



RAPPORT SUR L'USAGE D'INTERNET AU BENIN

Enquêtes, Analyses, Recommandations

Août 2024

Rapport rédigé par :

- VIEIRA Beau- Clair Isidore, ancien membre du conseil de régulation (ARCEP Bénin)
- DICKODET Franck, statisticien des télécommunications



COMITE DU PROJET

Porteur du Projet : Pierre DANDJINO

Coordonnateur du Projet : Hervé Sètonджи HOUNZANDJI

Leads du Projet : Malick ALASSANE, Hermione DOSSOU KOHI

Rédacteur du rapport : Isidore Beau-Clair VIEIRA

Statisticien : Franck DICKODET

Graphiste : Tanguy BARA

Contributeurs : Raihanath GBADAMASSI, Elias GNANCADJA, Imelda SOUNOU, Jediel ADEFOULOU, Bendjedid Rachad SANOUSSI, Edith AHOHUENDO, Solange OLOUDE, Jacqueline HOUNKANRIN, Mohamed Saïd AHETAN

Personnes ressources : Karine GBAGUIDI KEREKOU, Wenceslas MAHOUSI, Yazid AKANHO

GRANDES CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE



L'étude a démontré qu'au Bénin, Internet s'utilise essentiellement avec les smartphones et que le haut débit et le très haut débit sont dans un état de balbutiement et quelque peu onéreux. Les usagers se servent majoritairement d'Internet pour communiquer par le truchement des réseaux sociaux, et la messagerie instantanée avec quelques rares utilisations spécifiques à leurs branches d'activité.

Il urge donc de doter le pays de :

- i) stratégies visant à promouvoir des utilisations adéquates à chaque secteur d'activités socio-économiques ;
- ii) d'infrastructures de connectivité permettant à toutes les populations d'accéder facilement au haut et au très haut débit ;
- iii) programmes de formations et de sensibilisation pour tous, non seulement sur le rôle vertueux qu'Internet doit jouer pour leur mieux être, mais aussi sur la manière de procéder pour adopter de bonnes pratiques en matière d'usages appropriés.



SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| COMITE DU PROJET | 3 |
| GRANDES CONCLUSIONS DE L'ETUDE..... | 4 |
| SOMMAIRE | 5 |
| LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES..... | 6 |
| LISTE DES TABLEAUX | 7 |
| LISTE DES GRAPHIQUES..... | 8 |
| REMERCIEMENTS | 9 |
| PREFACE..... | 10 |
| AVANT-PROPOS | 13 |
| RESUME EXECUTIF | 14 |
| 1. CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE | 16 |
| 2. INTERNET AU BÉNIN À TRAVERS QUELQUES INDICATEURS | 25 |
| 3. LES USAGES D'INTERNET DANS L'ADMINISTRATION PUBLIQUE BÉNINOISE | 33 |
| 4. LES USAGES D'INTERNET PAR LES ENTREPRISES AU BÉNIN | 40 |
| 5. INTERNET ET L'ARTISANAT AU BENIN | 45 |
| 6. LES USAGES D'INTERNET PAR LE GRAND PUBLIC | 54 |
| 7. LES USAGES D'INTERNET PAR LES ONG AU BENIN..... | 65 |
| 8. AVIS DE LA CCIB SUR L'USAGE D'INTERNET..... | 68 |
| 9. RECOMMANDATIONS..... | 71 |
| SOURCES BIBLIOGRAPHIQUES | 74 |

