



**Dynamiques et rôle économique et social du secteur informel des TIC
en Afrique de l'Ouest et du Centre, cas du Burkina Faso, du Cameroun et du
Sénégal**

Série rapport de recherche RAP.R. TIC INFOR 1.1.BF



Analyse du sous-secteur informel des TIC au Burkina Faso :

**SERGE BAYALA
MOISE KABORE
INOUSSA TRAORE**

Mars 2009

Projet de recherche sur financement CRDI

AVANT PROPOS

ACRONYMES

BM : Banque Mondiale

FMI : Fonds monétaire international

NEPAD : Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

OCDE : Organisation pour la Coopération et le Développement Economique

OIT : Organisation Internationale du Travail

ONATEL : Office National des Télécommunications

PAS : Programme d'Ajustement Structurel

PED : Pays en voie de développement

PIB : Produit Intérieur brut

PMF : Productivité Multifactorielle

SMIG : Salaire Minimum Interprofessionnel garanti

SMSI : Sommet Mondial de la Société de l'Information

TELMOB : Téléphonie Mobile du Burkina

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

UIT : Union Internationale de Technologies

UPI : Unité de Production Informelle

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1. ORIGINE DE L'ACTIVITE.....	17
TABLEAU 2. REPARTITION SELON LES TRANCHES D'AGE.....	17
TABLEAU 3. NIVEAU D'INSTRUCTION.....	18
TABLEAU 4. PARTICIPATION A LA CREATION DE L'ACTIVITE.....	19
TABLEAU 5. DUREE MOYENNE (ANNEES) D'ACTIVITE ?	19
TABLEAU 6. FORME ACTIVITE	19
TABLEAU 7. REPARTITION DES ACTIVITES SELON LE DOMAINE	20
TABLEAU 8. SEXE DU PROMOTEUR ET DOMAINE D'ACTIVITE	20
TABLEAU 9. TYPE DE LOCAL	21
TABLEAU 10. UTILISATION DE MATERIELS TIC DANS L'ACTIVITE.....	21
TABLEAU 11. PRINCIPAL FOURNISSEUR ET PRINCIPAL CLIENT	22
TABLEAU 12. BASE RELATION AVEC FOURNISSEURS ET CLIENTS	22
TABLEAU 13. NIVEAU DE CONCURRENCE SELON DOMAINE D'ACTIVITE	26
TABLEAU 14. PRINCIPAL ORIGINE DE LA CONCURRENCE	28
TABLEAU 15. REPARTITION DES DEMANDES DE CREDITS PAR RAPPORT AU CREDIT OBTENUS 28	
TABLEAU 16. RAISONS D'ABSENCE DE DEMANDES	29
TABLEAU 17. SOURCES DES PRETS OBTENUS	29

LISTES DES GRAPHIQUES

FIGURE N° 1.	FIGURE 1 : REPARTITION DES ACTEURS PAR TRANCHE D'AGE.....	16
FIGURE N° 2.	FIGURE 2 : REPARTITION DES PROMOTEURS SELON LE MILIEU D'ORIGINE	16
FIGURE N° 3.	RADAR PERFORMANCE REELLE ET PERFORMANCE IDEALE.....	23
FIGURE N° 4.	EVOLUTION DES ENTREES SUR LE MARCHE	24
FIGURE N° 5.	RADAR DE L'IMPACT DES OUTILS TIC SUR L'ACTIVITE	25
FIGURE N° 6.	REPARTITION DES CHARGES SELON DES POSTES.....	30
FIGURE N° 7.	REPARTITION DU PRODUIT SELON DES POSTES	31
FIGURE N° 8.	TYPES DE CONTRATS ET FREQUENCES.....	32
FIGURE N° 9.	CAUSES DE NON ENREGISTREMENT	35

SOMMAIRE

AVANT PROPOS	1
ACCRONYMES	2
LISTE DES TABLEAUX	3
LISTES DES GRAPHIQUES	4
TABLE DES MATIERES	5
1 CONTEXTE ET JUSTIFICATION DU PROJET	8
2 PROBLEMATIQUE, QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHESES.....	12
2.1 PROBLEMATIQUE DU SECTEUR INFORMEL DES TIC.....	12
2.2 QUESTIONS DE RECHERCHE	13
2.3 OBJECTIFS	14
2.4 HYPOTHESES	14
3 LES RESULTATS.....	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
3.1 CARACTERISATION DU SECTEUR INFORMEL DES TIC.....	16
3.1.1 CARACTERISATION DES PROMOTEURS.....	16
3.1.2 CARACTERISATION DES ACTIVITES.....	18
3.1.2.1 CREATION ACTIVITE	18
3.1.2.2 LES DOMAINES D'ACTIVITES.....	19
3.1.2.3 CARACTERISATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL	20
3.1.2.4 UTILISATION DES TIC POUR LES ACTIVITES	21
3.2 EVALUATION DES ACTIVITES	21
3.2.1 DYNAMIQUE DU SECTEUR INFORMEL DES TIC	22
3.2.2 DOMAINE D'ACTIVITE ET CONCURRENCE	26
3.2.3 RELATION AU CREDIT.....	28
3.2.4 CREATION DE RICHESSE	30
4 ROLE ECONOMIQUE ET SOCIAL.....	32
4.1 CARACTERISTIQUES DES EMPLOIS DANS LE SECTEUR INFORMEL DES TIC.....	32
4.2 PRODUCTION ET PART DE MARCHÉ DU SECTEUR INFORMEL DES TIC	33

4.2.1	CHIFFRE D'AFFAIRE, VALEUR AJOUTÉE ET PRODUCTIVITÉ DU TRAVAIL.....	33
4.2.2	PART DE MARCHÉ DU SECTEUR INFORMEL DES TIC SUR LE SECTEUR INFORMEL 34	
4.3	CADRE RÉGLEMENTAIRE ET INSTITUTIONNELLE	34
5	CONCLUSION	37
6	BIBLIOGRAPHIE.....	38
7	ANNEXE : ACTIVITÉS ET ACTEURS DU SECTEUR INFORMEL DES TIC RECENSES	40
	ANNEXE 2 : FICHES D'ENQUÊTE	0

RESUME

1 Contexte et justification du projet

L'après indépendance des pays Africains dans les années 60 a été marquée par un endettement continu soutenu à l'époque par le modèle d'HARROD-DOMAR de la croissance et des conditions institutionnelles (création du FMI et de la BM), ... Endettement dont l'impact en terme de croissance économique est, sommes toutes, resté insignifiante.

A cette situation se sont ajoutés les chocs pétroliers des années 78 qui, en plus de la détérioration continue des termes de l'échange en défaveur des pays pauvres, fragilisent d'avantage les économies africaines essentiellement agraires. C'est dans ce contexte que dans les années 80, pour répondre à cette situation de crise structurelle des économies africaines basées essentiellement sur l'agriculture et des activités informelles à faible productivité, notamment le petit commerce et l'artisanat, les Programme d'Ajustement Structurel (PAS) ont été suggérés voire imposés à l'Afrique par les institutions financières internationales.

Cependant les PAS n'ont pas permis de dépasser la crise constatée. Au contraire les appareils économiques sont restés très peu structurés dans le sens d'une amélioration de la productivité du travail ou d'une diversification, gage d'une plus grande sécurité. En plus, les effets sociaux (licenciement notamment) dus aux privatisations et à la libéralisation de l'environnement économique ont renforcé la place des activités dans l'informel seul secteur qui semblait résister aux crises selon certains auteurs. En effet P. Hugon (1980) soutient: « alors que les entreprises modernes (publiques et privées) connaissent de grandes difficultés, celles relevant du secteur informel résistent à la crise et même se multiplient ». En outre l'importance du secteur informel s'est confirmée avec les différentes enquêtes réalisées sur cette question par la suite.

Au fil des années, la place du secteur informel s'est renforcée et contrairement aux réflexions des années des indépendances qui lui prédisaient une fin certaine. L'enquête 1, 2, 3 de l'UEMOA est de ces études. Selon cette étude qui s'est intéressée au secteur informel dans les principales agglomérations de sept Etats membres de l'UEMOA en 2003, le chiffre d'affaire est de 5.905,3 milliards pour les sept agglomérations (les capitales auxquelles l'étude s'est intéressée). La production et la valeur ajoutée se chiffrent respectivement à 3.824,2 et 2.523 milliards. Dans ces sept Etats, la valeur ajoutée totale est de 17.255,7 milliards (Annuaire statistique de l'UEMOA 2003). C'est dire à titre d'exemple que le secteur informel

des différentes capitales représente à lui seul plus de 14% de la valeur ajoutée totale des huit pays pris ensemble.

En outre le secteur informel met à la disposition des ménages les biens et services à des prix accessibles aux ménages qui constituent l'essentiel de leur client, 66% tout en constituant un client important pour les entreprises formelles. Par ailleurs il offre une place d'expression aux « laissés pour compte ». En effet le nombre moyen d'année d'étude des chefs des Unités de Production Informelles (UPI) est de 3,4 années, avec 50,9% de femmes et 36,7% de jeunes de moins de 26 ans. Ces différentes catégories sociales, selon cette même étude, sont celles vulnérables face à la pauvreté. Par ailleurs, le secteur informel demeure actuellement le premier pourvoyeur d'emploi en ASS. Il occupe 75% des emplois urbains selon Traoré et al (2000).

Activités nécessitant peu d'investissement, les activités du secteur informel sont réputées creusets des laissés-pour-compte qui s'incrument dans ce créneau afin d'assurer leur survie. C'est ce qui expliquerait le boom qu'ont connu les activités relevant du secteur informel dans les années 90.

C'est dans un tel environnement économique avec une domination des activités agricoles en terme d'occupation des populations plus, de 75% en ASS, et de contribution au PIB et une forte capacité de « création d'emploi » urbain du secteur informel, que dans le milieu des années 90, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont fait irruption dans les pays africains.

Les grandes conférences internationales ces dix dernières années sur le sujet, (Genève 1996; Bamako 2000, 2002, Genève 2003, Tunis 2005, Ouagadougou et Kigali 2007), notamment les deux phases du Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI) ainsi que de nombreuses autres rencontres telles les PREPCOM et celles du NEPAD, ont soutenu la nécessité de mettre les TIC au service du développement en Afrique.

Si les TIC revêtent plusieurs aspects, (informatique, télécommunication, audio-visuel, ...), les résultats les plus probants en matière d'avancée des TIC sur le continent restent incontestablement le domaine de la téléphonie mobile où le taux de pénétration n'a d'égal sur aucun continent. Ainsi, selon Hamadoun Touré, secrétaire général de l'Union internationale des télécommunications (UIT), les pays africains ont connu les plus forts taux de croissance en téléphonie mobile, allant de 50 à 400 pour cent ces trois dernières années. L'Afrique doit maintenant se donner comme objectif de reproduire cette prouesse pour le haut débit, en

apportant "l'accès à Internet dans chaque village, chaque école, chaque université, chaque hôpital".

En effet en matière de développement de l'Internet, les chiffres de l'IUT montrent que moins de 4 % des africains ont accès à l'Internet, la pénétration du haut débit reste inférieure à 1 % et 70 % du trafic total est réacheminé à l'extérieur du continent, d'où un surcoût pour les utilisateurs. D'après la Banque mondiale, le coût de la connexion à Internet en Afrique est le plus élevé du monde (environ 250-300 USD par mois) dans un contexte de pauvreté généralisé. Les PED en général et les pays de l'ASS en particulier sont confrontés pratiquement aux mêmes problèmes : faibles taux d'alphabétisation, chômage galopant (main d'œuvre abondante mais non qualifiée), maladies endémiques... la pauvreté. Ce sont là les raisons de l'extension du secteur informel en général perçu comme le "sanctuaire" des laissés pour compte pour certains auteurs (Lauthier, 1994 ; Kaboré 2005).

Le secteur des TIC, par son développement fulgurant, a offert un nouveau terrain à l'informel de par les nouvelles opportunités qu'il a ouvert. La manifestation de ces opportunités pour l'informel la plus apparente est l'éclosion des télécentres privés, les services de vente de carte de recharge, les cybercafés ainsi que la maintenance des téléphones portables, qui s'apparente plus à des "bricoles" des téléphones portables, la vente des cartes de recharge et accessoires et des ordinateurs...

Pourtant, à l'origine, l'usage de ces équipements était orienté sur un public intellectuel, lettré et possédant un certain revenu. Or de plus en plus, l'usage de ces types d'équipements tend à être banalisé, touchant toutes les couches sociales. Le secteur des services qui accompagne cet élan a également suivi la dynamique d'où une « informalisation » de plus en plus grandissante de ce secteur pourtant de « haute technologie ». Les écoles supérieures en informatique (surtout privées) ont également accompagné cet essor, déversant des jeunes diplômés sur le marché de l'emploi, agrandissant ainsi le nombre de chômeurs. Ces jeunes vont également agrandir le secteur de l'informel en travaillant sur de rares contrats individuels implicites de façon générale et se contentant de faibles rémunérations tout en offrant des services à faibles coûts. Le secteur informel dit des TIC est ainsi né avec ses spécificités...

