quinquennaux utilisateurs</b>							
12 à 14	2,6	90,7	6,7			100,0	38550
15 à 24	6,4	83,4	7,4	1,5	1,4	100,0	990855
25 à 34	6,5	82,3	7,0	1,7	2,6	100,0	1113845
35 à 44	8,7	83,0	6,2	0,3	1,8	100,0	694604
45 et +	6,1	82,9	7,3	1,1	2,6	100,0	834354
NSP		79,1	20,9			100,0	8720
<b>Strate</b>							
Dakar	7,9	83,7	4,8	1,1	2,5	100,0	1281283
Autres villes	8,5	76,9	9,6	3,2	2,0	100,0	664611
Rural	5,2	84,7	7,7	0,6	1,8	100,0	1735033
<b>Niveau d'étude</b>							
Aucun	4,8	83,4	8,8	1,0	2,0	100,0	1705344
Primaire	6,5	83,8	6,3	1,1	2,2	100,0	921900
Moyen	8,2	82,4	6,0	1,4	2,0	100,0	450862
secondaire	10,1	82,0	4,6	2,0	1,4	100,0	411996
Supérieur	14,3	78,5	3,1	1,9	2,1	100,0	187694
Non déclaré		47,6			52,4	100,0	3132
<b>Emploi et CSP</b>							
Cadres	18,6	74,8	3,1	1,1	2,3	100,0	123732
Autres salariés qualifiés	8,2	82,2	5,2	1,3	3,1	100,0	316697
Autres salariés non qualifiés	6,5	88,0	3,9	0,3	1,2	100,0	248210
Indépendants	6,4	83,3	7,1	1,0	2,2	100,0	1441375
Autres actifs	6,8	79,9	10,3	1,9	1,1	100,0	377789
Inoccupés	5,4	83,6	7,4	1,5	2,1	100,0	1167002
ND	12,2	76,9	10,9	0,0	0,0	100,0	6124
<b>Total</b>	<b>6,7</b>	<b>82,9</b>	<b>7,0</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>100,0</b>	<b>3680928</b>

Annexe 11 : Principales raisons (%) pour lesquelles les ménages ne disposent pas d'un ordinateur selon la zone de résidence au Sénégal, ENTICS 2009

Principales raisons d'absence d'ordinateur		Strate du CM			Total
		Dakar	Autres villes	Rural	
Prix élevé	Non	40,2	41,6	58,8	50,6
	Oui	58,5	56,9	40,2	48,2
	Non déclaré	1,3	1,4	1,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Pas besoin	Non	78,5	77,8	82,4	80,5
	Oui	20,1	20,8	16,6	18,3
	Non déclaré	1,3	1,4	1,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilisation compliquée	Non	90,6	89,4	86,0	87,9
	Oui	8,0	9,1	13,0	11,0
	Non déclaré	1,3	1,4	1,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Analphabète	Non	81,2	77,4	52,3	64,7
	Oui	17,5	21,2	46,7	34,1
	Non déclaré	1,3	1,4	1,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Autre	Non	78,2	75,7	66,4	71,3
	Oui	20,7	22,6	32,6	27,6
	Non déclaré	1,1	1,7	1,0	1,2
Total		100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages		326755	247904	686207	1260866

Annexe 12 : Principales raisons (%) pour lesquelles les ménages ne disposent pas d'un ordinateur selon l'occupation du chef de ménage au Sénégal, ENTICS 2009

Principales raisons d'absence d'ordinateur		Niveau d'étude du CM						Total
		Aucun	Primaire	Moyen	secondaire	Supérieur	Non déclaré	
Prix élevé	Non	56,3	40,0	20,6	42,3	50,3	100,0	50,6
	Oui	42,7	58,7	78,5	54,0	49,7	0,0	48,2
	Non déclaré	1,0	1,3	0,8	3,7	0,0	0,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Pas besoin	Non	77,8	84,9	95,2	84,5	78,6	100,0	80,5
	Oui	21,1	13,8	3,9	11,8	21,4	0,0	18,3
	Non déclaré	1,0	1,3	0,8	3,7	0,0	0,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Utilisation compliquée	Non	86,8	91,1	86,7	92,7	97,0	0,0	87,9
	Oui	12,2	7,6	12,5	3,6	3,0	100,0	11,0
	Non déclaré	1,0	1,3	0,8	3,7	0,0	0,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Analphabète	Non	54,3	83,2	98,2	95,1	97,2	100,0	64,7
	Oui	44,7	15,5	0,9	1,2	2,8	0,0	34,1
	Non déclaré	1,0	1,3	0,8	3,7	0,0	0,0	1,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Autre	Non	71,7	73,6	72,7	59,2	64,7	0,0	71,3
	Oui	27,2	25,1	26,5	37,1	35,3	100,0	27,6
	Non déclaré	1,0	1,3	0,8	3,7	0,0	0,0	1,2
Total		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages		886048	208275	79969	61193	23739	1641	1260866

Annexe 13 : Principales raisons (%) pour lesquelles les ménages ne disposent pas d'un ordinateur selon l'âge du chef de ménage au Sénégal, ENTICS 2009

Principales raisons d'absence d'ordinateur		Age du CM					Total
		15 - 24	25 - 34	35 - 44	45 et +		
Prix élevé	Non	71,1	62,8	47,3	48,3	50,6	
	Oui	28,9	36,8	52,1	50,1	48,2	
	Non déclaré	0,0	0,4	0,6	1,6	1,2	
Pas besoin	Non	77,9	77,4	86,2	79,2	80,5	
	Oui	22,1	22,2	13,2	19,2	18,3	
	Non déclaré	0,0	0,4	0,6	1,6	1,2	
Utilisation compliquée	Non	85,7	91,1	90,0	86,5	87,9	
	Oui	14,3	8,5	9,5	11,9	11,0	
	Non déclaré	0,0	0,4	0,6	1,6	1,2	
Analphabète	Non	40,5	60,2	71,0	64,4	64,7	
	Oui	59,5	39,4	28,5	34,0	34,1	
	Non déclaré	0,0	0,4	0,6	1,6	1,2	
Autre	Non	65,6	74,5	75,5	69,3	71,3	
	Oui	34,4	25,1	24,2	29,0	27,6	
	Non déclaré	0,0	0,4	0,2	1,7	1,2	
Total		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Total ménages		31783	165291	276151	787641	1260866	