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

| | |
|------------------|--|
| ACE | : <i>Africa Coast to Europe/ Câbles sous-marins de fibre optique</i> |
| APIEx | : <i>Agence de Promotion des Investissements et des Exportations</i> |
| ARCEP | : <i>Autorité de Régulation des communications électroniques et de la Poste</i> |
| CatIS | : <i>The catalogue of interoperability solutions / catalogue des solutions interopérables</i> |
| CMA-BENIN | : <i>Chambre des Métiers de l'Artisanat du Bénin</i> |
| CPSC | : <i>Centre de la Promotion de la Société Civile</i> |
| DGI | : <i>Direction Générale des Impôts</i> |
| EGDI | : <i>E-Government Development Index/ Indice de Développement du Gouvernement Électronique</i> |
| FAI | : <i>Fournisseurs d'Accès à Internet</i> |
| FTTH | : <i>Fiber to the home, ou Fibre optique jusqu'au domicile consiste à amener la fibre optique jusqu'à l'abonné</i> |
| GCI | : <i>Global Competitiveness Index / Indice de Compétitivité Mondiale</i> |
| GSMA | : <i>Global System for Mobile Communications Association ou l'Association mondiale des opérateurs de télécoms</i> |
| INSTaD | : <i>Institut National de la Statistique et de la Démographie</i> |
| MND | : <i>Ministère du Numérique et de la Digitalisation</i> |
| NRI | : <i>The Network Readiness Index / Indice de préparation du réseau</i> |
| ONG | : <i>Organisation Non-Gouvernementale</i> |
| PME/PMI | : <i>Petites et Moyennes Entreprises / Petites et Moyennes Industries</i> |
| PNGE | : <i>Programme National de Gouvernance Électronique</i> |
| RCCM | : <i>Registre de Commerce et de Crédit Mobilier</i> |
| RGPH-4 | : <i>Recensement Général de la Population et de l'Habitat (Phase 4)</i> |
| SAT 3 | : <i>South Africa Transit 3 / Câbles sous-marins de fibre optique</i> |
| SBIN | : <i>Société Béninoise d'Infrastructures Numériques</i> |
| TIC | : <i>Technologie de l'Information et de la Communication</i> |
| UIT | : <i>Union Internationale des Télécommunications</i> |

LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|----|
| Tableau 1 : Valeurs de tp associées aux intervalles de confiance | 20 |
| Tableau 2 : Strates et populations mères associées | 21 |
| Tableau 3 : Tailles de la population et de l'échantillon | 21 |
| Tableau 4 : Taux de réponse..... | 24 |
| Tableau 5 : Evolution Abonnement Internet mobile | 26 |
| Tableau 6 : Evolution Abonnements Internet Fixe..... | 26 |
| Tableau 7 : Adoption des TIC | 30 |
| Tableau 8 : Indice de Compétitivité Mondiale | 30 |
| Tableau 9 : Indice de développement du GE (EGDI)-2022, 2020 et 2018..... | 31 |
| Tableau 10 : Types de réseaux sociaux utilisés | 38 |
| Tableau 11 : Usages spécifiques d'Internet par les entreprises au Bénin..... | 42 |
| Tableau 12 : Fréquence des unités artisanales sur Internet | 49 |
| Tableau 13 : Fréquence des réponses par département | 55 |
| Tableau 14 : Synthèse des avis de la CCIB..... | 69 |

LISTE DES GRAPHIQUES

| | |
|---|----|
| Figure 1 : Répartition du parc Internet fixe par technologie..... | 27 |
| Figure 2 : Evolution des abonnements FTTH..... | 27 |
| Figure 3 : Évolution du trafic Internet mobile (en Go) | 28 |
| Figure 4 : Moyenne de l'IGDI-2022, 2020 et 2018..... | 32 |
| Figure 5 : Structures de l'administration ayant participé à l'enquête et leur proportion..... | 34 |
| Figure 6 : Distribution du budget des administrations au titre de 2023 | 35 |
| Figure 7 : Dépense mensuelle moyenne en services Internet pour votre Administration..... | 35 |
| Figure 8 : Types de connexion Internet utilisé | 36 |
| Figure 9 : Usages des administrations publiques sur Internet..... | 37 |
| Figure 10 : Usages sur le site Internet des administrations publiques..... | 38 |
| Figure 11 : Illustration graphique des départements ayant pris part à l'enquête..... | 41 |
| Figure 12 : Fréquence de publication sur les réseaux sociaux..... | 43 |
| Figure 13 : Illustration de l'impact du numériques sur les entreprises étudiées | 43 |
| Figure 14 : Département de l'unité artisanale..... | 46 |
| Figure 15 : Niveau d'instruction du premier responsable de l'unité artisanale..... | 47 |
| Figure 16 : Différentes branches d'activités artisanales | 47 |
| Figure 17 : Chiffre d'affaires moyen de l'unité artisanale en 2023 | 48 |
| Figure 18 : Usage de la connexion Internet à titre professionnel..... | 49 |
| Figure 19 : Renforcement de la visibilité de l'unité artisanale sur Internet..... | 51 |
| Figure 20 : Impact du numérique sur au sein de l'unité artisanale | 52 |
| Figure 21 : Caractéristiques socio-démographiques des enquêtés..... | 55 |
| Figure 22 : Situation matrimoniale des enquêtés..... | 56 |
| Figure 23 : Profession principale des répondants..... | 57 |
| Figure 24 : Usage d'Internet par les individus | 57 |
| Figure 25 : Répartition des répondants par lieux d'utilisation d'Internet..... | 58 |
| Figure 26 : Graphique illustrant les différents usages | 59 |
| Figure 27 : Utilisation des réseaux sociaux par les internautes du Bénin | 59 |
| Figure 28 : Systèmes de messagerie instantanée utilisés..... | 60 |
| Figure 29 : Avantages de l'utilisation d'Internet | 61 |
| Figure 30 : Dépense moyenne hebdomadaire en services Internet..... | 62 |
| Figure 31 : Tranches de revenu mensuel..... | 62 |
| Figure 32 : Illustration graphique des départements ayant pris part à l'enquête..... | 66 |
| Figure 33 : Illustration de l'impact du numérique sur les ONG étudiées..... | 67 |