C'est dans le but d'apprécier les effets de telles évolutions autant sur le plan social qu'économique que la présente étude a été initiée. Elle vise essentiellement la compréhension et la connaissance de ce secteur.

2 Problématique, questions de recherche et hypothèses

2.1 Problématique du secteur informel des TIC

Le secteur informel est généralement considéré comme un secteur où s'abritent les personnes ayant peu de qualification et où les biens et services produits par le secteur dit formel sont difficilement accessibles. Cette inaccessibilité peut être due aux coûts, à la proximité des biens et services produits, etc. Si ces raisons évoquées sont vraies pour le secteur informel en général, elles ne semblent pas l'être pour le secteur informel des TIC. En effet, certaines structures, telles que les cybercafés, les télécentres, la maintenance et d'autres emplois (la programmation, la conception et la vente de logiciels...) nécessitent un niveau minimum de formation (Cours Moyen 2, 6 années de scolarité régulière) alors que selon l'enquête de l'UEMOA en 2003, le nombre moyen d'année d'étude des chefs des Unités de Production Informelles (UPI) est de 3,4 années (inférieur au niveau requis).

Par ailleurs, alors que les entreprises du secteur formel combattent sans relâche le secteur informel parce que pratiquant une concurrence déloyale, le secteur informel des TIC semble avoir le quitus des entreprises formelles. Cela se matérialise par le choix délibéré ou tacite des opérateurs de téléphonie d'utiliser les acteurs du secteur informel comme des canaux de distribution de certains services. La vente des cartes de recharge, la création des télécentres par l'ONATEL ainsi que les cybercafés sont des exemples de cette "sous-traitance" parmi tant d'autres. Plusieurs études ont montré la précarité des emplois dans le secteur informel malgré son importance en termes de contribution à la production des pays africains. Par ailleurs la productivité est réputée y être assez faible, 6 fois moins que la productivité dans le secteur dit moderne. Or il apparaît dans les études que les TIC contribuent à l'amélioration de la productivité multifactorielle (PMF), Colécchia et al. 2002, Pilat et al. 2002/2, Youssef et al. (2004). Les TIC pourraient de ce point de vue améliorer la productivité des Unités de Production Informelles (UPI).

Par ailleurs les espoirs que suscitent les TIC quant à leur capacité d'impulser le développement sont indirectement liés au secteur informel dans les pays pauvres et ceux africains en général. En effet, ce secteur est composé du secteur agricole et du secteur informel non agricole. Le premier secteur occupe plus de 75 % de la population active dans les pays pauvres alors que le second occupe lui aussi 75% des emplois urbains. Autrement dit le secteur informel occupe à lui seul plus de 93% des actifs dans lesdits pays. L'impact des

TIC sur le développement devrait donc se mesurer à l'aune de son impact sur le secteur informel.

2.2 Questions de recherche

Dans la présente étude nous allons essayer de répondre à la question suivante : Quelle est la dynamique interne au secteur informel des TIC ?

Questions spécifiques

❖ Caractérisation du secteur informel des TIC et état de ses dynamiques actuelles

- Que recouvre le secteur informel des TIC ? Quels sont les acteurs qui y évoluent : âge, genre, niveau de formation ? Quelles sont les activités qui y ont cours ? Sous quelles formes (entrepreneur individuel ou entreprise) et avec quels financements ?
- Quelles sont les raisons qui expliquent l'expansion et le dynamisme du secteur ? Quels sont les avantages et les inconvénients à évoluer dans ce secteur, en particulier les contraintes rencontrées par certains acteurs désirant changer d'échelle pour aller vers le formel ?
- Quel est le potentiel d'innovation du secteur ? Existe-il des innovations susceptibles de favoriser le passage d'activités informelles vers le secteur formel ?
- Quelles sont les relations avec le secteur formel : complémentarité ou concurrence ? Existe-t-il des facteurs propres au formel qui expliquent l'essor du secteur informel ?

❖ Rôle social et économique

- Quelle est la part réelle du secteur dans la création de la richesse nationale, d'emplois ou d'activités génératrices de revenus au profit de certaines catégories de la population ?
- Quels sont les apports du secteur à d'autres activités socio-économiques, politiques et culturelles ?

❖ Cadre réglementaire et politique

- Faut-il nécessairement formaliser le secteur en cherchant à le réglementer de façon contraignante ? Quelles en sont les motivations (élargissement de l'assiette fiscale, besoin de durabilité et d'efficacité économique ou autres) ? Où faut-il laisser le secteur vivre sa propre dynamique interne et créer ses propres opportunités de changement d'échelle ?

- Quelle est la place actuelle du secteur informel dans les politiques et stratégies TIC adoptées par les pays ? De quels appuis et moyens institutionnels, politiques et financiers ses acteurs ont-ils besoin pour mieux entreprendre et de façon durable dans le secteur des TIC ?
- Quelles sont les mesures et/ou les politiques appropriées d'encadrement du secteur et d'accompagnement de ses acteurs qui veulent passer au formel et entreprendre de façon plus durable : formation, financement, mesures incitatives, notamment d'ordre fiscal, mise en place d'incubateurs, parrainage par des entreprises du formel ? Existe-t-il des exemples probants de politiques allant dans ce sens dans des pays en développement, asiatiques notamment, dont les pays africains pourraient s'inspirer ?

2.3 Objectifs

L'objectif général de ce projet est de mieux comprendre les dynamiques actuelles du secteur informel des TIC et le rôle économique et social qu'il joue afin de recommander la mise en place de cadres réglementaires et l'adoption de mesures politiques propices au renforcement des capacités des acteurs qui y évoluent et, le cas échéant, à leur passage à des activités et à des structures relevant du formel.

De façon plus spécifique, le projet vise à :

- caractériser le secteur informel des TIC par l'identification plus précise des acteurs et des activités dans lesquelles ils sont engagés ;
- analyser les dynamiques en cours afin d'identifier le potentiel du secteur, les facteurs explicatifs de son dynamisme actuel, ses forces et faiblesses mais aussi les opportunités et les menaces;
- déterminer le rôle social et économique du secteur à travers sa contribution à la richesse nationale, à la création d'emplois et d'activités génératrices de revenus, et à l'impulsion d'autres secteurs nationaux et locaux ;
- analyser les cadres réglementaires et les politiques existants afin de proposer les adaptations appropriées et mettre à la disposition des décideurs politiques des données probantes destinées à la prise de mesures propices à une meilleure exploitation du potentiel du secteur et au passage au formel de ses acteurs qui en ont le potentiel et les motivations.

2.4 Hypothèses

Les hypothèses que nous cherchons à vérifier à travers cette recherche sont ainsi formulées :

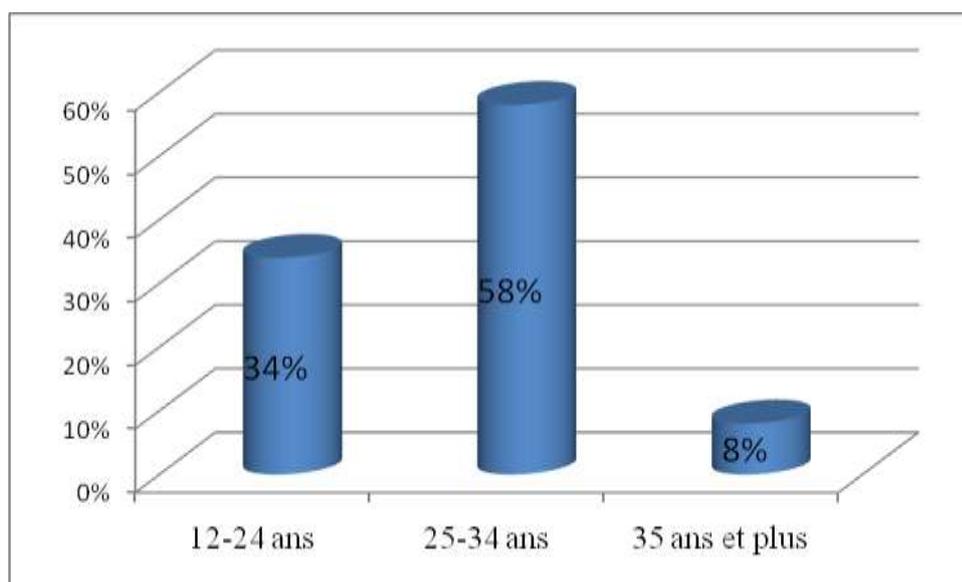
- dans des économies nationales où la part des TIC croît de façon continue, le secteur informel y joue un rôle dynamique et contribue au développement économique et social ;
- l'existence d'un cadre réglementaire et l'adoption de mesures politiques appropriés permettent de valoriser le potentiel dont recèle le secteur informel des TIC et favoriser le passage de ses acteurs à des activités et structures d'entrepreneuriat formelles

3 Caractérisation du secteur informel des TIC

3.1 Caractérisation des promoteurs

Les promoteurs d'unités informelles dans les TIC sont en majorité des hommes, 86% contre seulement 14% de femmes. Agés en moyenne de 31 ans, la tranche d'âge 25-34 ans est fortement représentée, 58% des acteurs dans la ville de Ouagadougou contre respectivement 34% et 8% pour les tranches d'âge 12-23 et plus de 35 ans.

Figure N° 1. Figure 1 : Répartition des acteurs par tranche d'âge

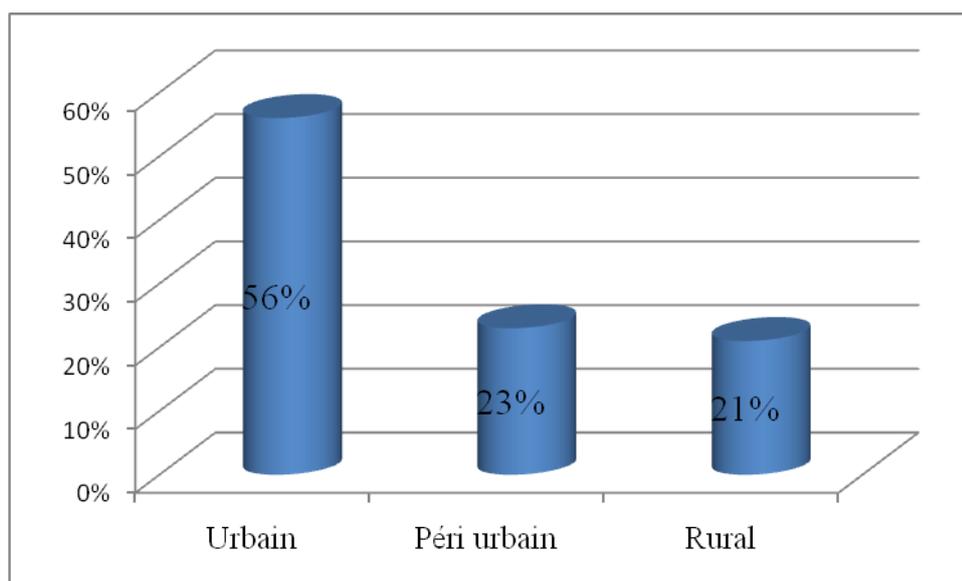


Par ailleurs les niveaux d'instruction sont disparates. 18% n'ont aucun niveau d'instruction tandis que le reste des acteurs a au moins été alphabétisé. Le secteur informel des TIC à Ouagadougou marque sa spécificité sur ce point avec le secteur informel en général avec 35% des acteurs ayant un niveau minimum secondaire contre 3,4 ans comme durée moyenne d'étude dans ce secteur (UEMOA 2003).

Cette présence de personnes ayant un niveau d'instruction significatif se justifie par les activités d'origine des acteurs. En effet, 20 % des acteurs étaient avant la présente activité qu'ils exercent, soit du public, soit du secteur formel ou étaient élève/étudiants.

Pour ce qui est de l'origine géographique du promoteur, le graphique ci-dessous nous montre qu'en général plus de 50% des promoteurs sont originaires du milieu urbain, 23% viennent du milieu péri urbain et 21% du milieu rural.

Figure N° 2. Figure 2 : Répartition des promoteurs selon le milieu d'origine



Sur le plan des migrations interactives, seuls 17% des acteurs avaient un contact avec les TIC avant cette activité dont 13% dans le secteur informel. Il ressort toutefois que la majorité des acteurs viennent du secteur informel (TIC 13% et non TIC 46%). Autrement dit, l'opportunité qu'a représenté l'avènement des TIC a conduit les acteurs aussi bien du secteur informel à s'investir ou à se convertir dans ce secteur que les autres acteurs à s'y inscrire.