Annexe 14 : Principales raisons (%) pour lesquelles les ménages ne disposent pas d'un ordinateur selon le statut professionnel du chef de ménage au Sénégal, ENTICS 2009

Principales raisons d'absence d'ordinateur		Catégorie socioprofessionnelle						Total	
		Cadres	Autres salariés qualifiés	Autres salariés non qualifiés	Indépendants	Autres actifs	inoccupés		nd
Prix élevé	Non	51,40	39,90	36,80	54,30	40,10	47,70	0,00	50,60
	Oui	48,60	58,10	63,20	44,30	59,90	51,40	100,00	48,20
	Non déclaré	0,00	2,00	0,00	1,30	0,00	0,90	0,00	1,20
	Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Pas besoin	Non	85,20	79,50	81,20	81,10	93,40	77,40	100,00	80,50
	Oui	14,80	18,50	18,80	17,60	6,60	21,70	0,00	18,30
	Non déclaré	0,00	2,00	0,00	1,30	0,00	0,90	0,00	1,20
	Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Utilisation compliquée	Non	97,50	82,20	90,00	87,20	82,70	91,00	100,00	87,90
	Oui	2,50	15,80	10,00	11,40	17,30	8,10	0,00	11,00
	Non déclaré	0,00	2,00	0,00	1,30	0,00	0,90	0,00	1,20
	Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Analphabète	Non	97,70	88,90	70,70	56,40	52,30	75,00	100,00	64,70
	Oui	2,30	9,10	29,30	42,20	47,70	24,10	0,00	34,10
	Non déclaré	0,00	2,00	0,00	1,30	0,00	0,90	0,00	1,20
	Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Autre	Non	63,40	71,20	93,30	69,60	66,50	71,80	100,00	71,30
	Oui	36,60	26,80	6,70	29,10	33,50	27,30	0,00	27,60
	Non déclaré	0,00	2,00	0,00	1,30	0,00	0,90	0,00	1,20
Total		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
total des ménages		28683	114510	67072	794408	10178	244608	1408	1260866

Annexe 15 : Principales raisons (%) pour lesquelles les ménages ne disposent pas d'un ordinateur selon le revenu du chef de ménage au Sénégal, ENTICS 2009

Principales raisons d'absence d'ordinateur		Revenu des ménages					Total
		Moins de 65 000	65 000 - 115 000	115 000 - 210 000	210 000 - 375 000	375 000 et plus	
Prix élevé	Non	53,90	56,50	48,00	44,60	49,70	50,60
	Oui	45,10	42,60	50,20	55,20	48,10	48,20
	Non déclaré	1,00	0,90	1,80	0,30	2,20	1,20
Pas besoin	Non	77,50	77,90	78,40	85,90	83,30	80,50
	Oui	21,50	21,20	19,80	13,80	14,50	18,30
	Non déclaré	1,00	0,90	1,80	0,30	2,20	1,20
Utilisation compliquée	Non	86,70	83,20	90,10	89,80	90,00	87,90
	Oui	12,30	15,90	8,10	9,90	7,80	11,00
	Non déclaré	1,00	0,90	1,80	0,30	2,20	1,20
Analphabète	Non	52,80	55,60	67,80	69,80	81,50	64,70
	Oui	46,20	43,50	30,40	30,00	16,30	34,10
	Non déclaré	1,00	0,90	1,80	0,30	2,20	1,20
Autre	Non	79,40	66,70	73,60	74,00	60,00	71,30
	Oui	19,60	32,10	24,60	25,70	38,30	27,60
	Non déclaré	1,00	1,20	1,80	0,30	1,70	1,20
Total		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
total des ménages		260048	266542	270462	263786	200027	1260866

Annexe 16 : Principaux fournisseurs (%) d'accès à Internet au Sénégal selon la zone de résidence

Fournisseurs	Strate du CM			Total
	Dakar	Autres villes	Rural	
Sonatel				
Non	11,1	14,1	19,6	13,0
Oui	88,9	85,9	80,4	87,0
ATI				
Non	97,6	100,0	100,0	98,3
Oui	0,0	0,0	0,0	0,0
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
Arc informatique				
Non	95,1	100,0	100,0	96,5
Oui	2,5	0,0	0,0	1,8
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
Sénégalaise des télécoms				
Non	97,6	100,0	100,0	98,3
Oui	0,0	0,0	0,0	0,0
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
Autre				
Non	89,0	85,9	80,4	87,1
Oui	8,6	14,1	19,6	11,2
Non déclaré	2,4	0,0	0,0	1,7
Total	100,00	100,00	100,00	100,00
Total Ménages	40109	4732	10713	55554

Annexe 17 : Distance entre le point d'accès public à internet et les ménages selon le niveau d'éducation du chef de ménage, ENTICS 2009

Distance entre domicile et point d'accès public internet	Niveau d'étude du CM ( )						Total
	Aucun	Primaire	Moyen	secondaire	Supérieur	Non déclaré	
Moins d'un Km	38,9	59,7	78,1	70,6	80,3	0,0	48,7
1 à moins de 2 Km	6,6	10,0	6,6	16,0	4,9	0,0	7,6
2 à moins 3 Km	2,6	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9
3 à moins de 4 Km	0,6	3,7	2,2	0,0	6,4	0,0	1,5
4 à moins de 5 Km	1,2	4,1	0,0	0,0	3,0	0,0	1,6
5 Km et plus	49,9	20,5	12,3	12,1	2,7	100,0	38,2
Non déclaré	0,3	0,8	0,8	1,2	2,7	0,0	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages	912014	220710	93545	80414	65231	1641	1373556