REMERCIEMENTS

Nos sincères remerciements vont à :

- > **Pierre DANDJINOU**, Directeur exécutif de Strategic Consulting Group (SCG) pour avoir inspiré et soutenu financièrement et intellectuellement l'initiative de réaliser ce rapport ;
- > **Hervé Sètonджи HOUNZANDJI**, Président du Chapitre Bénin d'Internet Society (ISOC Bénin) et toute son équipe pour avoir piloté ce projet ;
- > **Karine GBAGUIDI-KEREKOU, Yazid AKANHO, Wenceslas MAHOUSI, Hermione DOSSOU KOHI**, tous membres du comité de relecture du rapport pour leur apport inestimable ;
- > **Déo-Gracias TONOUHEWA**, Directeur Projet à JENY SAS pour la mise à disposition de la salle pour le travail du comité de relecture ;
- > **Prudence SALANON**, pour la correction des fautes dans le document ;
- > **Médard AGBAYAZON**, pour la mise à disposition des locaux du Blolab ;
- > À tous les enquêteurs qui ont contribué à la collecte des données sur le terrain ;
- > CCIB, APIEx, CMA-BENIN, CPSC, La Voix des Consommateurs, Association IGB@NET, ONG Entraide Numérique-Ethique, Laboratoire de l'Innovation du Numérique Éducatif en Afrique (LINEA), École Polytechnique IMHOTEP pour leur collaboration et apports ;
- > A tous les membres et la communauté du chapitre Bénin d'Internet Society pour leur accompagnement durant le projet.

PREFACE



Pierre DANDJINOU,

Directeur Exécutif, Strategic Consulting Group (SCG)

Le Bénin, à ne point douter, a fait de grands pas dans l'appropriation du numérique ces vingt dernières années. On est bien loin des 256 kbps de bande passante nationale au début d'Internet dans notre pays, au milieu des années 1990. Les infrastructures d'accès ont été décuplées, le paysage du numérique s'est enrichi, avec la présence d'un régulateur du secteur, la présence du secteur privé, la modernisation du prestataire historique, ex Bénin Télécoms. Cependant, les observations les plus importantes sont dans l'expérience de l'utilisateur qui bénéficie d'une kyrielle de services ; dans les nombreuses applications développées pour faciliter la vie et l'épanouissement du citoyen ; dans la multitude de projets développés au sein des start-ups qui, il faut le dire, peinent encore à amorcer leur mutation vers des entreprises solides et contribuer au développement socio-économique.

L'administration béninoise a déjà mis à la disposition de l'utilisateur une centaine de services en ligne. (<https://service-public.bj/public/services/e-services>). L'un des tout premiers à disposer d'un code du numérique relativement complet, le Bénin a aussi élaboré une série de documents de stratégies qui collent à l'évolution du secteur. On peut citer la stratégie nationale sur la sécurité des systèmes d'information et la stratégie nationale sur l'intelligence artificielle. C'est dans cet écosystème national du numérique que l'étude sur les usages d'Internet au Bénin a été envisagée.

Lors du lancement officiel de l'étude en février 2024, j'avais noté un intérêt des participants, notamment les prestataires de services Internet, et n'avais pas de doutes sur le résultat final.

Pour faire une brève histoire, je dirai que les prémices d'Internet remontent à la deuxième moitié du XXème siècle. L'objectif d'abord était de mettre en place un système de communication par paquets ; nous sommes en 1969, aux Etats-Unis, en pleine guerre froide.

Ensuite, il était question de rompre les barrières de temps et d'espace dans le transfert de l'information, des données, des connaissances. Finalement, cette invention est à la base de profondes mutations au sein de la société humaine et a révolutionné les habitudes et les services. Elle a été adoptée, pour le meilleur, si l'on considère ses développements en cours tels que l'Internet des objets, l'Intelligence Artificielle (IA), et peut être pour le pire si l'on considère les cyberattaques et les cyberguerres.