Tableau 1. Origine de l'activité

TIC public	3%
TIC privé formel	1%
TIC privé informel	13%
Autre privé formel	5%
Autre privé informel	46%
Autre public	4%
Sans emploi,	12%
Elève étudiant	12%
Autre	5%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Tableau 2. Répartition selon les tranches d'âge

12-24 ans	34%
-----------	-----

25-34 ans	58%
35 ans et plus	8%
Age moyen	31 ans

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Tableau 3. Niveau d'instruction

Aucun	18%
Primaire	31%
Secondaire général	31%
Secondaire technique	5%
Supérieur	4%
Formation professionnelle	1%
Alphabétisation	1%
Ecole coranique	9%
Autre	1%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.2 Caractérisation des activités

3.2.1 Création activité

La création des activités dans le secteur informel des TIC à l'instar des activités du secteur informel en général répond à un besoin précis : celui de la survie. Dès lors, elle est l'œuvre des promoteurs qui s'autofinancent d'une manière où d'une autre (86% des activités dans le cas présent). En tout état de cause, les fonds investis au départ sont, sommes toutes, assez modestes. Cette caractéristique justifie l'un des critères essentiels du secteur informel, celui du libre entrée-libre sortie surtout en matière de capital de départ. Elle donne par ailleurs tout le sens de l'expression chère à Lauthier : le secteur « des laissés pour compte ».

Cette caractéristique se traduit également par la forme des activités qui sont en majorité des activités ou unités de production informelle (UPI par analogie à la terminologie utilisée par le rapport de l'UEMOA sur le secteur informel) individuelles, 95% des activités sont dans ce cas.

Activités assez récentes, 3 ans en moyenne, les activités du secteur informel des TIC semblent avoir suivi l'instauration de la concurrence surtout dans le secteur des télécommunications et la réduction des prix qui ont résulté de cette concurrence. En effet la baisse des prix aussi bien des puces que des téléphones portables a résulté de cette libéralisation. A titre d'exemple, en 2003, l'abonnement au réseau TELMOB coûtait 23 400 FCFA en moyenne sans crédit de communication. En 2009, on trouve pour le même réseau de télécommunication des téléphones portables disposant d'une puce dudit réseau et d'un crédit de communication pouvant aller jusqu'à 3000 FCFA à moins de 20 000 FCFA le tout. C'est ce qui justifie d'ailleurs la répartition des activités selon les domaines TIC.

Tableau 4. Participation à la création de l'activité

vous-même (seul)	86%
vous-même avec d'autres personnes	5%
un(des) membre(s) de votre famille	8%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Tableau 5. Durée moyenne (années) d'activité ?

Minimum	Maximum	Moyenne
0	43	3

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Tableau 6. Forme activité

Individuel	95%
Entreprise	4%
Association	1%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.2.2 Les domaines d'activités

La répartition des acteurs selon l'activité fait ressortir que le secteur de la télécommunication est de loin le plus représenté, 85% des acteurs travaillent dans ce domaine contre 8% dans l'audio visuel numérique et 7% dans l'informatique et internet. Cette répartition confirme les statistiques sur la représentativité et la pénétration des TIC par les télécommunications. En

effet, le secteur des TIC le plus développé dans les pays du sud est celui des télécommunications. Ce qui a d'ailleurs conduit des auteurs tels que Youssef et al. 2004, à négliger les autres domaines dans leurs estimations lors de leurs travaux sur l'effet du secteur des TIC sur la croissance économique.

Tableau 7. Répartition des activités selon le domaine

Télécommunication	85%
Informatique et Internet	7%
Audio visuel numérique	8%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

En outre la répartition de l'activité principale des promoteurs est liée significativement au genre du promoteur ($P = 0.010$). Dans les télécommunications les femmes sont plus représentées que les hommes 91% contre 84%. Cela s'explique par leur présence dans les télécentres où elles sont quasiment seules comme gérantes. Par contre l'audio visuel numérique semble être l'affaire des hommes 9% contre 1% au niveau du sexe opposé. Au niveau du domaine de l'informatique, autant de femmes que d'hommes y exercent avec un point de plus néanmoins que les hommes (8% contre 7%).

Tableau 8. Sexe du promoteur et domaine d'activité

Activités	Masculin	Féminin
Télécommunication	84%	91%
Informatique et Internet	7%	8%
Audio visuel numérique	9%	1%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.2.3 Caractérisation des conditions de travail

Le secteur informel est un secteur enraciné dans la tradition de la «vente à la sauvette», surtout le secteur informel involutif selon certains auteurs ou de survie selon d'autres. Cette tradition se confirme dans le cas présent qui reste caractérisé par la mise à disposition de service à proximité des consommateurs qui sont surtout des ménages et ou des individus.

La répartition des acteurs selon les caractéristiques de l'endroit ou des conditions d'exercice de leurs activités montrent que les acteurs exerçant à domicile sont négligeables 4% contre

31% aussi bien pour les personnes exerçant sans lieux fixes que pour celles qui disposent de kiosque, ateliers ou des boutiques, et 33% pour les activités dans des locaux fixes construits dans des endroits publics. Autrement dit 64% des acteurs (postes improvisés et ambulants sur voies publiques ou marchés, lieux fixes dans des endroits publics) focalisent leur activité sur les endroits publics. Ce pourcentage traduit la nécessité de rendre accessible les produits TIC au niveau de la population, dans son ensemble. Cette stratégie est sans doute la raison de la forte pénétration des TIC à travers surtout les télécommunications dans les pays pauvres tels que le Burkina Faso.

Tableau 9. Type de local

postes improvisés sur voie publiques et marchés et ambulants	31%
Atelier, kiosque boutique	31%
A domicile	4%
lieux fixes dans des endroits publics	33%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.2.4 Utilisation des TIC pour les activités

L'utilisation des TIC pour les activités du secteur informel des TIC montre une disparité entre les types d'outils TIC existant. Ainsi le téléphone fixe et le téléphone portable sont les plus utilisés, respectivement 34 et 65% des acteurs affirment utiliser ces outils. Par contre, seuls 10% des acteurs affirment utiliser des ordinateurs dans le cadre de leurs activités. Par ailleurs, l'utilisation de l'internet et du fax reste assez négligeable 3% pour chaque cas.\$

Tableau 10. Utilisation de matériels TIC dans l'activité

	D'ordinateur	Téléphone fixe	Internet	Téléphones portables	Fax
oui	10%	34%	3%	65%	3%
non	90%	66%	97%	35%	97%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.3 Evaluation des activités

L'évaluation des activités du secteur informel va s'intéresser dans un premier temps à la dynamique interne des activités, c'est-à-dire les relations entre les acteurs, la nature de l'évolution de certaines caractéristiques de l'activité et leurs facteurs explicatifs. Ensuite nous verrons les relations avec les institutions financières, c'est-à-dire le rapport des acteurs au crédit et enfin nous nous appesantirons sur la création de richesse de ce secteur.

3.3.1 Dynamique du secteur informel des TIC

3.3.1.1 Relations entre les acteurs

Les relations aussi bien entre acteurs du secteur informel qu'avec les autres acteurs, clients et fournisseurs sont surtout basées sur la confiance qui est une caractéristique essentielle des économies en réseaux. Dans le cas présent les personnes enquêtées affirment que la principale base de leur relation avec les fournisseurs et les clients est la confiance (63% et 73%) respectivement pour les relations avec les fournisseurs et les clients.

Par ailleurs si les UPI s'approvisionnent de toutes les structures aussi bien publiques, privées formelles et du secteur informel comme le montre le tableau suivant, les clients eux sont en majorité des ménages (91% des clients). Cela confirme également le rôle social du secteur informel qui est supposé mettre à la disposition des consommateurs des services accessibles (bon marché) tout en assurant la proximité avec les demandeurs.

Tableau 11. Principal fournisseur et principal client

Libellés	Fournisseurs	clients
secteur public et para public	9%	4%
Grande entreprise privée (commerce)	19%	0%
Petite entreprise privée (commerce)	31%	0%
Grande et petite entreprise privée (non commerce)	2%	1%
Entreprise du secteur informel	26%	4%
Ménages	6%	91%
Importations directes	7%	0%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Tableau 12. Base relation avec fournisseurs et clients

	Avec fournisseurs	Avec clients

Confiance	63%	73%
Garantie	10%	5%
Contrat écrit	10%	2%
Oral	8%	14%
Contrat non écrit	5%	3%
Simple accord écrit	3%	2%

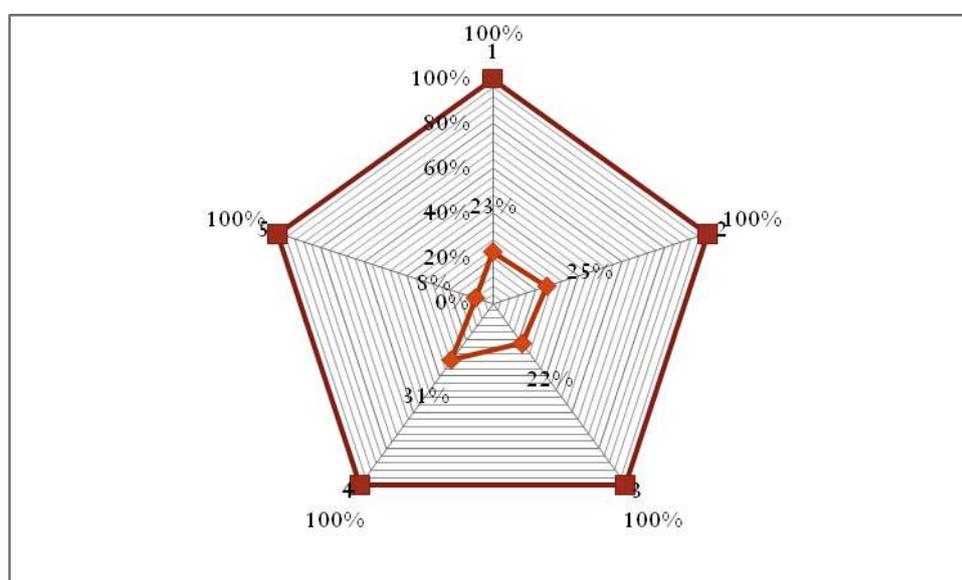
Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.3.1.2 Nature de l'évolution des caractéristiques des activités

Les principales caractéristiques qui sont analysées ici sont le chiffre d'affaires, la marge bénéficiaire, la quantité des inputs, le nombre de clients et les prix des biens et services.

En se fixant comme performance idéale une situation dans laquelle 100% des promoteurs affirmeraient avoir constaté une évolution positive de chacun de ces indicateurs, le graphique ci-dessous nous montre la performance réelle dans la dynamique des activités.

Figure N° 3. Radar performance réelle et performance idéale



Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Ce graphique nous montre que le pourcentage de promoteurs ayant constaté une hausse de la marge bénéficiaire au cours des douze derniers mois est de seulement 25%. Ce pourcentage est de 22% pour ce qui concerne l'évolution du chiffre d'affaires, 25% pour la hausse de la

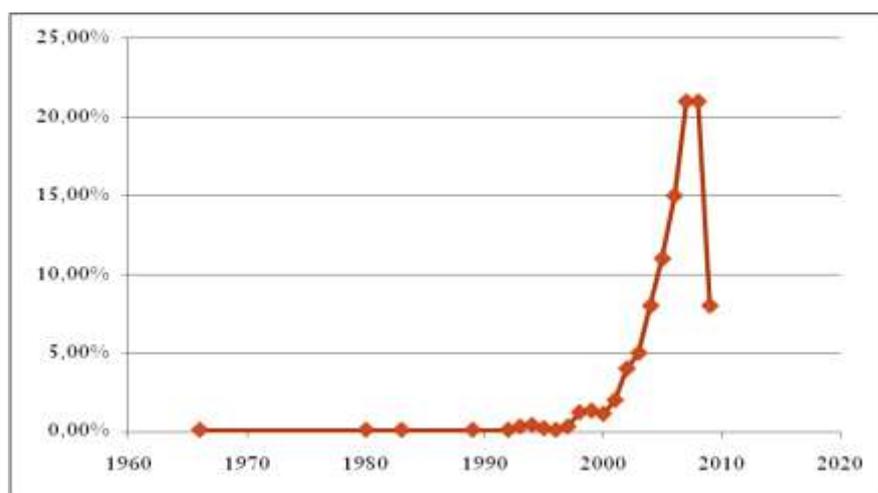
quantité des inputs, 31% pour le nombre de clients et 8% pour les prix des produits et services. Dès lors la question qui se pose est celle relative aux facteurs explicatifs de tels chiffres.

De l'analyse il ressort que plusieurs facteurs peuvent probablement expliquer un tel état de fait. En effet, pour ce qui concerne par exemple le mouvement du chiffre d'affaires, la forte concurrence (70%) et le faible pouvoir d'achat des consommateurs (51%) sont les principaux facteurs explicatifs. Une analyse plus poussée montre que le mouvement du chiffre d'affaires est fortement lié à la zone géographique et au sexe du promoteur. En effet Le chiffre d'affaires paraît plus volatile en milieu rural qu'en milieu urbain (15% de stabilité contre plus de 20%). Egalement les promoteurs de sexe masculin semblent plus favorisés car plus nombreux à enregistrer une hausse de leur chiffre d'affaires et moins nombreux à en enregistrer une baisse. Quant à la dynamique de la clientèle, elle est liée uniquement au sexe du promoteur et ne dépend ni de la situation géographique ni du type d'activités. Il semble donc exister une règle de sélection liée au genre des promoteurs de la part des clients.