Annexe 18 : Distance entre le point d'accès public à internet et les ménages selon l'âge du chef de ménage, ENTICS 2009

Distance entre domicile et point d'accès public internet	Age du CM ( )				Total
	15 - 24	25 - 34	35 - 44	45 et +	
Moins d'un Km	40,7	55,1	49,0	47,6	48,7
1 à moins de 2 Km	6,7	8,0	7,8	7,5	7,6
2 à moins 3 Km	0,0	1,9	0,2	2,5	1,9
3 à moins de 4 Km	0,0	1,6	1,8	1,4	1,5
4 à moins de 5 Km	0,0	0,4	1,8	1,8	1,6
5 Km et plus	52,6	31,9	39,3	38,5	38,2
Non déclaré	0,0	1,1	0,0	0,7	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total ménages	35226	174225	295899	868206	1373556

**Annexe 19 : Ménages disposant d'Internet à domicile, ENTICS 2009**

Caractéristiques		Connexion internet à domicile			
		Connecté	Non connecté	Non déclaré	Total
<b>Strate du CM</b>					
Dakar	Effectif	40109	358315	0	398424
	N % ligne	10,10%	89,90%	0,00%	100,00%
Autres villes	Effectif	4732	263330	0	268062
	N % ligne	1,80%	98,20%	0,00%	100,00%
Rural	Effectif	10713	696357	0	707070
	N % ligne	1,50%	98,50%	0,00%	100,00%
Total	Effectif	55554	1318002	0	1373556
	N % ligne	4,00%	96,00%	0,00%	100,00%
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	Effectif	6429	905586	0	912014
	N % ligne	0,70%	99,30%	0,00%	100,00%
préscolaire	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Primaire	Effectif	8918	211792	0	220710
	N % ligne	4,00%	96,00%	0,00%	100,00%
Moyen	Effectif	5295	88251	0	93545
	N % ligne	5,70%	94,30%	0,00%	100,00%
secondaire	Effectif	6714	73700	0	80414
	N % ligne	8,30%	91,70%	0,00%	100,00%
Supérieur	Effectif	28198	37033	0	65231
	N % ligne	43,20%	56,80%	0,00%	100,00%
Non déclaré	Effectif	0	1641	0	1641
	N % ligne	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
<b>Emploi</b>					
Occupé	Effectif	40988	1055757	0	1096746
	N % ligne	3,70%	96,30%	0,00%	100,00%
Chômeur	Effectif	0	13993	0	13993
	N % ligne	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Personne au foyer	Effectif	745	77527	0	78272
	N % ligne	1,00%	99,00%	0,00%	100,00%
Retraité	Effectif	5399	84643	0	90041
	N % ligne	6,00%	94,00%	0,00%	100,00%
Elève / Etudiant	Effectif	5278	747	0	6025
	N % ligne	87,60%	12,40%	0,00%	100,00%
Autre inactif	Effectif	3145	83927	0	87072
	N % ligne	3,60%	96,40%	0,00%	100,00%
Non déclaré	Effectif	0	1408	0	1408
	N % ligne	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%

## Annexe 20 : Connexion à internet et caractéristiques socio-économiques des ménages au Sénégal, ENTICS

2009

Caractéristiques	Connexion internet à domicile				
	Connecté	Non connecté	Non déclaré	Total	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
Cadres	Effectif	23700	42298	0	65998
	N % ligne	35,90%	64,10%	0,00%	100,00%
Autres salariés qualifiés	Effectif	2915	120349	0	123264
	N % ligne	2,40%	97,60%	0,00%	100,00%
Autres salariés non qualifiés	Effectif	1006	71560	0	72566
	N % ligne	1,40%	98,60%	0,00%	100,00%
Indépendants	Effectif	12620	811373	0	823993
	N % ligne	1,50%	98,50%	0,00%	100,00%
Autres actifs	Effectif	0	10178	0	10178
	N % ligne	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Inoccupés	Effectif	14566	260837	0	275402
	N % ligne	5,30%	94,70%	0,00%	100,00%
nd	Effectif	747	1408	0	2155
	N % ligne	34,70%	65,30%	0,00%	100,00%
<b>Age du CM</b>					
15 - 24	Effectif	3443	31783	0	35226
	N % ligne	9,80%	90,20%	0,00%	100,00%
25 - 34	Effectif	4386	169839	0	174225
	N % ligne	2,50%	97,50%	0,00%	100,00%
35 - 44	Effectif	13362	282537	0	295899
	N % ligne	4,50%	95,50%	0,00%	100,00%
45 et +	Effectif	34363	833843	0	868206
	N % ligne	4,00%	96,00%	0,00%	100,00%
<b>Sexe</b>					
Masculin	Effectif	38919	1013812	0	1052731
	N % ligne	3,70%	96,30%	0,00%	100,00%
Féminin	Effectif	16635	304190	0	320825
	N % ligne	5,20%	94,80%	0,00%	100,00%
Non déclaré	Effectif	0	0	0	0
	N % ligne	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>					
Moins de 65 000	Effectif	2560	262424	0	264985
	N % ligne	1,00%	99,00%	0,00%	100,00%
65 000 - 115 000	Effectif	747	273406	0	274154
	N % ligne	0,30%	99,70%	0,00%	100,00%
115 000 - 210 000	Effectif	7615	277326	0	284941
	N % ligne	2,70%	97,30%	0,00%	100,00%
210 000 - 375 000	Effectif	5804	270507	0	276311
	N % ligne	2,10%	97,90%	0,00%	100,00%
375 000 et plus	Effectif	38827	234338	0	273165
	N % ligne	14,20%	85,80%	0,00%	100,00%