De 360 millions d'utilisateurs en 2000, à 1,8 milliards en 2010, le monde est passé à plus de 4 milliards d'internautes en 2023. Aujourd'hui, près de 64% de la population mondiale serait connectée pour une durée minimum de 2h30 par jour sur les réseaux sociaux, 3 heures par jour

connectée avec des smartphones et 6h avec d'autres appareils, en particulier les ordinateurs. La question qu'on est en droit de se poser est : « à faire quoi ? » « Est-ce un usage productif ? »

Par exemple, l'Afrique du Sud, le Brésil et les Philippines seraient les pays où la population passe plus de temps sur Internet, soit 9h en moyenne par jour tandis que le Japon, le Danemark et l'Allemagne sont les pays où les gens se connectent le moins par jour avec 3h45 pour le Japon, 4h58 pour le Danemark et 5h12 pour l'Allemagne.

Avec ces chiffres, on pourrait conclure que le temps passé sur Internet ne garantit pas la productivité... **Que faisons-nous donc sur nos téléphones, nos ordinateurs avec Internet ? Qu'allons-nous chercher sur Internet ? En quoi Internet nous est utile ?**

C'est pour trouver une réponse logique et objective à ces différentes questions dans le contexte du Bénin, que Strategic Consulting Group a pensé à l'étude dont les résultats sont présentés dans le présent document. Le Chapitre ISOC du Bénin en a assuré la réalisation.

D'abord, il nous faut **comprendre les habitudes et les comportements des utilisateurs d'Internet** : combien de temps passons-nous à être connectés par jour et que faisons-nous ? échanger ou s'informer sur les réseaux sociaux, s'informer sur les sites spécialisés, se former, rechercher des opportunités, se divertir en regardant des films, en faisant des jeux... Les usages sont divers. Et aujourd'hui nous savons tous que certains usages sont inquiétants, qu'on note même de la dépendance. Il nous faut donc les connaître pour savoir si nous faisons une utilisation judicieuse, objective, responsable et productive d'Internet.

Ensuite, nos spécialistes commis à cette étude devraient nous aider à **évaluer les enjeux liés à l'utilisation que nous faisons d'Internet** en examinant en profondeur les avantages, les défis et les problèmes associés à l'utilisation d'Internet au Bénin, en mettant en évidence les impacts socio-économiques, culturels et technologiques de cette technologie sur la population.

Enfin, sur la base des données collectées, l'on pourrait envisager les actions futures permettant de faire un usage responsable et utile d'Internet. À cet effet, les tendances émergentes et les défis à long terme liés à l'usage d'Internet au Bénin doivent être identifiés. De ce fait, des informations exploitables seront fournies aux décideurs politiques, aux chercheurs et à d'autres acteurs impliqués dans l'orientation des investissements dans les infrastructures numériques, l'amélioration de l'accès à Internet et la promotion de l'inclusion numérique au Bénin.

Revenons à l'étude réalisée et intéressons-nous aux résultats.

De façon sommaire, les résultats attendus s'articulent autour de trois axes :

Identification des moyens et équipements d'accès ; répertoire des usages et perceptions à propos d'Internet et enfin défis liés à l'usage d'Internet.

L'échantillonnage des enquêtés semble couvrir une partie importante de la société béninoise, d'autant que l'administration, les entreprises, le secteur artisanal ainsi que le grand public ont été visés. La méthodologie choisie aura également permis de mieux cerner la réalité de l'usage

d'Internet au Bénin. On peut, à raison, se demander pour quelles raisons toutes les communes du Bénin n'ont pas été couvertes par l'enquête. Mais la collecte des données par la plateforme web a dû nuancer cette approche et l'on peut estimer que les prochaines enquêtes seront plus élargies.

Le rappel des divers classements du Bénin dans les principales officines de notation du secteur du numérique à savoir le NRI, EGDI ... aura donné une idée d'ensemble de l'évolution du Bénin en matière de taux de connexion, du développement des applications et service de l'administration publique ; on aurait pu compléter cet ensemble par les usages faits des services publics de l'administration, l'évolution du nombre de Béninois utilisant les réseaux sociaux.

Bien que le rapport indique un accroissement progressif des Béninois usagers d'Internet, il indique aussi la très faible adoption d'Internet dans les différentes fonctions telles que la production, l'approvisionnement, la commercialisation et la gestion.