La clientèle est plus fidèle aux promoteurs de sexe masculin.

Un autre indicateur de la dynamique du secteur informel c'est la fréquence d'entrée des acteurs sur le marché au fil des années. Le graphique ci-dessous montre l'évolution de cet indicateur dans le temps. On constate un boom à partir du début des années 2000. Ceci pourrait s'expliquer d'une part par la libéralisation du marché qui a eu pour conséquence l'arrivée de nouveaux opérateurs dans le domaine de la téléphonie mobile notamment et d'autre part l'accroissement soutenu de la demande due à la forte diffusion des nouvelles technologies dans l'économie. Mais du point de vue des acteurs du secteur formel cette instabilité du marché s'explique par le fait que, le secteur des TIC en général est peu réglementé si bien que n'importe qui peut se dire informaticien, vendeur ou réparateur de matériel informatique.

Figure N° 4. Evolution des entrées sur le marché



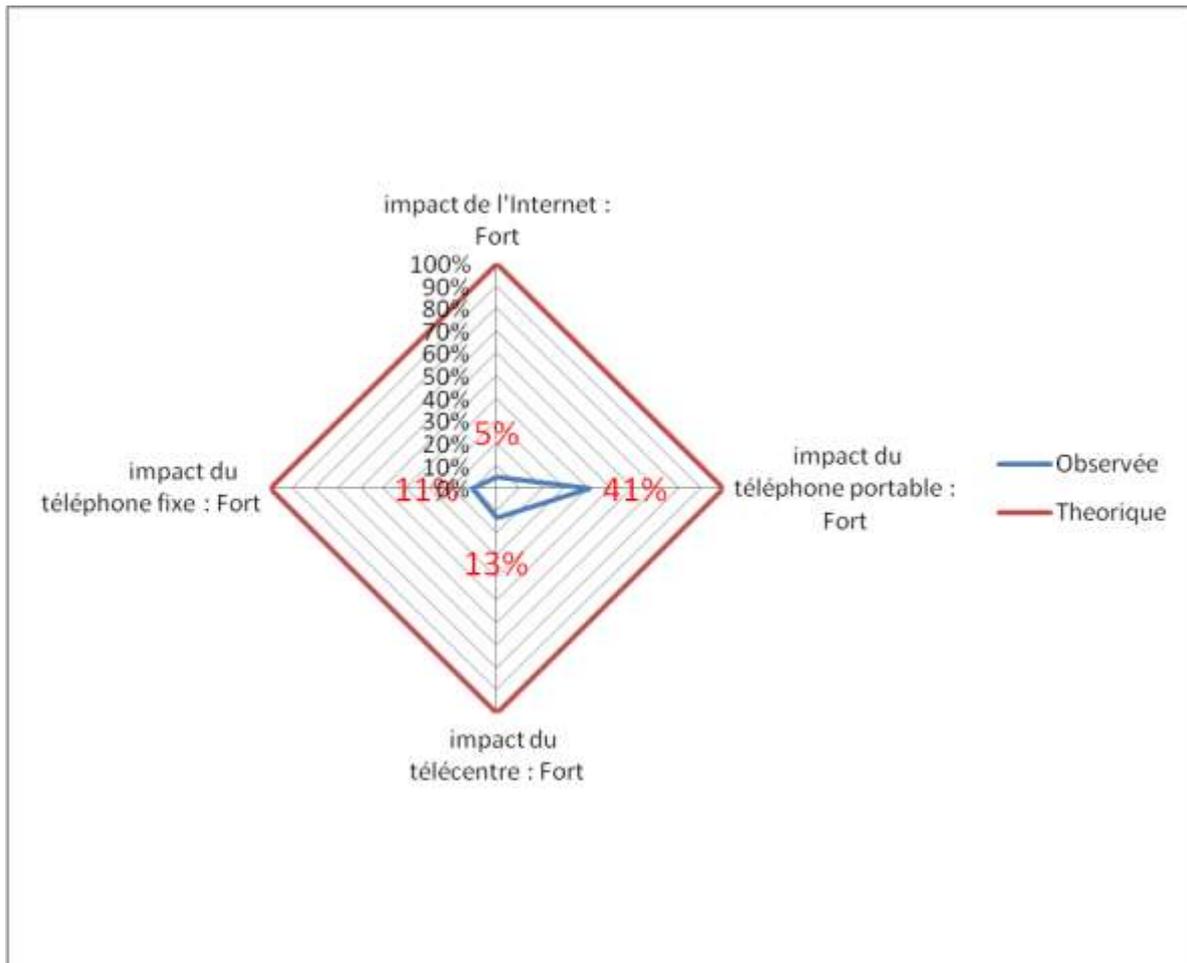
Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

3.3.1.3 Incidence de l'utilisation des TIC sur l'activité.

Comme il a été dit plus haut, les acteurs du secteur informel des Tic utilisent de façon diverse les outils TIC, il s'agit ici de voir l'appréciation que ces acteurs ont de l'impact de l'utilisation de ces outils sur leur activité.

En supposant que la situation idéale est une situation dans laquelle 100% des acteurs utilisant un outil donné estiment que cet outil a un fort impact sur l'activité, le radar ci-dessous nous permet de comparer la situation observée à la situation idéale.

Figure N° 5. Radar de l'impact des outils TIC sur l'activité



Seule l’utilisation du téléphone portable semble avoir une forte incidence sur l’activité chez beaucoup de promoteurs (41%).

3.4 Domaine d’activité et concurrence

Même s’il existe des relations de complémentarité pour vendre les produits (si un promoteur n’a pas un produit demandé par un client il peut le prendre chez le voisin moyennant une ristourne), le degré de concurrence n’est pas nul, il semble même assez élevé. En effet les résultats de l’enquête (significatifs $p=0.003$) montre qu’il existe une concurrence perçue par les acteurs eux-mêmes. En effet le taux d’appréciation de la concurrence varie selon le domaine d’activité. Dans tous les domaines d’activité l’appréciation de la concurrence est forte. Cette concurrence est fortement ressentie (72%) dans le domaine de l’informatique et internet contre 66% dans les télécommunications et 45% dans l’audio visuel.

Tableau 13. Niveau de concurrence selon domaine d’activité

		Audio	visuel
Télécommunication	Informatique et internet	numérique	

Forte	66%	72%	45%
Moyenne	22%	19%	37%
Faible	12%	9%	18%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Remarquons également que dans tous les domaines d'activité le taux d'appréciation croît avec son niveau (tableau précédent) mettant ainsi en évidence la concurrence dans le secteur informel des TIC (tableau suivant). Ce dernier tableau indique que l'origine principale de la concurrence est le secteur informel des TIC lui-même. Cette idée est soutenue par 92% des personnes interrogées contre seulement 7% par le secteur TIC formel. Cet état de fait se justifie par la nature des produits proposés mais surtout des types de clients. En effet les produits proposés par le secteur formel TIC et les marchés sur lesquels ces derniers proposent ces produits sont assez souvent différents des produits et marchés de l'informel (produits haut de gamme vs produits bas de gamme). Egalement, le secteur privé dans les pays pauvres vit surtout des marchés publics, or le secteur informel est exclu de ce marché là.

Toutefois l'analyse des relations entre promoteurs informels et formels montre que ces relations sont à la fois complémentaires et conflictuelles par moment. En effet, selon les promoteurs du formel, bien qu'ils utilisent souvent le canal du secteur informel pour écouler leurs produits, il existe de nombreuses situations où les acteurs du secteur informel constituent une véritable menace à la survie de certaines unités formelles. Pour illustrer ce propos, un promoteur du formel affirmait ceci : *«Le drame c'est que certains utilisent même le nom de notre société pour aller vendre leur matériel. Et souvent les clients reviennent nous voir parce que le matériel qu'ils ont acheté n'est pas de bonne qualité »*

Il faut aussi noter que la nature de la relation varie selon les domaines d'activités autrement dit, dans certains domaines les relations sont uniquement complémentaires et dans d'autres elles sont conflictuelles. A titre illustratif pour ceux qui interviennent par exemple dans le domaine de la fourniture d'accès à l'Internet, ils notent que le secteur informel ne peut pas être leurs concurrents parce qu'ils n'interviennent pas dans ce domaine qui demande de gros investissements (achat de VSAT, de liaison spécialisée). Il y a aussi le fait, que certains acteurs du formel vendent du matériel haut de gamme adressé à une certaine clientèle qui ne fréquente pas le secteur informel. Dans ces deux situations le secteur informel ne constitue

donc un concurrent pour le secteur formel. On peut aussi ajouter le cas du secteur des télécommunications où les réseaux de téléphonie mobile entretiennent des relations de partenariat avec les agents du secteur informel des TIC. Ces agents constituent leur réseau de distribution. Etant donné que ces grandes structures formalisées n'ont pas la capacité d'atteindre le consommateur final, le secteur informel est là pour les compléter et leur permettre d'être plus proche de leur client. De l'avis des opérateurs de téléphonie, le secteur informel des TIC constitue un réseau indispensable qui ne doit pas disparaître et doit mieux s'organiser pour être plus efficace. Plus le secteur informel est efficace plus les réseaux de téléphonie accroîtront leur clientèle car grâce à ce secteur le client est plus proche du produit.

Certains opérateurs interrogés vont jusqu'à dire que l'avenir du secteur informel des TIC est étroitement lié à l'avenir des sociétés de téléphonie mobile et que tant que ces dernières évolueront le secteur informel des TIC évoluera. Il y aura donc toujours de l'activité pour les agents du secteur informel des TIC.

Par contre certains promoteurs du secteur formel qui sont dans la vente d'équipement, de portable et d'accessoire informatique pensent que le secteur informel constitue un concurrent de taille.

Tableau 14. Principal origine de la concurrence

Marché interne TIC Informel	92%
Marché interne TIC formel	7%
Marché externe	1%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Face à une telle concurrence, les acteurs adoptent plusieurs stratégies pour occuper le marché. Ainsi, la majorité des promoteurs mise sur la qualité des services (52%) ou la qualité des produits (12%). D'autres par contre optent pour la diversification des produits (14%).

3.5 Relation au crédit

Les acteurs du secteur informel en général manifestent des réserves face aux crédits qu'ils supposent aliénant ou trop complexes. Dans le cas présent seul 9% des acteurs ont déjà eu à déposer une demande de prêt dont 74% se sont couronnés de succès.

Tableau 15. Répartition des demandes de crédits par rapport au crédit obtenus

	Demande de crédit	obtenu
Oui	9%	74%
Non	91%	26%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Les raisons évoquées pour justifier cette faiblesse du rapport au crédit sont entre autres l'absence de garantie dans 34% des cas, 23% disent n'en avoir pas besoin, respectivement 14 et 13% pensent soit qu'ils ne vont pas avoir, soit que les démarches sont trop complexes.

Tableau 16. Raisons d'absence de demandes

Pas besoin de crédit	23%
Démarche trop complexe	13%
Absence de garantie	34%
Intérêt trop élevé	3%
Garantie exigée trop élevée	4%
Echéances trop court	1%
Pense qu'il ne va pas avoir	14%
Autre	9%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Les sources des prêts obtenues sont dominées par les institutions de micro-finance. Ces derniers octroient 60% des prêts obtenus par ce secteur contre 30% au secteur bancaire. Ce faible pourcentage du financement bancaire est confirmé par les banquiers qui affirment ne financer que les projets innovants et à forte valeur ajoutée.

Tableau 17. Sources des prêts obtenus

Prêt bancaire	30%
Micro crédit	60%
Autre	10%

Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Les crédits demandés servent le plus souvent à l'acquisition d'équipements (47%) et à la construction d'un local (35%). Le montant demandé vaut en moyenne 1.855.000FCFA.