Annexe 21 : Obstacles au commerce électronique au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques	Niveau de prix trop élevé				
	Non	Oui	Non déclaré	Total	
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	
<b>Strate</b>					
Dakar	1640316	282312	37793	1960420	0,144
Autres villes	1159247	170390	8280	1337917	0,127
Rural	4289286	332455	77916	4699657	0,071
<b>Total</b>	<b>7088849</b>	<b>785156</b>	<b>123989</b>	<b>7997995</b>	<b>0,098</b>
<b>sexe</b>					
Masculin	3173664	406161	72202	3652027	0,111
Féminin	3915185	378995	51788	4345968	0,087
Non déclaré	0	0	0	0	
<b>Total</b>	<b>7088849</b>	<b>785156</b>	<b>123989</b>	<b>7997995</b>	<b>0,098</b>
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	3996583	360047	48000	4404629	0,082
préscolaire	0	0	0	0	
Primaire	1785311	194631	44043	2023985	0,096
Moyen	732615	114328	21083	868026	0,132
secondaire	392548	86224	4357	483129	0,178
Supérieur	176007	29179	2362	207548	0,141
Non déclaré	5786	747	4146	10678	0,070
<b>Total</b>	<b>7088849</b>	<b>785156</b>	<b>123989</b>	<b>7997995</b>	<b>0,098</b>
<b>Groupes d'âges</b>					
12 à 14	744036	39484	8268	791788	0,050
15 à 24	2252080	250045	42366	2544490	0,098
25 à 34	1474847	214033	29164	1718044	0,125
35 à 44	997010	132015	19304	1148330	0,115
45 et +	1602358	149579	23420	1775358	0,084
NSP	18517	0	1468	19985	0,000
<b>Total</b>	<b>7088849</b>	<b>785156</b>	<b>123989</b>	<b>7997995</b>	<b>0,098</b>

Annexe 22 : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques	Niveau de prix trop élevé				
	Non	Oui	Non déclaré	Total	
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
Cadres	113802	18857	2234	134893	0,140
Autres salariés qualifiés	293689	56302	10223	360214	0,156
A, salariés non qualifiés	324197	46169	1612	371978	0,124
Indépendants	2151676	274394	31028	2457098	0,112
Autres actifs	1391630	113712	19344	1524686	0,075
Inoccupés	2795611	275053	51316	3121980	0,088
Nd	18245	668	8233	27147	0,025
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>					
Moins de 5 000	2140589	173928	24428	2338945	0,074
5 000 à moins 25 000	2335035	275923	10391	2621349	0,105
25 000 à moins 50 000	1078731	127832	7120	1213683	0,105
50 000 à moins 100 000	860982	116301	1617	978900	0,119
100 000 à moins 250 000	441806	70912	4155	516872	0,137
250 000 à moins 500 000	122899	5789	1000	129688	0,045
500 000 et plus	49204	11349	0	60553	0,187
Non déterminé	59604	3123	75278	138005	0,023
<b>Total</b>	<b>7088849</b>	<b>785156</b>	<b>123989</b>	<b>7997995</b>	<b>0,098</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, ENTICS 2009

Problèmes de sécurité des transactions					
	Non	Oui	Non déclaré	Total	
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	
<b>Strate</b>					
Dakar	1731680	190200	38539	1960420	0,097
Autres villes	1160406	169184	8328	1337917	0,126
Rural	4272302	347692	79663	4699657	0,074
<b>Sexe</b>					
Masculin	3199756	377576	74695	3652027	0,103
Féminin	3964632	329501	51835	4345968	0,076
Non déclaré	0	0	0	0	
<b>Niveau d'étude</b>					
Aucun	4036059	318152	50419	4404629	0,072
préscolaire	0	0	0	0	
Primaire	1836907	142913	44165	2023985	0,071
Moyen	747071	99873	21083	868026	0,115
secondaire	387276	91497	4357	483129	0,189
Supérieur	150543	54643	2362	207548	0,263
Non déclaré	6533	0	4146	10678	0,000
<b>Total</b>	<b>7164388</b>	<b>707077</b>	<b>126530</b>	<b>7997995</b>	<b>0,088</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, **ENTICS 2009**

<b>Problèmes de sécurité des transactions</b>					
	Non	Oui	Non déclaré	Total	
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	
<b>Groupes d'âge</b>					
12 à 14	751262	32883	7643	791788	0,042
15 à 24	2292212	209913	42366	2544490	0,082
25 à 34	1510184	176949	30910	1718044	0,103
35 à 44	1013153	114454	20723	1148330	0,100
45 et +	1579729	172209	23420	1775358	0,097
NSP	17849	668	1468	19985	0,033
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
Cadres	89976	42684	2234	134893	0,316
Autres salariés qualifiés	298499	51492	10223	360214	0,143
Autres salariés non qualifiés	348284	22082	1612	371978	0,059
Indépendants	2167274	255630	34193	2457098	0,104
Autres actifs	1361492	143850	19344	1524686	0,094
Inoccupés	2879951	191338	50691	3121980	0,061
Nd	18914	0	8233	27147	0,000
<b>Emploi</b>					
Occupé	4272511	515739	67606	4855855	0,106
Chômeur	93497	10208	0	103705	0,098
Personne au foyer	1256955	77474	15431	1349859	0,057
Retraité	136276	6261	747	143284	0,044
Elève / Etudiant	983553	80210	24912	1088676	0,074
Autre inactif	409670	17185	9601	436456	0,039
Non déclaré	11927	0	8233	20160	0,000
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>					
Moins de 5 000	2176271	137124	25550	2338945	0,059
5 000 à moins 25 000	2369533	240753	11064	2621349	0,092
25 000 à moins 50 000	1114788	91775	7120	1213683	0,076
50 000 à moins 100 000	868244	109039	1617	978900	0,111
100 000 à moins 250 000	428515	84203	4155	516872	0,163
250 000 à moins 500 000	110366	18322	1000	129688	0,141
500 000 et plus	40202	19604	747	60553	0,324
Non déterminé	56471	6256	75278	138005	0,045
<b>Total</b>	<b>7164388</b>	<b>707077</b>	<b>126530</b>	<b>7997995</b>	<b>0,088</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, **ENTICS 2009**