Il est souligné aussi qu'une mise en œuvre plus adéquate du PNGE¹ aurait permis au Bénin d'intégrer plus rationnellement et plus structurellement l'utilisation d'Internet aux processus métier de l'administration : prise de décision, mise en œuvre et suivi des décisions, fourniture des services aux différents usagers. Une autre réalité révélée par l'étude est que l'offre Internet disponible tourne autour des solutions mobiles. Il urge donc de doter de véritables réseaux d'accès à fibre optique, gage du haut et du très haut débit dans les bureaux, dans les écoles, les centres de santé et domiciles.

Le rapport présente une variété de statistiques qui éclairent sur l'appréciation de l'influence d'Internet sur les internautes du Bénin d'une part, et sur les différents usages d'autre part.

Plusieurs défis liés à l'usage d'Internet au Bénin sont présentés, notamment ceux soulignés par la CCIB dans l'étude de cas. On peut retenir la nécessité de poursuivre la vulgarisation de la loi sur le Numérique en vue de contenir les déviances notées sur les réseaux sociaux ; l'amélioration de la qualité et le coût des services ; et enfin le phénomène des arnaques, de la dégradation des valeurs sociétales et les risques encourus pour la jeunesse.

Cette étude ouvre certainement la voie à une meilleure connaissance des usages d'Internet au Bénin, des conditions et moyens d'accès à Internet et des grands défis qui obèrent une plus grande adoption d'Internet et son usage plus responsable au Bénin.

¹ Programme National de Gouvernance Électronique adopté par le gouvernement du Bénin en 2014 dont l'objectif est d'améliorer non seulement les interactions entre les agences gouvernementales mais entre les administrations et leurs différents usagers aussi.

AVANT-PROPOS



Hervé Sètondji HOUNZANDJI

Président du Chapitre Bénin d'Internet Society

Dans le contexte mondial actuel, Internet s'est imposé comme un catalyseur essentiel de l'innovation, de l'échange culturel et du développement économique. Au Bénin, pays en pleine transformation numérique, Internet ne cesse de se développer et de modifier la manière dont les individus communiquent, apprennent et interagissent. À la lumière de ces évolutions, nous sommes ravis de présenter le rapport sur l'usage d'Internet au Bénin, une étude qui nous permet de comprendre ce que les Béninois font avec Internet.

L'objectif de cette enquête est de fournir une compréhension nuancée et actualisée des pratiques et des perceptions des Béninois vis-à-vis d'Internet. En rassemblant des données précises et en analysant les tendances émergentes, nous souhaitons offrir un aperçu clair des expériences numériques au sein de notre pays.

Au cours de notre enquête, nous avons exploré les habitudes en ligne des Béninois afin de découvrir leurs activités préférées sur Internet. Qu'il s'agisse de divertissement, d'apprentissage ou de socialisation, ces expériences reflètent un large éventail d'intérêts et de besoins. Parallèlement, nous avons plongé au cœur des témoignages et des histoires personnelles, identifiant à la fois les joies et les obstacles rencontrés par les utilisateurs dans leur vie numérique quotidienne. Comprendre ces défis et ces avantages est essentiel pour améliorer l'expérience Internet au Bénin.

Les conclusions de cette étude visent à informer et orienter les décideurs politiques, les acteurs du secteur privé et les organisations de la société civile. Nous aspirons à fournir des recommandations concrètes pour rendre Internet plus accessible, sécurisé et enrichissant pour tous les Béninois. Nous espérons que les informations et les idées présentées ici contribueront à renforcer l'écosystème Internet au Bénin, en facilitant l'accès et en améliorant l'expérience utilisateur pour tous.

En tant que Président du chapitre Bénin d'Internet Society, je suis convaincu que ce rapport sera un outil précieux pour tous ceux qui s'intéressent au développement numérique du pays. Je tiens à exprimer ma gratitude envers toutes les personnes et les organisations qui ont participé à cette enquête et qui ont partagé leurs expériences et leurs perspectives. Leur contribution a été inestimable pour la réalisation de cette étude.

Je vous invite donc à découvrir ce rapport qui marque une étape importante dans notre quête d'un Internet inclusif et prospère pour le Bénin.

RESUME EXECUTIF

La présente enquête a pour but de fournir une connaissance approfondie de l'usage d'Internet au Bénin, en examinant les tendances actuelles, les opportunités et les défis. La revue documentaire a permis de cibler cinq catégories de participants qui sont : les administrations publiques, entreprises, ONG, artisans, et le grand public (population active de 15 à 64 ans) ².