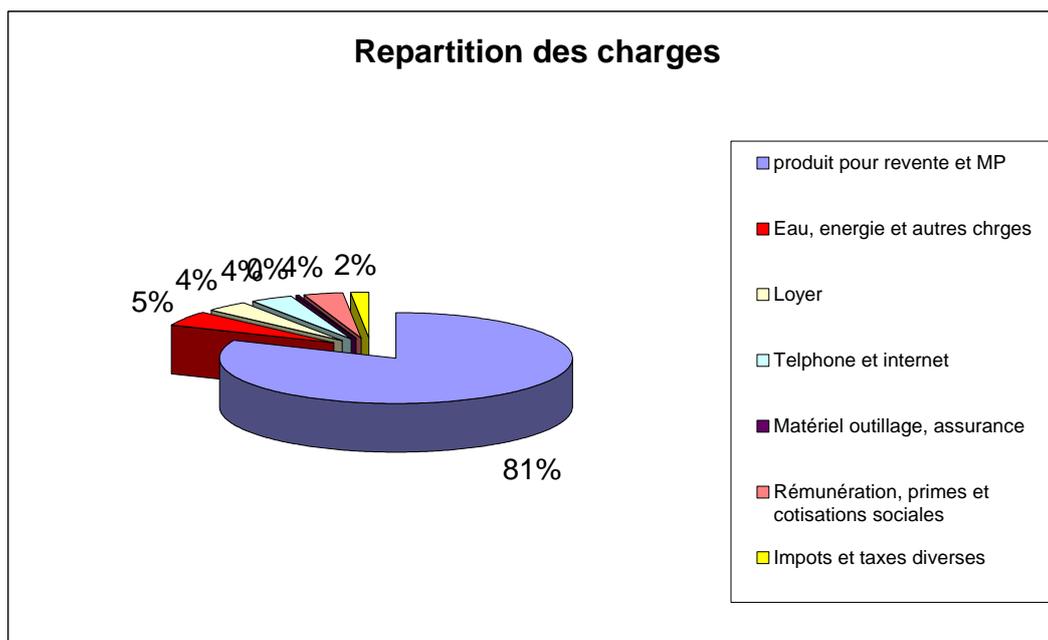
Mais le montant moyen obtenu en est inférieur (1.268.313FCFA).Cependant le montant moyen remboursé s'élève à 799.350 FCFA soit un taux de remboursement de 63%.

La catégorie autre (10%) est constituée des prêts obtenus auprès des structures publiques telles le fonds d'appui aux activités du secteur informel (FASI) ou le fonds d'appui aux activités rémunératrices des femmes (FAARF). En effet l'enquête auprès de ces derniers montre que certains promoteurs du secteur informel des TIC ont pu accéder à leurs prestations. Par exemple, au niveau du FASI, ils disent avoir reçu quelques dossiers de demande de prêts notamment pour l'ouverture de cybercafés, de télé centres, de vente de cartes téléphoniques et de téléphones portables. C'est surtout dans le domaine des télécommunications que les demandes sont nombreuses. Selon ces derniers, les acteurs qui ont reçu ces prêts sont arrivés à les rembourser dans les délais, ce qui démontre qu'ils arrivent à s'en sortir bien. La motivation qui guide, les acteurs du secteur informel des TIC selon eux, c'est le fait que le domaine des TIC, notamment la téléphonie mobile est en croissance dans notre pays. Les produits liés au secteur se vendent assez bien même s'ils notent que la prolifération des acteurs limitent un temps soit peu le développement des activités au niveau individuel.

3.6 Création de richesse

Une première agrégation des charges nous donne pour les UPI enquêtées une valeur de deux milliards sept cent soixante quinze millions deux cent quarante deux mille huit cent quatre vingt FCFA (2 775 242 580). Ces charges se répartissent comme indiquées par le graphique suivant :

Figure N° 6. Répartition des charges selon des postes

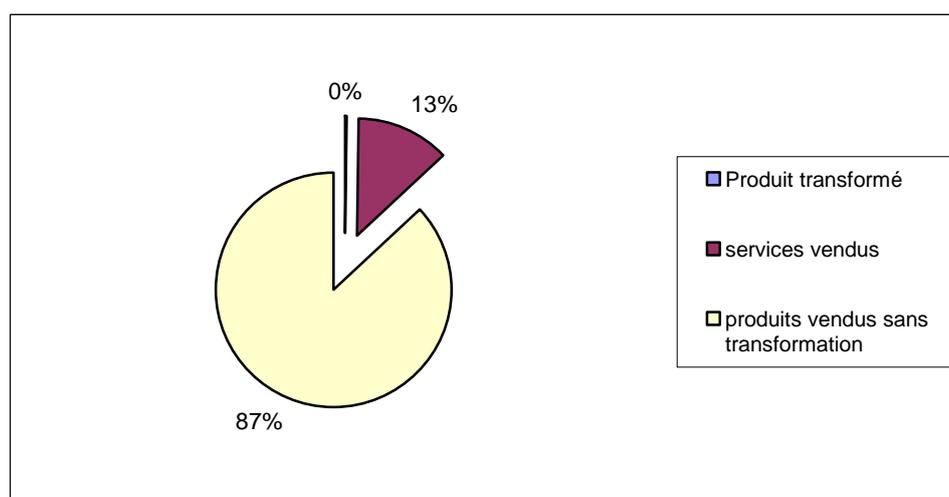


Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Ce graphique permet de montrer que les impôts et taxes restent un poste de charges assez important malgré qu'ils n'occupent que 2% des charges, dans la mesure où ils représentent à peu près la moitié des charges de personnel.

Les produits quant à eux s'élèvent à 4 094 901 624 FCFA. Ce qui donne un bénéfice brut de un milliard trois cent dix neuf million six cent cinquante neuf mille quarante quatre (1 319 659 044) FCFA.

Figure N° 7. Répartition du produit selon des postes



Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Le graphique montre que les produits transformés sont négligeables.

4 Rôle économique et social

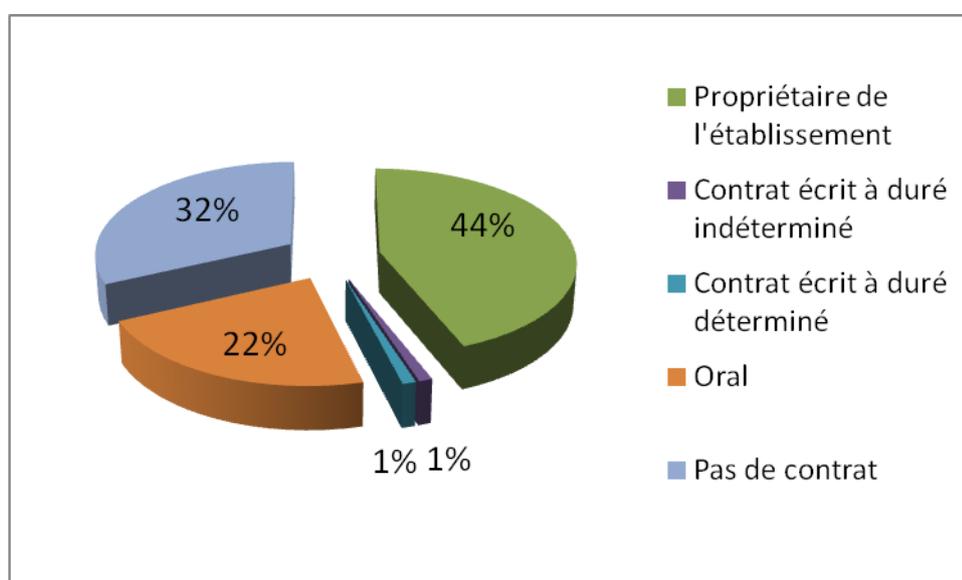
L'appréciation du rôle économique et social du secteur informel des TIC passe par l'analyse de sa contribution au produit intérieur brut, à la création d'emplois, au budget de l'Etat.

4.1 Caractéristiques des emplois dans le secteur informel des TIC

Le nombre moyen de main d'œuvre par unité d'exploitation est 1.61 personnes ce qui signifie que les établissements sont majoritairement individuels. Les hommes représentent 71% de la main d'œuvre. La majorité de cette main d'œuvre a un niveau primaire ou secondaire général (57%). Toutefois la proportion de la main d'œuvre sans instruction, ni formation, ni alphabétisation, n'est pas négligeable (21%). Quant à la stabilité des emplois, 84% des emplois sont permanents malgré l'inorganisation du secteur. Pour comprendre un tel résultat il convient d'analyser la nature des contrats.

Le graphique suivant nous montre les types de contrats et leur fréquence.

Figure N° 8. Types de contrats et fréquences



Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

La permanence de la main d'œuvre remarquée plus haut s'explique donc par le fait qu'une grande partie des acteurs sont des propriétaires des établissements. L'informalité du secteur apparaît ici par une importante proportion de contrat oral (22%) et d'absence de contrat (32%) et la presque inexistence de contrat écrit.

Pour ce qui concerne la rémunération, la plupart des acteurs perçoivent un salaire fixe (mois, quinzaine, semaine). Ils représentent environ 41% des acteurs du secteur informel des TIC. Mais environ 26 personnes sur 100 travaillent sans rémunération. La rémunération moyenne mensuelle par travailleur est de 22067 FCFA ; ce qui ne leur permet pas d'assurer le minimum d'existence. En réalité, environ 87% des ouvriers reçoivent un salaire inférieur au SMIG. La rémunération est sélective car les hommes gagnent en moyenne 28045 FCFA et les femmes 13840 FCFA. Les femmes gagnent donc environ 2 fois moins que les hommes.

La rémunération est aussi fonction du statut occupé dans l'activité. Le patron est le mieux payé avec une moyenne de 36877 FCFA.

Même si les conditions de travail sont précaires dans ce secteur, force est de reconnaître que le secteur informel des TIC contribue fortement à la réduction du chômage au Burkina Faso. Ce point de vue est d'ailleurs corroboré par les responsables politiques selon qui, *« le secteur informel est un secteur qui permet à l'état de juguler un temps soit peu le problème de l'emploi dans notre pays. Grâce à ce secteur de nombreuses personnes arrivent à s'auto employer et même à créer des emplois pour d'autres personnes. C'est un secteur formateur car contribue grandement à la formation professionnelle même s'il n'est pas reconnu par un diplôme, du fait que les acteurs apprennent comme apprentis et à la longue arrivent aussi à créer leur entreprise. »*

Mais ils notent que même si c'est un secteur important pour l'économie, il contribue aussi au développement du phénomène de la fraude, le non paiement des impôts, toute chose qui peut contribuer à freiner le développement des affaires dans notre pays.

4.2 Production et part de marché du secteur informel des TIC

4.2.1 Chiffre d'affaire, valeur ajoutée et productivité du travail

Dans le secteur informel des TIC, le chiffre d'affaire moyen s'élève 50.968 FCFA. Cette valeur ne rend pas compte de la dispersion du chiffre d'affaire car une analyse par tranche du chiffre d'affaire montre que le chiffre d'affaire des 90% des acteurs excéderait difficilement la valeur de 50.000 FCFA.

En déduisant du chiffre d'affaires, la valeur des charges de consommation intermédiaire (matières premières, produits pour revente, loyer, eau, gaz, électricité, téléphone, accès internet, combustible, carburant, éclairage, petit outillage, transport, assurance, entretien et maintenance), l'on calcule ainsi la valeur ajoutée qui ici a peu de sens, du fait de la nature non

transformatrice des activités du secteur informel des TIC. On obtient une valeur ajoutée moyenne négative (-195.696FCFA), ce qui signifie que les activités du secteur informel des TIC sont non rentables. Toutefois cette conclusion n'est pas très significative à cause de la forte dispersion d'une part du chiffre d'affaires autour de la moyenne et d'autre part des charges. Cette dispersion est elle-même due à la disparité entre les acteurs et les activités. En effet, l'imputation du montant moyen des charges à des acteurs qui ont très peu de charges peut laisser croire à un résultat négatif.

Enfin, pour ce qui est de la productivité, en tenant compte du fait qu'il se trouve en moyenne 1.6 main d'œuvre par unité d'exploitation du secteur informel des TIC et un chiffre d'affaire mensuel moyen de 50968FCFA, l'on peut finalement estimer la productivité moyenne mensuelle du travail à $50968/1,6=31865$ FCFA. La productivité moyenne mensuelle du travail est donc supérieure à la rémunération mensuelle moyenne payée de 31%; il existe donc un phénomène de sous-emploi dans le secteur informel des TIC.

4.2.2 Part de marché du secteur informel des TIC sur le secteur informel

Sur la base des estimations moyennes du chiffre d'affaire, on pourrait procéder à une estimation des parts de marché du secteur informel des TIC, d'une part sur le secteur informel (toutes catégories confondues) et d'autre part sur le secteur TIC (informel et formel). Généralement les estimations que nous avons du chiffre d'affaire du secteur TIC ou du secteur informel, sont réalisées dans des villes particulières. Une extrapolation est difficilement acceptable dans la mesure où on ne connaît pas le poids des autres villes du Burkina Faso relativement à la référence habituelle de Ouagadougou.

Néanmoins si l'on donne un poids de 70%, 20% et 10% respectivement à Ouagadougou, Bobo Dioulasso et autres villes, il ressort à partir de l'enquête 1-2-3 de Décembre 2000 à Novembre 2001 que le chiffre d'affaire annuel moyen dans le secteur informel au Burkina s'estime autour de 2.839.733FCFA (chiffre d'affaires total = 469.3 milliards FCFA sur 165262 UPI).

Ainsi, la part moyenne de marché du secteur informel des TIC dans le secteur informel s'estime à

$(50968*12)/2.839.733=0,215378$ soit 21,53%.