Caractéristiques	Pas d'utilité/usage								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Strate</b>									
Dakar	1326513	67,70	596857	30,40	37051	1,90	1960420	100,00	0,304
Autres villes	1126636	84,20	202954	15,20	8328	0,60	1337917	100,00	0,152
Rural	3657360	77,80	964381	20,50	77916	1,70	4699657	100,00	0,205
<b>Sexe</b>									
Masculin	2762085	75,60	817067	22,40	72874	2,00	3652027	100,00	0,224
Féminin	3348423	77,00	947125	21,80	50420	1,20	4345968	100,00	0,218
Non déclaré	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
<b>Niveau d'instruction</b>									
Aucun	3446799	78,30	909159	20,60	48672	1,10	4404629	100,00	0,206
préscolaire	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
Primaire	1517413	75,00	463896	22,90	42676	2,10	2023985	100,00	0,229
Moyen	615198	70,90	231745	26,70	21083	2,40	868026	100,00	0,267
secondaire	368154	76,20	110618	22,90	4357	0,90	483129	100,00	0,229
Supérieur	156411	75,40	48775	23,50	2362	1,10	207548	100,00	0,235
Non déclaré	6533	61,20	0	0,00	4146	38,80	10678	100,00	0,000
<b>Groupes d'âge</b>									
12 à 14	611532	77,20	172614	21,80	7643	1,00	791788	100,00	0,218
15 à 24	1946229	76,50	555965	21,80	42296	1,70	2544490	100,00	0,218
25 à 34	1317324	76,70	371557	21,60	29164	1,70	1718044	100,00	0,216
35 à 44	881993	76,80	247033	21,50	19304	1,70	1148330	100,00	0,215
45 et +	1337501	75,30	414437	23,30	23420	1,30	1775358	100,00	0,233
NSP	15931	79,70	2587	12,90	1468	7,30	19985	100,00	0,129
Total	6110508	76,40	1764192	22,10	123295	1,50	7997995	100,00	<b>0,221</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques	Pas d'utilité/usage								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>									
Cadres	98550	73,10	34109	25,30	2234	1,70	134893	100,00	0,253
Autres salariés qualifiés	258006	71,60	91985	25,50	10223	2,80	360214	100,00	0,255
Autres salariés non qualifiés	275017	73,90	95349	25,60	1612	0,40	371978	100,00	0,256
Indépendants	1910922	77,80	515148	21,00	31028	1,30	2457098	100,00	0,210
Autres actifs	1248344	81,90	256326	16,80	20017	1,30	1524686	100,00	0,168
Inoccupés	2303925	73,80	768106	24,60	49949	1,60	3121980	100,00	0,246
Nd	15744	58,00	3169	11,70	8233	30,30	27147	100,00	0,117
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>									
Moins de 5 000	1785708	76,30	529434	22,60	23803	1,00	2338945	100,00	0,226
5 000 à moins 25 000	2092507	79,80	519193	19,80	9649	0,40	2621349	100,00	0,198
25 000 à moins 50 000	912220	75,20	293670	24,20	7793	0,60	1213683	100,00	0,242
50 000 à moins 100 000	734497	75,00	242785	24,80	1617	0,20	978900	100,00	0,248
100 000 à moins 250 000	408521	79,00	104197	20,20	4155	0,80	516872	100,00	0,202
250 000 à moins 500 000	91299	70,40	37390	28,80	1000	0,80	129688	100,00	0,288
500 000 et plus	44813	74,00	15740	26,00	0	0,00	60553	100,00	0,260
Non déterminé	40943	29,70	21784	15,80	75278	54,50	138005	100,00	0,158
Total	6110508	76,40	1764192	22,10	123295	1,50	7997995	100,00	<b>0,221</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, **ENTICS 2009**

Caractéristiques	Délais de livraison								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Strate</b>									
Dakar	1869979	95,40	52649	2,70	37793	1,90	1960420	100,00	0,027
Autres villes	1307692	97,70	22570	1,70	7655	0,60	1337917	100,00	0,017
Rural	4480144	95,30	141597	3,00	77916	1,70	4699657	100,00	0,030
<b>Sexe</b>									
Masculin	3451984	94,50	127841	3,50	72202	2,00	3652027	100,00	0,035
Féminin	4205830	96,80	88975	2,00	51163	1,20	4345968	100,00	0,020
Non déclaré	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
<b>Niveau d'étude</b>									
Aucun	4247644	96,40	108986	2,50	48000	1,10	4404629	100,00	0,025
préscolaire	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
Primaire	1928347	95,30	52220	2,60	43418	2,10	2023985	100,00	0,026
Moyen	825739	95,10	21205	2,40	21083	2,40	868026	100,00	0,024
secondaire	456864	94,60	21908	4,50	4357	0,90	483129	100,00	0,045
Supérieur	192688	92,80	12498	6,00	2362	1,10	207548	100,00	0,060
Non déclaré	6533	61,20	0	0,00	4146	38,80	10678	100,00	0,000
<b>Total</b>	<b>7657815</b>	<b>95,70%</b>	<b>216816</b>	<b>2,70%</b>	<b>123364</b>	<b>1,50%</b>	<b>7997995</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,027</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques	Délais de livraison								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Groupes d'âge</b>									
12 à 14	768051	97,00	16094	2,00	7643	1,00	791788	100,00	0,020
15 à 24	2434629	95,70	67495	2,70	42366	1,70	2544490	100,00	0,027
25 à 34	1643910	95,70	44970	2,60	29164	1,70	1718044	100,00	0,026
35 à 44	1100513	95,80	28513	2,50	19304	1,70	1148330	100,00	0,025
45 et +	1692194	95,30	59744	3,40	23420	1,30	1775358	100,00	0,034
NSP	18517	92,70	0	0,00	1468	7,30	19985	100,00	0,000
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>									
Cadres	120744	89,50	11916	8,80	2234	1,70	134893	100,00	0,088
Autres salariés qualifiés	332589	92,30	17402	4,80	10223	2,80	360214	100,00	0,048
Autres salariés non qualifiés	369360	99,30	1006	0,30	1612	0,40	371978	100,00	0,003
Indépendants	2358148	96,00	67922	2,80	31028	1,30	2457098	100,00	0,028
Autres actifs	1426228	93,50	79114	5,20	19344	1,30	1524686	100,00	0,052
Inoccupés	3031833	97,10	39456	1,30	50691	1,60	3121980	100,00	0,013
Nd	18914	69,70	0	0,00	8233	30,30	27147	100,00	0,000
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>									
Moins de 5 000	2252360	96,30	62782	2,70	23803	1,00	2338945	100,00	0,027
5 000 à moins 25 000	2539388	96,90	71570	2,70	10391	0,40	2621349	100,00	0,027
25 000 à moins 50 000	1184249	97,60	22314	1,80	7120	0,60	1213683	100,00	0,018
50 000 à moins 100 000	949726	97,00	27557	2,80	1617	0,20	978900	100,00	0,028
100 000 à moins 250 000	488362	94,50	24356	4,70	4155	0,80	516872	100,00	0,047
250 000 à moins 500 000	127682	98,50	1006	0,80	1000	0,80	129688	100,00	0,008
500 000 et plus	53321	88,10	7232	11,90	0	0,00	60553	100,00	0,119
Non déterminé	62727	45,50	0	0,00	75278	54,50	138005	100,00	0,000
<b>Total</b>	<b>7657815</b>	<b>95,70</b>	<b>216816</b>	<b>2,70</b>	<b>123364</b>	<b>1,50</b>	<b>7997995</b>	<b>100,00</b>	<b>0,027</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, **ENTICS 2009**