L'approche méthodologique qui a guidé la réalisation de l'enquête est participative et surtout en mode agile. À cet effet, deux approches de collecte de données ont été utilisées : une approche quantitative et une approche qualitative. Les données ont été collectées sur tout le territoire national via des tablettes et smartphones, ainsi qu'à travers une enquête en ligne.

La définition de l'échantillon est établie selon la méthode préconisée par (Rea L.M. et al., 1997). Ainsi, la taille de l'échantillon est calculée par une formule qui intègre les paramètres suivants : la taille de la population de chaque catégorie cible ; la proportion attendue d'une réponse de la population qui est fixée à 0,5 par convention ; la marge d'erreur d'échantillonnage, l'intervalle de confiance d'échantillonnage. Au total, il s'agit d'un échantillonnage stratifié à tirage aléatoire. A partir d'une population totale de 2 185 671, reconstituée à l'issue de la revue de littérature, un échantillon de 4 044 est constitué, soit un taux de sondage de 0,2%. Le logiciel statistique utilisé pour le traitement et l'analyse des données est SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Selon les données fournies par les FAI et les opérateurs en 2023, l'accès à Internet au Bénin est essentiellement mobile. Sur une population de 12.915.002, 10 955 778 personnes ont accès à Internet. Parmi ces derniers, 24 113 ont Internet fixe.

Trois opérateurs se partagent le marché d'Internet mobile. SPACETEL BENIN avec ses 6 567 085 abonnés Internet sur un total de 10 931 665, tandis que MOOV Africa Bénin n'a que 3 130 307 abonnés Internet et CELTIIS BENIN avec 1 234 273 abonnés Internet.

Selon les Indices de connectivité de la GSMA, le Bénin est passé d'un score de 29,91 à 40,06 dans la période allant de 2017 à 2022 pendant que les pays comme le Sénégal (45,72), le Cap-Vert (53,99) la Côte d'Ivoire (48,09), le Kenya et l'Île Maurice (66,9) font plus de progrès. Ce qui traduit ce classement du Network Readiness Index (NRI) qui classe le Bénin 112ème, 110ème et 111ème sur 134 pays respectivement en 2020, 2022 et 2023.

Pour l'Indice de Compétitivité Mondiale (GCI ³) comparé à certains pays de la région d'Afrique subsaharienne, on note que le Bénin passe de la 133^{ème} position en 2018 à la 134^{ème} en 2019 avec un score moyen de 23,4/100 dans le domaine de l'adoption des TIC, le Bénin reste en dessous de la moyenne de la région Afrique subsaharienne (34,3), du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (57,6).

² INSTaD : Projections démographiques 2023 (Atlantique, Borgou, Littoral, Ouémé)

³ Global Competiveness Index du Forum Economique Mondial de Davos

Pour l'indice de développement de l'administration électronique (EGDI), le Bénin est passé de la position 177 à 149 sur 193 pendant que le Ghana, pays leader de la sous-région est passé de 120ème à 106ème, le Sénégal de 144 à 143, le Cap-Vert de 103 à 111^{ème}, l'île Maurice, de 58 à 75 entre 2020 et 2022.

Ces classements sont en harmonie avec les résultats de la présente enquête qui note qu'Internet est très peu adopté et utilisé par l'administration publique du Bénin. En effet, Internet n'est pas bien ancré dans les processus métier des entités interrogées et il convient donc d'agir pour l'intégration rationnelle et systématique de Internet aux processus métier de toutes les agences gouvernementales tant au niveau central que territorial.