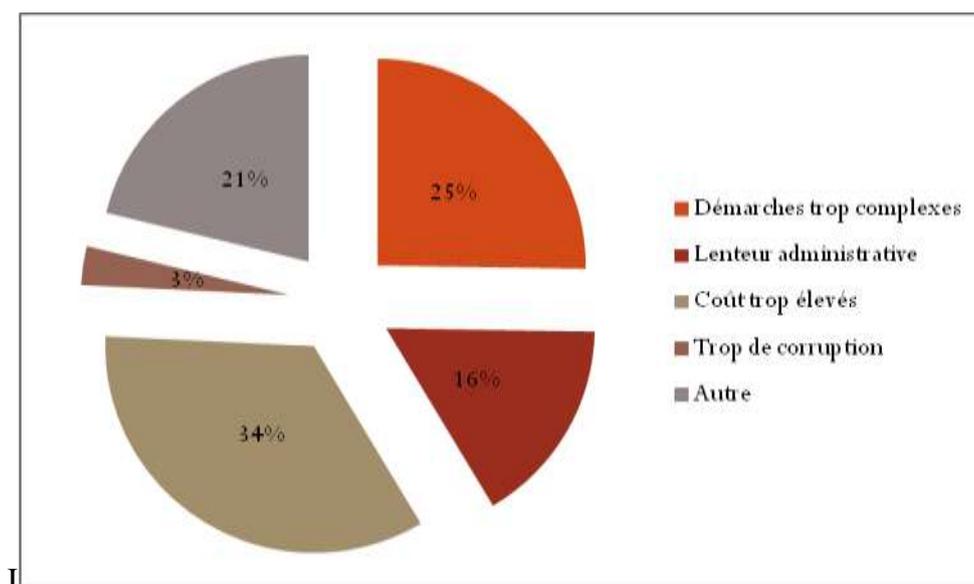
4.3 Cadre réglementaire et institutionnelle

Il s'agira dans cette section d'analyser la propension des unités de production informelles à se formaliser d'une part et d'autre part d'analyser leurs positions vis-à-vis des impôts.

Il ressort que 83% des unités ne connaissent pas les conditions de création d'une entreprise. Cependant 60% des entreprises seraient prêtes à faire enregistrer leurs activités auprès de l'Etat même si toutefois il convient de souligner que seulement 16% des acteurs ont déjà essayé de se faire enregistrer.

A la question pourquoi l'essai d'enregistrement n'a pas abouti, la réponse la plus récurrente est celle liée aux coûts très élevés. Le graphique ci –dessous résume les différentes réponses.

Figure N° 9. Causes de non enregistrement



Source : Enquête secteur informel Ouagadougou 2009

Le graphique montre donc que la problématique de l'élévation des coûts d'enregistrement constitue un frein à la formalisation des unités informelles mais cependant, de l'avis de la grande majorité (plus de 8 sur 10) des exploitants du secteur informel des TIC, la simplification des procédures de création d'entreprises peut accroître l'enregistrement des entreprises auprès de l'administration.

Pour ce qui est de la problématique relative au paiement des impôts, il ressort que 70% des acteurs seraient prêts à payer des impôts. Sur ces 70%, la majorité (57%) préfère un impôt à périodicité annuelle.

Le souhait d'un grand nombre (54%) est que l'impôt qu'ils paient revienne plutôt à l'Etat c'est-à-dire au niveau central plutôt qu'au niveau local et que cet impôt soit prioritairement dépensé dans l'éducation et la santé.

5 Conclusion

Au terme de l'analyse, il faut noter que le secteur informel des TIC apparaît comme un secteur ayant beaucoup de spécificités non seulement dues à l'informalité des activités mais surtout dues au type d'activités informelles à savoir les nouvelles technologies. Ainsi donc, on peut retenir que c'est un secteur en forte expansion avec un niveau de concurrence interne très poussé, constitué essentiellement de promoteurs individuels ayant un niveau d'instruction supérieur à la moyenne du secteur informel en général. C'est aussi un secteur qui joue un rôle économique et social très important à travers d'une part les emplois qu'il crée et les salaires qu'il paye et d'autre part sa contribution directe à la valeur ajoutée globale de l'économie et donc à l'amélioration du taux de croissance de la production intérieure brute de la nation.

Toutefois, ces caractéristiques positives ne doivent pas cacher les difficultés internes et les possibles conséquences négatives de ce secteur. En effet, la création d'emplois et la contribution au PIB sont entachées d'une précarité au niveau des emplois et de pertes de recettes fiscales au niveau du budget de l'Etat.

Mais, en dépit de ces points faibles, le secteur présente de bonnes perspectives. En effet la propension à la formalisation semble élevée (en témoigne la disposition des gens à se faire enregistrer et à payer les impôts) pour peu que les procédures et coûts y relatifs soient allégées.

6 Bibliographie

Alessandra Colecchia et Paul Schreyer, 2002; « *la contribution des technologies de l'information et des communications à la croissance économique dans neuf pays de l'OCDE* », Revue économique de l'OCDE n° 34, 2002/1

Ben Youssef A. M'Henni H., 2004, « les effets des TIC sur la croissance économique : cas de la Tunisie »; Revue Région et développement n°19-2004.

CHAZE Catherine et TRAORE Félicité 2000, « *Les défis de la petite entreprise en Afrique pour une politique globale d'appui à l'initiative économique : des professionnels africains proposent* » ; Ed Léopold Mayer/RAMPE.

OCDE (2002 a), « *measuring the information Economy*», OCDE, Paris, www.ocde.org/sti/measuring-infoeconomy

Abdelouahab Makhloufi et Ali Khardouche, 2007, « *Les apports des mobiles au développement des PME et PMI algériennes* », Revue électronique TIC et Développement, 21 août

François LEQUILLER 2001, « *La nouvelle économie et la mesure de la croissance du PIB* »

Série des documents de travail de la Direction des Etudes et Synthèses Économiques,
G 2001 / 01

UEMOA 2003, « *Le secteur informel dans les principales agglomérations de sept membres de l'UEMOA : Performances, Insertion, perspectives* », Principaux résultats de l'enquête 1-2-3 de 2001-2002 réalisée par les instituts nationaux de statistique des Etats membres avec l'appui technique d'AFRISTAT et de DIAL et sur financement de l'Union européenne.

HERNANDEZ, E. M., MARCO, Luc janvier 2003; « *L'entrepreneuriat et les théories de la firme* », Revue Française.

DE SOTO H. 1994, « *L'AUTRE SENTIER, LA REVOLUTION DE L'INFORMEL DANS LE TIERS MONDE* », ED. LA DECOUVERTE.

ELLIS Stephen et FAURE Yves-A. 1995, « *Entreprises et entrepreneurs africains* » ; édition KARTHALA-ORSTOM, p 626.

FERCHIOU R. 1994, « *MICRO ENTREPRISES DU SECTEUR INFORMEL A TUNIS : OBSTACLES DE CARACTERE LEGAL ET INSTITUTIONNEL* », BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, GENEVE, DOCUMENT DE TRAVAIL, SERIE WEP 2-19/WP-51.

KABORE Moise 2005, « Les déterminants du secteur informel de Bobo-dioulasso au Burkina Faso » ; Mémoire de DEA, Ouagadougou, p 78.

LAUTIER B. 1994 : « *L'économie informelle dans le tiers monde* », ed la découverte, coll « Repère », P123.

Jérôme ADAM et Pierre JACQUET, « *TIC et développement des pays pauvres* »,

7 Annexe : Activités et acteurs du secteur informel des TIC recensés

Activités	Ouagadougou			Bobo			Koudougou			total/act	
	Total/act/vil	Proportion	Tail éch/ act/vil	Total/ act/vil	Proportion	Tail éch/ act/vil	Total/ act/vil	Proportion	Tail éch/ act/vil		total échantillon
Vente de carte	1844	0.393	275	685	0.428	102	104	0.255	16	2633	393
Télécentre	861	0.183	128	402	0.251	60	170	0.417	25	1433	214
Vendeur de sap sap	166	0.035	25	53	0.033	8	0	0.000	0	219	33
Vente d'accessoire de téléphone portable	413	0.088	62	123	0.077	18	22	0.054	3	558	83
Vente de téléphone portable	284	0.060	42	113	0.071	17	20	0.049	3	417	62
Réparation de téléphone portable	126	0.027	19	18	0.011	3	18	0.044	3	162	24
Vente d'ordinateur	14	0.003	2	1	0.001	0	0	0.000	0	15	2
Réparation d'ordinateur	10	0.002	1	1	0.001	0	0	0.000	0	11	2
Maintenance * Ville	34	0.007	5	10	0.006	1	0	0.000	0	44	7
Vente d'accessoire informatique	43	0.009	6	3	0.002	0	2	0.005	0	48	7

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Bureautique	174	0.037	26	43	0.027	6	20	0.049	3	237	35
Vente de téléviseur	57	0.012	9	34	0.021	5	10	0.025	1	101	15
Vente de CD,DVD,VCD	112	0.024	17	12	0.008	2	10	0.025	1	134	20
Cyber-café	34	0.007	5	7	0.004	1	10	0.025	1	51	8
Formation	21	0.004	3	1	0.001	0	1	0.002	0	23	3
Photographie	45	0.010	7	6	0.004	1	0	0.000	0	51	8
Reportage photo Vidéo	26	0.006	4	2	0.001	0	0	0.000	0	28	4
Flashage et décodage	27	0.006	4	9	0.006	1	0	0.000	0	36	5
Vente d'antenne	155	0.033	23	20	0.013	3	0	0.000	0	175	26
Montage et réparation d'antenne	29	0.006	4	0	0.000	0	1	0.002	0	30	4
Recharge batterie de téléphone portable	45	0.010	7	0	0.000	0	0	0.000	0	45	7
Vente de logiciel	5	0.001	1	0	0.000	0	0	0.000	0	5	1
Gravage CD	17	0.004	3	0	0.000	0	1	0.002	0	18	3
Vidéo club	24	0.005	4	0	0.000	0	0	0.000	0	24	4
Configuration réseau	6	0.001	1	0	0.000	0	0	0.000	0	6	1

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Location CD,DVD,VCD	9	0.002	1	4	0.003	1	2	0.005	0	15	2
Conception de site Web	1	0.000	0	0	0.000	0	0	0.000	0	1	0
Service conseil	6	0.001	1	1	0.001	0	0	0.000	0	7	1
Vente d'équipement informatique et audiovisuel	31	0.007	5	13	0.008	2	7	0.017	1	51	8
Câblage	4	0.001	1	1	0.001	0	0	0.000	0	5	1
Réparation DVD VCD	26	0.006	4	11	0.007	2	3	0.007	0	40	6
Vente appareil DVD,VCD	35	0.007	5	25	0.016	4	5	0.012	1	65	10
Distributeur de programme télé	14	0.003	2	1	0.001	0	2	0.005	0	17	3
Total	4698	1.000	701	1599	1.000	238	408	1.000	61	6705	1000
Proportion de l'échantillon par ville	0.700671141		701	0.23848		238	0.06085		61	1	1000

ANNEXE 2 : FICHES D'ENQUÊTE

Annexe 4 : :Fiche d'enquête entreprises secteur informel des TIC

Enquête sur la dynamique et le rôle économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre : cas du Burkina Faso, du Cameroun et du Sénégal

Ce questionnaire vise à mieux comprendre le secteur informel des TIC en Afrique. Il est réalisé dans le cadre d'une recherche avec le soutien du CRDI et les informations collectées restent confidentielles

Numéro du Questionnaire	_ _ _
Date de l'Interview	_ _ - _ _ - _ _ _ _
Agent Enquêteur	_ _
Superviseur	_
Ville	_
Commune/ Arrondissement	_ _ _ _
Zone	_

IDENTIFICATION DU PROMOTEUR DE L'ACTIVITE		
Nom ou raison sociale		
Sigle		
Téléphone (entreprise) _ _ _ _ _ _ _ _ _ _		
Nom du promoteur		
Poste occupé par le promoteur dans l'entreprise Agent subalterne, 2- responsable technique 3-administration- 4-directeur général/ gérant 5 - autres	_	
Sexe du promoteur: (1=Masculin, 2=Féminin)	_	
Age	_ _	
Niveau d'instruction 1-Aucun 2 Primaire 3-Secondaire général 4- Secondaire technique 5 Supérieur 6 -Formation professionnelle 7-Alphabétisation 8-Ecole coranique 9 Autres (à préciser)	_	
Moyens de communication dans le cadre de votre activité (1=Oui, 2=Non)	Existence	Usage
Email (noter si possible)	_	_
Téléphone fixe	_	_
Téléphone portable	_	_
Fax	_	_
Autre (à préciser)	_	_
Statut matrimonial Marié(e) 2 Célibataire 3 Autre (à préciser)	_	
Nationalité		
1- Burkinabè	2-Camerounais	3-Sénégalais