Caractéristiques	Absence de cadre réglementaire								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Strate</b>									
Dakar	1851846	94,50	70782	3,60	37793	1,90	1960420	100,00	0,036
Autres villes	1267038	94,70	63224	4,70	7655	0,60	1337917	100,00	0,047
Rural	4530255	96,40	89740	1,90	79663	1,70	4699657	100,00	0,019
<b>Sexe</b>									
Masculin	3465676	94,90	112403	3,10	73948	2,00	3652027	100,00	0,031
Féminin	4183463	96,30	111343	2,60	51163	1,20	4345968	100,00	0,026
Non déclaré	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
<b>Niveau d'étude</b>									
Aucun	4266493	96,90	88390	2,00	49746	1,10	4404629	100,00	0,020
préscolaire	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	
Primaire	1935305	95,60	45262	2,20	43418	2,10	2023985	100,00	0,022
Moyen	811403	93,50	35540	4,10	21083	2,40	868026	100,00	0,041
secondaire	444438	92,00	34334	7,10	4357	0,90	483129	100,00	0,071
Supérieur	184967	89,10	20219	9,70	2362	1,10	207548	100,00	0,097
Non déclaré	6533	61,20	0	0,00	4146	38,80	10678	100,00	0,000
<b>Groupes d'âge</b>									
12 à 14	775678	98,00	8467	1,10	7643	1,00	791788	100,00	0,011
15 à 24	2417411	95,00	82967	3,30	44112	1,70	2544490	100,00	0,033
25 à 34	1633396	95,10	55484	3,20	29164	1,70	1718044	100,00	0,032
35 à 44	1101669	95,90	27357	2,40	19304	1,70	1148330	100,00	0,024
45 et +	1702468	95,90	49470	2,80	23420	1,30	1775358	100,00	0,028
NSP	18517	92,70	0	0,00	1468	7,30	19985	100,00	0,000
<b>Total</b>	<b>7649139</b>	<b>95,60</b>	<b>223746</b>	<b>2,80</b>	<b>125111</b>	<b>1,60</b>	<b>7997995</b>	<b>100,00</b>	<b>0,028</b>

(Suite annexe 23) : Perceptions des freins à au commerce électronique et caractéristiques socio-économiques des individus au Sénégal, **ENTICS 2009**

Caractéristiques	Absence de cadre réglementaire								
	Non		Oui		Non déclaré		Total		
	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	Effectif	N % ligne	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>									
Cadres	115990	86,00	16670	12,40	2234	1,70	134893	100,00	0,124
Autres salariés qualifiés	332811	92,40	17180	4,80	10223	2,80	360214	100,00	0,048
Autres salariés non qualifiés	364485	98,00	5881	1,60	1612	0,40	371978	100,00	0,016
Indépendants	2360161	96,10	65909	2,70	31028	1,30	2457098	100,00	0,027
Autres actifs	1448703	95,00	54892	3,60	21091	1,40	1524686	100,00	0,036
Inoccupés	3008743	96,40	62546	2,00	50691	1,60	3121980	100,00	0,020
Nd	18245	67,20	668	2,50	8233	30,30	27147	100,00	0,025
<b>Moyenne revenu mensuel ces 12 derniers mois</b>									
Moins de 5 000	2269371	97,00	44025	1,90	25550	1,10	2338945	100,00	0,019
5 000 à moins 25 000	2526641	96,40	84317	3,20	10391	0,40	2621349	100,00	0,032
25 000 à moins 50 000	1183038	97,50	23524	1,90	7120	0,60	1213683	100,00	0,019
50 000 à moins 100 000	953161	97,40	24122	2,50	1617	0,20	978900	100,00	0,025
100 000 à moins 250 000	478709	92,60	34009	6,60	4155	0,80	516872	100,00	0,066
250 000 à moins 500 000	115682	89,20	13007	10,00	1000	0,80	129688	100,00	0,100
500 000 et plus	59811	98,80	742	1,20	0	0,00	60553	100,00	0,012
Non déterminé	62727	45,50	0	0,00	75278	54,50	138005	100,00	0,000
<b>Total</b>	<b>7649139</b>	<b>95,60</b>	<b>223746</b>	<b>2,80</b>	<b>125111</b>	<b>1,60</b>	<b>7997995</b>	<b>100,00</b>	<b>0,028</b>

**Annexe 23 : Equipement en ordinateurs des ménages au Sénégal, ENTICS 2009**

Caractéristiques		T02: Nombre total et nombre d'ordinateurs possédés par ménage selon le mode d'acquisition							
		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	A224-PC offerts	A225-PC prêtés	A226-PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Strate du CM</b>									
Dakar	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,275
	Somme	109439	0	84648	0	20328	0	2342	
	Effectif	398424	398424	398424	398424	398424	398424	398424	
Autres villes	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,088
	Somme	23559	1337	14471	668	3705	0	2016	
	Effectif	268062	268062	268062	268062	268062	268062	268062	
Rural	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,035
	Somme	24729	2376	16391	0	3866	0	2095	
	Effectif	707070	707070	707070	707070	707070	707070	707070	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

## (Suite annexe 23) : Equipement en ordinateurs des ménages au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Niveau d'étude</b>									
Aucun	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,036
	Somme	32402	2376	23725	0	4086	0	0	
	Effectif	912014	912014	912014	912014	912014	912014	912014	
préscolaire	Moyenne	.	.	.	.	.	.	.	
	Somme	.	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	0	0	0	0	0	0	0	
Primaire	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,056
	Somme	12435	668	9421	0	2346	0	0	
	Effectif	220710	220710	220710	220710	220710	220710	220710	
Moyen	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,167
	Somme	15617	0	9974	0	3451	0	2191	
	Effectif	93545	93545	93545	93545	93545	93545	93545	
secondaire	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,275
	Somme	22135	669	17726	0	4485	0	0	
	Effectif	80414	80414	80414	80414	80414	80414	80414	
Supérieur	Moyenne	1	0	1	0	0	0	0	1,152
	Somme	75138	0	54665	669	13531	0	4262	
	Effectif	65231	65231	65231	65231	65231	65231	65231	
Non déclaré	Moyenne	0	.	.	.	.	.	.	0,000
	Somme	0	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	1641	1641	1641	1641	1641	1641	1641	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
<b>Age du CM</b>									
15 - 24	Moyenne	0	0	1	0	1	0	0	0,119
	Somme	4189	0	2275	0	1914	0	0	
	Effectif	35226	35226	35226	35226	35226	35226	35226	
25 - 34	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,068
	Somme	11848	0	10014	0	1834	0	0	
	Effectif	174225	174225	174225	174225	174225	174225	174225	
35 - 44	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,082
	Somme	24253	669	18816	0	2768	0	745	
	Effectif	295899	295899	295899	295899	295899	295899	295899	
45 et +	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,135
	Somme	117437	3044	84406	669	21383	0	5709	
	Effectif	868206	868206	868206	868206	868206	868206	868206	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

## (Suite annexe 23) : Equipement en ordinateurs des ménages au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Sexe</b>									
Masculin	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,109
	Somme	115092	1337	86413	669	19796	0	4262	
	Effectif	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	1052731	
Féminin	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,133
	Somme	42635	2376	29098	0	8104	0	2191	
	Effectif	320825	320825	320825	320825	320825	320825	320825	
Non déclaré	Moyenne	.	.	.	.	.	.	.	
	Somme	.	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	0	0	0	0	0	0	0	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>									
Cadres	Moyenne	1	0	1	0	0	0	0	1,040
	Somme	68641	0	50669	0	10215	0	4262	
	Effectif	65998	65998	65998	65998	65998	65998	65998	
Autres salariés qualifiés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,088
	Somme	10886	669	8883	0	743	0	1336	
	Effectif	123264	123264	123264	123264	123264	123264	123264	
Autres salariés non qualifiés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,085
	Somme	6175	0	3808	0	1006	0	0	
	Effectif	72566	72566	72566	72566	72566	72566	72566	
Indépendants	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,038
	Somme	31499	668	24271	668	5036	0	855	
	Effectif	823993	823993	823993	823993	823993	823993	823993	
Autres actifs	Moyenne	0	.	.	.	.	.	.	0,000
	Somme	0	.	.	.	.	.	.	
	Effectif	10178	10178	10178	10178	10178	10178	10178	
inoccupés	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,142
	Somme	39032	2376	26385	0	10900	0	0	
	Effectif	275402	275402	275402	275402	275402	275402	275402	
nd	Moyenne	1	0	2	0	0	0	0	0,694
	Somme	1495	0	1495	0	0	0	0	
	Effectif	2155	2155	2155	2155	2155	2155	2155	
Total	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,115
	Somme	157727	3713	115511	669	27900	0	6454	
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	1373556	

## (Suite annexe 23) : Equipement en ordinateurs des ménages au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques		Nombre d'ordinateurs dans le ménage	PC acquis par crédit	PC acquis par achat comptant	PC acquis par location	PC offerts	PC prêtés	PC professionnels / à la disposition du ménage	
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>									
Moins de 65 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,024
	Somme	6490	0	5484	0	1006	0	0	
	Effectif	264985	264985	264985	264985	264985	264985	264985	
65 000 - 115 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,030
	Somme	8359	2376	5199	0	783	0	0	
	Effectif	274154	274154	274154	274154	274154	274154	274154	
115 000 - 210 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,053
	Somme	15159	669	9309	0	4565	0	0	
	Effectif	284941	284941	284941	284941	284941	284941	284941	
210 000 - 375 000	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,053
	Somme	14529	0	8150	669	3694	0	2016	
	Effectif	276311	276311	276311	276311	276311	276311	276311	
375 000 et plus	Moyenne	0	0	1	0	0	0	0	0,414
	Somme	113190	668	87368	0	17851	0	4437	
	Effectif	273165	273165	273165	273165	273165	273165	273165	
<b>Total</b>	<b>Moyenne</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,115</b>
	<b>Somme</b>	<b>157727</b>	<b>3713</b>	<b>115511</b>	<b>669</b>	<b>27900</b>	<b>0</b>	<b>6454</b>	
	<b>Effectif</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	