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

4- UEMOA	5..CEDEAO hors UEMOA	6-CEMAC
7-Autre africain	8-Asie	9-Europe
10-Amérique		
Zone géographique d'origine Urbain 2 Péri urbain 3 Rural		_
Dans quel secteur d'activité exerciez-vous avant celle-ci ?		
1--TIC public	2--TIC privé formel	3--TIC privé informel
4--Autre privé formel	5--Autre privé informel	6--Autre public
7--Sans emploi	8--Elève étudiant	9-Autre (à préciser)

B- IDENTIFICATION DE L'ACTIVITE ET/OU DE L'ETABLISSEMENT

Qui a créé l'établissement ? Vous-même (seul) 2 Vous avec d'autres personnes Un (des) membre(s) de votre famille 4 D'autres personnes		_	
Date de création de l'établissement		_ _ - _ _ - _ _ _ _	
Forme de l'établissement (activité) 1--Individuel 2. Entreprise 3 Association			
Personnel de l'établissement		Hommes	Femmes
	Salariés		
	Non salariés		
	Total		
L'entreprise dispose t elle pour son activité de : (1=Oui, 2=Non)			
Ordinateur		_	
Internet		_	
Téléphone fixe		_	
Téléphone portable		_	
Fax		_	
Autre (à préciser)		_	
Comment effectuez-vous vos comptes ? 1-Comptabilité écrite formelle (bilan et compte d'exploitation) 2-Comptabilité contribution directe pour 3-Notes personnelles 4-Ne fait pas de comptes 5.-Autres (à préciser)			
Votre établissement (activité) appartient il à : Un groupe 2 - un réseau		_	

C - CARACTERISATION DU LIEU D'EXERCICE DE L'ENTREPRISE

Type de local pour l'exercice de votre activité Ambulant Poste improvisé sur la voie publique Poste fixe sur la voie publique Véhicule Au domicile du client Dans votre domicile sans installation particulière	_
---	---

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Dans votre domicile avec installation particulière Poste improvisé sur le marché public Local fixe sur le marché public (boutique, comptoir) Atelier, boutique, kiosque Autre (à préciser)	} Passez à D1	
Pourquoi exercez vous votre activité dans ce lieu ? N'a pas trouvé de local disponible N'a pas les moyens pour louer ou acheter un local Exerce son activité avec plus de facilité N'a pas besoin Autre (à préciser)		_

D- ACTIVITES EXERCEES DANS LE DOMAINE DES TIC

Quelle est la nature de vos activités dans le domaine (1=Oui, 2=Non)					
D1.a Télécommunication		D1.b Informatique et internet		D1.c Audio visuel numérique	
Ventes de cartes de recharge	_	Assemblage d'ordinateurs et périphériques	_	Vente d'équipements audio visuels (TV, caméra)	_
Ventes d'accessoires (importateurs+détaillants)	_	Vente d'équipements informatiques	_	Ventes d'accessoires	_
Vente de téléphone+accessoires	_	Ventes d'accessoires	_	Distributeur de programmes TV	_
Vente d'antennes	_	Vente de logiciels et de progiciels	_	Vente de CDs+VCDs+DVD	_
Accès (télécentres, cyber centres, call box, cabines téléphoniques)	_	Services conseils	_	Maintenance et entretien	_
Télé services (call centers)	_	Bureautique (photocopie, saisie, scannage, téléchargement et gravure)	_	Formations	_
Maintenance et entretien	_	Maintenance et entretien	_	Conseils	_
Installation d'antennes	_	Réseautage et câblage	_	Production audio visuelle	_
Décodage de téléphones portables	_	Développement d'applications et de sites web	_	Vidéotheque	_
Chargeur de téléphone	_	Web master	_	Autre (à préciser)	_
Collecteur-payeur de flotte	_	Autre (à préciser)	_		
Formations	_				
Services conseils	_				
Autres (à préciser)	_				
Activité principale (inscrire l'activité principale déclarée)					
1-Télécommunication Informatique et internet Audio visuel numérique					_

E- RELATIONS CLIENTS FOURNISSEURS ET MODE DE PAIEMENT

Quel est votre principal client? 1..Secteur public et para public 2..Grande entreprise privée (commerce) 3..Petite entreprise (commerce) 4..Grande entreprise privée (non commerciale) 5..Petite entreprise (non commerciale) 6..Entreprises du secteur informel 7..Ménages 8..Exportations directes	_
Quel est le type de vos principaux clients (3 principaux)? 1..Grossiste du même secteur 2..Détaillant 3...Secteur formel 4 ..Opérateur de téléphonie 5 ..Individu 6 Institution/service 7 Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème
Sur quoi principalement est basée votre relation avec les clients ? 1..Confiance 2..Garantie 3..Contrat écrit 4 ..Oral 5 Contrat non écrit (tacite) 6.. Simple accord écrit 7..Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème
Quels sont vos principaux fournisseurs ? Secteur public et para public Grande entreprise privée (commerce) Petite entreprise (commerce) Grande entreprise privée (non commerciale) Petite entreprise (non commerciale) Entreprises du secteur informel Ménages Importations directes	_ 1er _ 2ème _ 3ème
Origines de vos sources principales d'approvisionnement National Sous régional (préciser le pays _____) Autre Afrique (préciser le pays _____) Chine USA Europe Dubaï Autre (préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème
Sur quoi principalement est basée votre relation avec les fournisseurs ? Confiance Garantie Contrat écrit Contrat non écrit (sans contrat) Oral Simple accord écrit Autre (à préciser)	_
Mode principal de paiement des clients 1..Comptant 2..Crédit 3..Echange non monétaire 4..Autre (à préciser)	_

F - MARCHE ET CONCURRENCE

Comment appréciez-vous la concurrence dans votre domaine d'activité ? 1..Très forte 2..Forte 3..Moyenne 4..Faible 5..Très faible	_
Origine de la concurrence principalement?	_

1...Marché interne TIC-INFORMEL 3..Marché externe	2..Marché interne TIC-FORMEL 3..Autre (à préciser)	
Quel est pour vous le facteur le plus important qui joue sur la concurrence ? 1..Proximité 2..Qualité du produit 3..Marketing 4..Prix 5..Autre (à préciser)		_
Quelle est votre principale stratégie d'occupation du marché ? 1..Qualité de service 2..Qualité de produit 3..Diversité des produits 4..Souplesse de paiement 5..Prix bas 6..Autre (à préciser)		_
Quel est le principal mécanisme de fixation des prix ? Fixation de pourcentage sur le prix de revient Marchandage avec les clients Fonction des prix des concurrents Suivant le prix officiel Prix fixé par mon association Par le client A l'heure de travail Par abonnement Raison sociale de l'activité Autre (à préciser)		_
Faites vous la publicité de vos produits ? (1=Oui, 2=Non)		_
Sinon, donnez la principale raison ? N'a pas besoin N'a pas de moyens Produits et services suffisamment connus Les concurrents font la publicité pour moi Autre (à préciser)		_
Si oui à F6 quel est votre principal canal publicitaire? Radio 2 Télévision 3 Journaux 4 Panneaux publicitaires 5 Affiches 6 Internet 7 Commerciaux (démarcheurs) Autre (à préciser)		_
Travaillez-vous souvent en partenariat avec d'autres structures pour réaliser une tâche ? (1=Oui, 2=Non)  Non, Passez à F12		_
Si oui, comment ? 1..Travail en réseau (Internet) 2.. Association d'entreprises 3..Sous traitance 4..Autre (à préciser)		_
Raison principale? 1..Insuffisance financière 2..Insuffisance technique 3..Membre d'une association d'entreprises 4..Membre d'un réseau 5..Autre (à préciser)		_
Quelle est l'étendue de votre marché ? 1..Local 2 National 3..Zone UEMOA 4..Zone CEDEAO 5..Autre (à préciser) 6.. Zone CEMAC		_
Quelle est l'appréciation du niveau de l'impact des canaux de communication suivants sur votre activité ? (1=fort, 2=moyen, 3=faible, 4=sans effet)		
Internet		_
Téléphone portable		_
Télécentre		_
Téléphone fixe		_
Autre (à préciser)		_

A quoi vous sert le principal canal ?	
Joindre mes fournisseurs	_
joindre mes clients	_
Présenter mes produits	_
contacter mes collègues pour vendre, acheter ou emprunter des produits	_
Autre (à préciser)	_

G- APPRECIATION DU MARCHE

Au cours des douze derniers mois, votre marge bénéficiaire : S'est améliorée 2 Est restée stable 3- A baissé	_
Au cours des douze derniers mois le nombre de vos clients : S'est accru 2 - Est resté stable 3- A baissé	_
Au cours des douze derniers mois, avez-vous eu de nouveaux clients qui avaient pour fournisseurs les grandes entreprises avant de venir à vous ? Oui 2 Non 3 Ne sait pas	_
Au cours des douze derniers mois, les prix de vos produits ou services : Ont augmenté 2. Sont restés stables 3- Ont baissé	_
Au cours des douze derniers mois comment ont évolué les quantités de vos inputs (matières premières)? Hausse 2 Stabilité 3- Baisse	_
Au cours des douze derniers mois, comment a évolué votre chiffre d'affaires ? Hausse 2 Stabilité 3 Baisse	_
Comment expliquez-vous le mouvement de votre chiffre d'affaires ? (1=Oui, 2=Non)	
Forte concurrence	_
Baisse des prix des produits	_
Hausse des prix des produits	_
Faible pouvoir d'achat des consommateurs	_
Autre (à préciser)	_

H- RELATIONS AVEC LES STRUCTURES DE FINANCEMENT

Quel était le montant de votre capital de départ ? en FCFA _____)	
Quelle était la principale source de votre capital de départ ? 1..Epargne (bancaire, etc) 2.Tontine 3 Don, héritage 4 Prêt familial 5 Prêt auprès des fournisseurs, 6 Prêt auprès des usuriers 7..Prêt auprès des associations 8..IMF 9.. Prêts bancaires 10 Autres (à préciser)	_ 1er _ 2èm e _ 3èm e
Avez-vous déjà demandé un crédit auprès des institutions financières ? (1=Oui, 2=Non) non allez à H6  si	_
L'avez-vous obtenu ? (1=Oui, 2=Non)	_
Si oui quelles étaient les sources ? Prêt bancaire 2 Micro crédit 3 Autre (à préciser)  Allez à H7	_
Sinon, pourquoi n'avez-vous jamais demandé du crédit? 1--Pas besoin de crédit 2 Démarches trop complexes 3 Absence de garantie	_

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

4--- Intérêt trop élevé 5--Garantie exigée trop élevée 6--Echéances trop élevées 7-Pense qu'il ne va pas avoir 8-- Autre (à préciser)		
A quand remonte le dernier crédit que vous avez obtenu auprès des IMF et /ou banques ? _____)		
Quelles ont été les garanties exigées lors de la demande de crédit ? 1..PUH 2 Titre foncier 3..Biens meubles 4..Biens immeubles 5 Autre (à préciser)		_ 1er _ 2ème _ 3ème
Quel a été le montant demandé ?		
Quel a été le montant obtenu ?		
Si la demande a été refusée (totalement ou en partie) pour quelle raison ? (1=Oui, 2=Non) Si dossier refusé		_
passez à H15		
1..Dossier incomplet		5..Apport initial insuffisant
2..Dossier complet mais non convaincant		6..Demande supérieure au plafond autorisé
3..Garanties insuffisantes		7..Insolvable
4..Destination du crédit jugée inappropriée		8..Autre (à préciser)
Quelles ont été les destinations du crédit obtenu ?		
1..Acquisition d'équipements	2..Construction de local, d'équipement	_ 1er _ 2ème e
3..Acquisition de terrain	4..Acquisition de matériel roulant	
5..Fonds de roulement	6..Autre (à préciser)	
Quelle a été la durée totale du crédit ? (en mois)		
Quel a été le montant remboursé ?		
Connaissez-vous des institutions de micro-crédit ? (1=Oui, 2=Non) Si  non, passez à H17		_
Citez en quelques unes	1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____	
Connaissez-vous d'autres structures d'appui au secteur informel des TIC ? (1=Oui, 2=Non) si non, passez à I1 		_
Citez en quelques unes : _____ _____ _____		

RELATIONS AVEC LES AUTRES STRUCTURES D'APPUI

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Êtes-vous membre d'une association professionnelle ou d'une structure d'appui ? (1=Oui, 2=Non) Si non,  passez à I3	_
Si oui, quel type d'association ? 1..Association professionnelle 2- Association de développement 3..Club service 4..Autre (à préciser)	_
Si non, pourquoi ? 1..Veut travailler seul 2..Ignore l'existence d'associations 3..Les associations s'occupent d'autres problèmes 4.. Pas utile 5..Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème
L'adhésion de l'association est : libre 2 réservée 3- conditionnée 4 autre	_
Montant de votre cotisation (annuelle) de l'association	
Quel poste occupez-vous dans l'association ? Président 2 Président d'honneur 3 Membre 4- Autre poste dans le bureau	_
Êtes-vous actif dans la vie de l'association ? (1=Oui, 2=Non)	_
Quels sont les avantages de l'association ? (1=Oui, 2=Non)	_
1..Défense des intérêts 2- Echanges d'expériences 3.Demande de financement 4..Demande de formation 5..Autre (à préciser)	_
Bénéficiez-vous d'un appui ? 1=Oui, 2=Non) Si  oui, passez à I11	_
Sinon, pourquoi ? N'a pas demandé 2 S'est vu refusé 3 Autre (à préciser) 	_
Si oui, quelle est l'origine principale de cet appui ? 1--Gouvernement 2 Organismes internationaux 3- Secteur privé (non bancaire) 4- Banque 5..Institutions de micro crédit 6- Associations professionnelles du secteur 7..Autre (à préciser)	_
Si, oui, quels types d'appui ? 1..Formation technique 2..Formation à l'organisation et au compte 3..Assistance pour approvisionnement 4..Accès à l'équipement/construction de locaux 5.. Accès au crédit 6..Accès à des grosses commandes 7..Enregistrement de votre activité 8.. Publicité pour vos produits 9..Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème

J - RELATIONS AVEC L'ADMINISTRATION

Connaissez-vous les conditions de création d'une entreprise ? (1=Oui, 2=Non) si non,  passez à J3	_
Si oui, quelles sont ces conditions ? _____ _____ _____	
Êtes-vous prêt à enregistrer votre activité auprès de l'Etat ? Oui 2 Non 3 Ne sait pas	_
Avez-vous déjà essayé d'enregistrer votre activité ? (1=Oui, 2=Non)	_
Si oui, pourquoi cela n'a pas pu aboutir ?	_

1..Démarches trop complexes 2..Lenteur administrative 3..Coûts trop élevés 4..Trop de corruption 5..Autre (à préciser)	
Quels sont les principaux avantages de se faire enregistrer ? 1..Accès au crédit 2 Accès au meilleur emplacement sur le marché 3..Vente de produits aux grandes sociétés 4..Publicité 5..Marchés publics 6.. Aucun intérêt 7 . Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème
Pensez vous que la simplification des procédures de création d'entreprises peut accroître l'enregistrement des entreprises auprès de l'administration? (1=Oui, 2=Non)	_
Seriez-vous prêt à payer des impôts sur votre activité ? (1=Oui, 2=Non)	_
Quelle est votre préférence de la périodicité de l'impôt ? 1..Journalier 2..Hebdomadaire 3..Mensuel 4..Trimestriel 5..Annuel 6..Autre (à préciser)	_
A votre avis à quelle institution doit revenir l'impôt ? 1..Etat 2 Commune 3 Ne sait pas 4 Autre (à préciser)	_
Dans quel domaine en priorité doivent être dépensés les impôts reçus ? 1..Education, santé 2.. Agriculture 3.. Infrastructure (routes, marchés, barrages, etc.) 4.. Fonctionnement (fourniture de bureau, entretien) 5..Salaire des fonctionnaires 6.. Alimentation d'un fonds d'appui aux micros entreprises du secteur des TIC 7..Autre (à préciser)	_

K - PERSPECTIVES

Quelle est la principale raison pour laquelle vous exercez dans le secteur informel ? 1..La tradition familiale 2..Le métier que vous connaissez le mieux 3..Un meilleur profit que d'autres domaines 4..L'assurance de recettes plus stables qu'avec d'autres domaines 5..Echec dans le formel 6..Recherche d'emploi (licencier ou au chômage) 7..Formation de base 8..Manque de moyens financiers 9..Formel trop taxé 10..Autre (à préciser)	_	
Depuis que vous êtes en affaire, avez-vous déjà changé d'activité?(1=Oui, 2=Non)	_	
Si oui, quelles sont les principales raisons? 1..Recherche d'une meilleure marge bénéficiaire 2..Activité(ancienne) non porteuse (faibles perspectives d'avenir) 3.Activité de transition 4..Opportunité d'affaire avec un partenaire 5..Modification de l'environnement des affaires 6..Faillite 7..Autre (à préciser)	_ 1er _ 2ème _ 3ème	
Le changement a-t-il eu lieu dans :		
K4.a Télécommunication	K4.b Informatique et internet	K4.c Audio visuel numérique
Ventes de cartes de recharge	Assemblage d'ordinateurs et périphériques	Vente d'équipements audio visuels (TV, caméra)

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Ventes d'accessoires (importateurs+détaillants)	_	Vente d'équipements informatiques	_	Ventes d'accessoires	_
Vente de téléphone+accessoires	_	Ventes d'accessoires	_	Distributeur de programmes TV	_
Vente de téléphones	_	Vente de logiciels et de progiciels	_	Vente de CDs+VCDs+DVD	_
Vente d'antennes	_	Services conseils	_	Maintenance et entretien	_
Accès (télécentres, cyber centres, call box, cabines téléphoniques)	_	Bureautique (photocopie, saisie, scannage, téléchargement et gravure)	_	Formations	_
Télé services (call centers)	_	Maintenance et entretien	_	Conseils	_
Maintenance et entretien	_	Réseautage et câblage	_	Production audio visuelle	_
Installation d'antennes	_	Développement d'applications et de sites web	_	Vidéotheque	_
Décodage de téléphones portables	_	Web master	_	Vente d'équipements et accessoires	_
Chargeur de téléphone	_	Autre (à préciser)	_	Autre (à préciser)	_
Collecteur-payeur de flotte	_				
Formations	_				
Services conseils	_				
Autres (à préciser)	_				
	_				
Activité principale (inscrire l'activité principale déclarée : de quelle activité à quelle activité si oui)					
K5.a Télécommunication		K5.b Informatique et internet		K5.c Audio visuel numérique	
Pensez vous qu'il y a un avenir pour un établissement comme le vôtre ?(1=Oui, 2=Non)					_
Sinon, pensez vous changer d'activité ? (1=Oui, 2=Non)					_
Si oui dans quels domaines?					_ 1er _ 2ème
1. Autres secteurs informels TIC,					
2. Autres secteurs informels,					
3. Secteur formel TIC, (secteur privé, secteurs publics), (préciser).					
4. Autres					
Sinon à K7, pourquoi ?					_
1..Pas d'autre secteur porteur 2.. Pas prêt à recommencer ailleurs 3- Manque de moyens financiers					
4..Age avancé pour recommencer 5- Autre (à préciser)					
Souhaiteriez-vous que vos enfants continuent votre activité ? (1=Oui, 2=Non)					_
Si oui, pourquoi ?.....					
Si non pourquoi ?.....					
Rencontrez-vous des difficultés dans l'exercice de vos activités ? (1=Oui, 2=Non)					_

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

Quels sont ces problèmes ? (1=Oui, 2=Non)				
1..Approvisionnement en matières premières		9..Difficulté technique (inadéquation du matériel)		
2..Ecoulement de vos produits (manque de clientèle)		10..Difficultés d'organisation de gestion		
3..Ecoulement de vos produits (trop de concurrence)		11..Trop de réglementations, impôts et taxes		
4..Trésorerie (difficulté d'accès au crédit)		12..Problème de connexion		
5..Trésorerie (crédit trop cher)		13..Coupure de courant		
6..Recrutement de personnel qualifié		14..Usure du matériel		
7..Manque de place, de local adapté		15..Problème de logiciel		
8..Manque de machines, d'équipements		16..Aucun problème		
17..Autre (à préciser)				
Avez-vous l'intention d'accroître l'effectif de vos employés ? (1=Oui, 2=Non)				_
non, allez à K19				
De combien ?	Salariés	Apprentis	Aides familiaux	Total
Femmes				
Hommes				
Qui souhaiteriez-vous embaucher comme salariés ?				
1..Des proches parents, des recommandations quelles que soient leur expérience ou leur qualification		3..Un ancien salarié d'une grande entreprise		
2..Un ancien salarié d'une petite entreprise		4..Peu importe		
5..Autre (à préciser)				
Sinon, pourquoi ?				
Comptez-vous étendre votre marché ? (1=Oui, 2=Non)				_
Quels marchés envisagez-vous conquérir ?				_
1..Local 2.National 3 Zone UEMOA 4..Zone CEDEAO 5 ..Zone CEMAC 6--Autre (à préciser)				_

En cas où le Répondant est différent du Promoteur

Demandez :

L- Situation du (de la)Répondant-e- au questionnaire	
L1-Nom du répondant	
L2-Poste occupé par le répondant dans l'entreprise Agent subalterne, 2- responsable technique 3-administration- 4-directeur général/ gérant 5 - autres	_
L3. Sexe du répondant: (1=Masculin, 2=Féminin)	_
L4. Age du répondant	_ _
L5. Niveau d'instruction 1-Aucun 2 Primaire 3-Secondaire général 4- Secondaire technique 5 Supérieur 6 - Formation professionnelle 7-Alphabétisation 8-Ecole coranique 9 Autres (à préciser)	_

Votre Email : si vous voulez être informé des résultats du travail :	
--	--

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

1	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
2	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
3	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
4	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
5	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
6	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
7	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __
8	__	__	__ __	__ __	__ __	__	__ __

H2. Caractéristiques de l'emploi

Code statut: 1. Patron 2. Travailleur à son propre compte 3. Salarié ; 4. Apprenti payé ; 5. Apprenti non payé

6. Aide familiale 7. Autre

Code stabilité 1. Permanent 2. Temporaire

Code type contrat; 1. Propriétaire de l'établissement ; 2. Contrat écrit à durée indéterminée ; 3. Contrat écrit à durée déterminée ; 4. Oral 5. Essai 6. Pas de contrat

Code recrutement

1. Propriétaire de l'établissement ; 2. Relations personnelles ; 3. Directement auprès de l'employeur ; 4. Petites annonces, média ; 5. Bureau de placement, ONPE ; 6. Autre

Code paiement

1. Salaire fixe (mois, quinzaine, semaine) ; 2. Au jour ou à l'heure ; 3. A la tâche (commission) ; 5. En nature (nourriture, logement, etc) ; 6. Sans rémunération

	Statut	Stabilité	Type de contrat	Recrutement	Paiement	Heures travaillées mois passé	Rémunération mois passé (1000 FCFA)
1	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
2	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
3	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
4	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
5	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
6	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
7	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
8	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __
9	__	__	__	__	__	__ __ __	__ __ __ __

H3. Equipements dont vous disposez (au cours de l'année écoulée) pour votre activité

Code qualité : 1. Neuf à l'achat 2. Usagé à l'achat 3. Autoproduction
4. Vente

Code appartenance : 1. Propriété personnelle 2. Location 3. Prêt ou propriété partagée

Dynamiques et rôles économique et social du secteur informel des TIC en Afrique de l'Ouest et du Centre

(Précisez)				
Autres charges.....	__	__ __ __ __ __ __ __ __	__	__ __ __ __
(Précisez)				
TOTAL MENSUEL	__	__ __ __ __ __ __ __ __	__	__ __ __ __

H5 : Production

Code période : 1. Jour 2. Semaine 3. Quinzaine 4. Mois 5. Trimestre 6. Annuel

Code destination : 1. Secteur public 2. Grande entreprise privée (commerce) 3. Petite entreprise (commerce)

4. Grande entreprise privée (non commerciale) 5. Petite entreprise (non commerciale) 6. Ménage

7. Importation directe

8. Autoconsommation 9. Consommation intermédiaire 0. Stock

Unité (1-minute 2-heures, 3-carte, 4-homme/personne, 5-paquet, autres)

H5.1 Produits transformés

N°	Nom du produit	Période	unité	Nombre	Prix unitaire	Valeur (1 000 Fcfa)	destination	Valeur mensuelle (1 000 Fcfa)
1								_ _ _ _ _ _ _
2								_ _ _ _ _ _ _
3								_ _ _ _ _ _ _
4								_ _ _ _ _ _ _
5								_ _ _ _ _ _ _
6								_ _ _ _ _ _ _
Total mensuel								_ _ _ _ _ _ _

H5.2 Produits vendus sans transformation

N°	Nom du produit	Période	unité	Nombre	Prix unitaire	Valeur (1 000 Fcfa)	destination	Valeur mensuelle (1 000 Fcfa)
1								_ _ _ _ _ _ _
2								_ _ _ _ _ _ _
3								_ _ _ _ _ _ _
4								_ _ _ _ _ _ _
5								_ _ _ _ _ _ _
6								_ _ _ _ _ _ _
7								_ _ _ _ _ _ _
8								_ _ _ _ _ _ _
								_ _ _ _ _ _ _
Total mensuel								_ _ _ _ _ _ _

H5.3 Services fournis

N°	Nom du produit	Période	unité	Nombre	Prix unitaire	Valeur (1 000 Fcfa)	destination	Valeur mensuelle (1 000 Fcfa)
1								_ _ _ _ _ _ _
2								_ _ _ _ _ _ _
3								_ _ _ _ _ _ _
4								_ _ _ _ _ _ _
5								_ _ _ _ _ _ _
6								_ _ _ _ _ _ _
Total mensuel								_ _ _ _ _ _ _

H5.4 : Montant du chiffre d'affaire total :

|_|_|_|_|_|_|_|