Annexe 24 : Dépenses en services TIC au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques		Dépenses en téléphone fixe / 12 derniers mois	Dépenses en service internet / 12 derniers mois	Dépenses installation téléphone fixe / 12 derniers mois	Dépense installation internet / 12 derniers mois	Ménage ayant au moins une ligne fixe	Ménage ayant au moins une ligne mobile	Ménage ayant une connexion internet à domicile
<b>Strate du CM</b>								
Dakar	Somme	11104913465	5583320150	198025510	524683500	93305,4	378240,6	40108,6
	Effectif	398424	398424	398424	398424			
Autres villes	Somme	1896998500	307765840	126984955	97724900	30191	238066	4732,3
	Effectif	268062	268062	268062	268062			
Rural	Somme	2969703920	298630800	677880835	38286000	72232,2	585202,8	10713,1
	Effectif	707070	707070	707070	707070			
<b>B6-Niveau d'étude</b>								
Aucun	Somme	6835523345	909101260	750513980	7422000	89344,2	767886,6	6428,7
	Effectif	912014	912014	912014	912014			
préscolaire	Somme	.	.	.	.	.	.	.
	Effectif	0	0	0	0			
Primaire	Somme	1266159920	179536000	44831320	47495000	27657,7	200957,1	8918,3
	Effectif	220710	220710	220710	220710			
Moyen	Somme	1735604400	464989140	88420700	59303900	21443,2	91797,4	5294,7
	Effectif	93545	93545	93545	93545			
secondaire	Somme	1932287040	800840800	87164300	38286000	21199,6	74736,3	6714,3
	Effectif	80414	80414	80414	80414			
Supérieur	Somme	4202041180	3835249590	31961000	508187500	36083,9	64490,7	28198
	Effectif	65231	65231	65231	65231			
Non déclaré	Somme	0	0	0	0	0	1641,3	0
	Effectif	1641	1641	1641	1641			
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>								
Cadres	Somme	4159738900	3281001720	64284500	148220000	35389,6	65997,9	23699,8
	Effectif	65998	65998	65998	65998			
Autres salariés qualifiés	Somme	1156416080	100702800	102067600	97489500	17746	121804,1	2915,3
	Effectif	123264	123264	123264	123264			
Autres salariés non qualifiés	Somme	284746200	36226800	2226900	5031500	3586,5	66877,4	1006,3
	Effectif	72566	72566	72566	72566			
Indépendants	Somme	3806045640	863195900	601878850	43452500	77508,2	681812	12619,6
	Effectif	823993	823993	823993	823993			
Autres actifs	Somme	0	0	0	0	669,1	8343,2	0
	Effectif	10178	10178	10178	10178			
inoccupés	Somme	6411520265	1818913570	223555850	366500900	59342,1	255187,7	14565,7
	Effectif	275402	275402	275402	275402			
nd	Somme	153148800	89676000	8877600	0	1487,1	1487,1	747,3
	Effectif	2155	2155	2155	2155			
Total	Somme	15971615885	6189716790	1002891300	660694400	195728,6	1201509	55554
	Effectif	1373556	1373556	1373556	1373556			

## (Suite Annexe 25) : Dépenses en services TIC au Sénégal, ENTICS 2009

Caractéristiques		Dépenses en téléphone fixe / 12 derniers mois	Dépenses en service internet / 12 derniers mois	Dépenses installation téléphone fixe / 12 derniers mois	Dépense installation internet / 12 derniers mois	ménage ayant au moins une ligne fixe	ménage ayant au moins une ligne mobile	ménage ayant une connexion internet à domicile
<b>Age du CM</b>								
15 - 24	Somme	263157600	501076800	11485800	65705000	4075,3	25469,9	3443,3
	Effectif	35226	35226	35226	35226			
25 - 34	Somme	974916840	185892550	160517000	275145000	11169,1	148332,3	4385,9
	Effectif	174225	174225	174225	174225			
35 - 44	Somme	2470533220	814872000	182828320	73762700	47033,1	261689,8	13362,3
	Effectif	295899	295899	295899	295899			
45 et +	Somme	12263008225	4687875440	648060180	246081700	133451,1	766017,4	34362,5
	Effectif	868206	868206	868206	868206			
<b>Sexe</b>								
Masculin	Somme	10463596125	5031243620	860908930	298505400	135621,1	913960,3	38918,7
	Effectif	1052731	1052731	1052731	1052731			
Féminin	Somme	5508019760	1158473170	141982370	362189000	60107,5	287549,1	16635,3
	Effectif	320825	320825	320825	320825			
Non déclaré	Somme	.	.	.	.	.	.	.
	Effectif	0	0	0	0			
<b>Quintiles de revenu des ménages</b>								
Moins de 65 000	Somme	415127200	268531800	0	62435000	14919,6	179937,8	2560,4
	Effectif	264985	264985	264985	264985			
65 000 - 115 000	Somme	506478780	89676000	86890675	0	11536,4	231043	747,3
	Effectif	274154	274154	274154	274154			
115 000 - 210 000	Somme	3073014640	664234350	401367820	313431000	34289,4	264379,5	7614,9
	Effectif	284941	284941	284941	284941			
210 000 - 375 000	Somme	1986835060	232771300	58105475	83538500	33080,1	271750,7	5804,4
	Effectif	276311	276311	276311	276311			
375 000 et plus	Somme	9990160205	4934503340	456527330	201289900	101903,1	254398,4	38827
	Effectif	273165	273165	273165	273165			
<b>Total</b>	<b>Somme</b>	<b>15971615885</b>	<b>6189716790</b>	<b>1002891300</b>	<b>660694400</b>	<b>195728,6</b>	<b>1201509</b>	<b>55554</b>
	<b>Effectif</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>	<b>1373556</b>			

ANNEXE C : QUESTIONNAIRE

\*\*\*\*\*