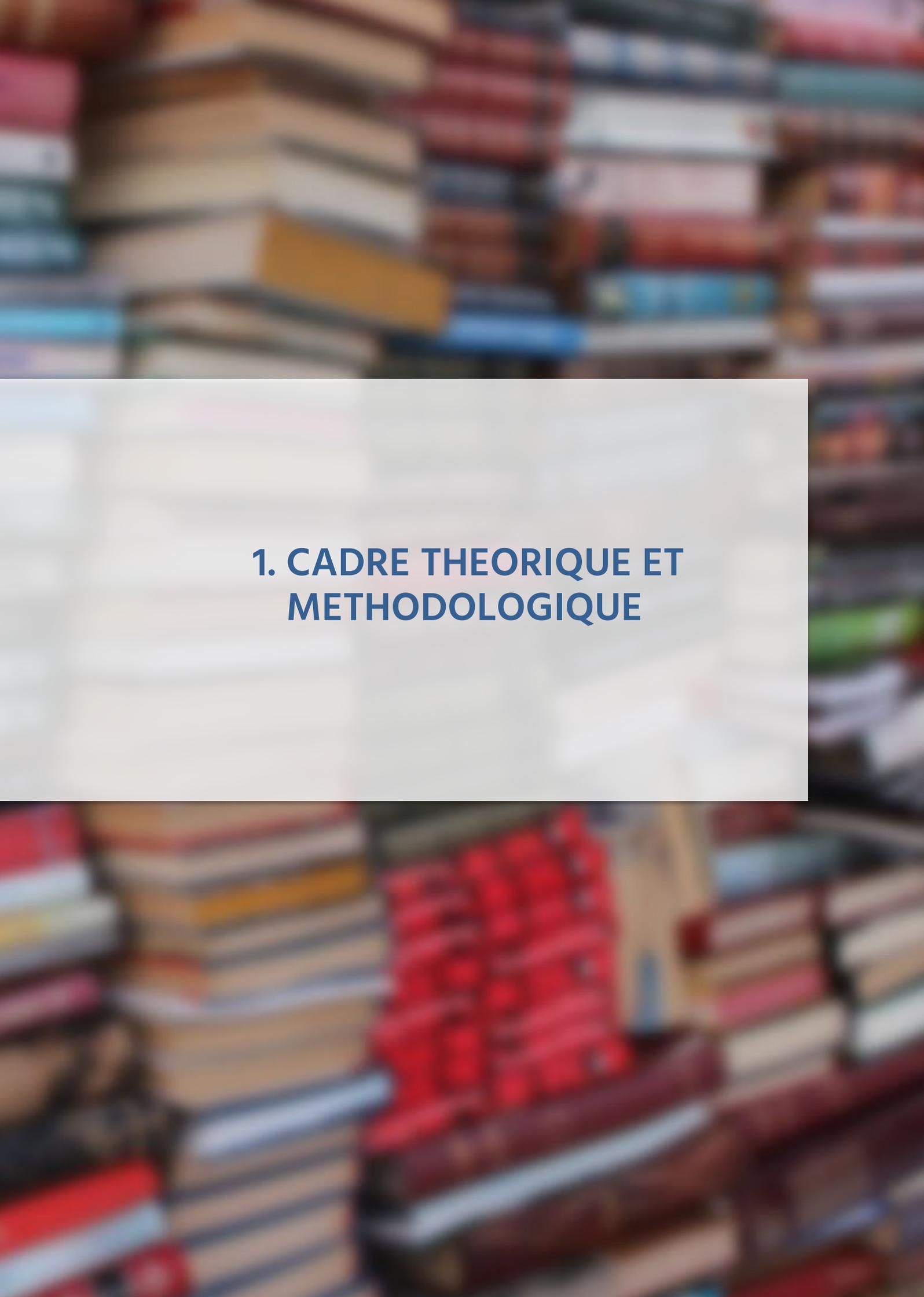
Les entreprises et ONG, dans leur majorité, ont reconnu sans ambages les importants rôles que doit jouer Internet pour le bon fonctionnement et le développement des différentes fonctions (production, approvisionnement, commercialisation, gestion...) de leur organisation. Malgré cette reconnaissance, on remarque une très faible adoption de cet outil.

Puisqu'elles utilisent pour la plupart Internet mobile à qui elles ne reprochent pas grand-chose (en ce qui concerne leur qualité et leur coût), il devient important d'amener les PME/PMI à mieux intégrer les usages d'Internet à leur processus de formation par des sensibilisations adéquates.

Les unités artisanales au Bénin utilisent essentiellement la connexion Internet mobile via smartphone et sont majoritairement absentes sur Internet à part quelques-unes sur les médias sociaux ; elles marquent plutôt une présence symbolique de fait parce que n'utilisant que faiblement les outils de visibilité sur Internet. Il est mis en évidence que plus les responsables des unités artisanales ont un niveau d'étude élevé, plus ils pensent que Internet peut impacter positivement leur processus d'affaire.

Le citoyen lambda au Bénin utilise essentiellement la connexion Internet mobile sur son smartphone, ceci pour communiquer par messagerie instantanée comme WhatsApp. Les médias sociaux comme Facebook ... sont les services les plus utilisés. Mais l'utilisation des applications dans les domaines de la santé et de l'éducation sont en état de balbutiement.

On note très peu d'utilisation d'Internet pour faire des achats, des opérations bancaires (même si un grand nombre d'utilisateurs utilise la monnaie électronique sur les réseaux mobiles), des recherches d'informations. Malgré le niveau d'instruction de la majorité des répondants, les usages d'Internet sont basiques.



1. CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

1.1 Contexte de l'enquête

L'utilisation d'Internet au Bénin est devenue un élément essentiel de la vie quotidienne. Au cours des dernières années, le pays a connu une augmentation notable de l'accès à Internet et de la pénétration des technologies numériques, impactant divers secteurs tels que l'éducation, l'économie, la politique, l'administration, la culture et la communication.

Cependant, malgré cette croissance rapide, il reste de nombreuses questions et défis à explorer en ce qui concerne l'usage d'Internet au Bénin. Les facteurs socio-économiques, culturels, géographiques et technologiques qui influencent cette utilisation restent mal compris. Il est essentiel de mener une enquête approfondie pour saisir pleinement les habitudes, les besoins et les perceptions des utilisateurs d'Internet dans le contexte béninois.

Cette enquête vise à explorer l'utilisation d'Internet au Bénin, en examinant les tendances actuelles, les opportunités et les défis. Les résultats permettront de mieux comprendre l'impact d'Internet sur la vie des citoyens et d'orienter les efforts futurs pour maximiser les avantages du numérique tout en minimisant les risques.

1.2 Objectifs

L'objectif général de l'étude est de connaître les déterminants de l'usage d'Internet au Bénin et identifier les défis et opportunités.

De façon spécifique, il s'agit de :

- › **Comprendre les habitudes et les comportements des utilisateurs d'Internet** : Recueillir des informations exhaustives sur les habitudes des utilisateurs d'Internet au Bénin, y compris leurs comportements en ligne, les services en ligne qu'ils privilégient, et leurs préférences individuelles et collectives.
- › **Évaluer les enjeux liés à l'utilisation d'Internet** : Examiner en profondeur les avantages, les défis et les problèmes associés à l'utilisation d'Internet au Bénin, en mettant en évidence les impacts socio-économiques, culturels et technologiques de cette technologie sur la population.
- › **Informers les décideurs et les parties prenantes** : Identifier les tendances émergentes et les défis à long terme liés à l'usage d'Internet au Bénin, et fournir des informations exploitables pour les décideurs politiques, les chercheurs et d'autres acteurs impliqués dans l'orientation des investissements dans les infrastructures numériques, l'amélioration de l'accès à Internet et la promotion de l'inclusion numérique au Bénin.

Ces objectifs sont conçus pour aider à obtenir une compréhension approfondie de l'utilisation d'Internet au Bénin, de ses impacts et des moyens potentiels d'améliorer l'expérience numérique pour tous les citoyens.

1.3 Résultats attendus

Les résultats attendus aux termes de l'étude sont :

- › Les moyens et équipements d'accès à Internet au Bénin sont identifiés ;
- › Les différents types d'usage d'Internet sont répertoriés ;
- › Les perceptions des participants à propos d'Internet sont élucidées ;
- › Les perceptions des participants par rapport au numérique sont présentées ;
- › Les défis liés à l'usage d'Internet sont appréhendés.

1.4 Démarche méthodologique de conduite de la mission

L'approche méthodologique qui a guidé la réalisation de cette mission est participative et surtout en mode agile. Ainsi un dispositif de suivi a été mis en place par l'équipe de pilotage de la mission composée des membres du bureau de ISOC-Bénin et de SCG. Des réunions d'étapes sont donc organisées pour faire le point des activités. Les documents intermédiaires réalisés sont étudiés et validés.

1.4.1 Cadrage de la mission

L'approche de conduite de cette mission s'est articulée autour des étapes suivantes :

- › La méthodologie qui a été discutée et harmonisée entre les Experts, ISOC Bénin et SCG.
- › Les méthodes, techniques et outils de collecte, de traitement, d'analyse et d'interprétation des données qui ont été présentés et validés.

1.4.2 Revue documentaire et définition de la base de sondage

La revue documentaire a consisté à collecter et analyser les sources secondaires sur le sujet. Cette phase a permis de mieux appréhender le champ de l'étude et d'affiner le modèle de recherche. À cet effet, plusieurs documents provenant des structures compétentes sur les questions de l'enquête ont été collectés et analysés. Il s'agit entre autres de :

- › Résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH 4) ;
- › Projections démographiques de 2014 à 2063 et perspectives de la demande sociale de 2014 à 2030 au Bénin ;
- › Rapports de l'observatoire Internet (ARCEP BENIN) ;
- › Rapport sur les indicateurs de l'universalité d'Internet au Bénin (Chaire UNESCO) ;
- › Enquête sur l'accès et l'utilisation des TIC par les ménages et les entreprises au Bénin (documents de travail ARCEP) ;
- › Enquête de satisfaction des usagers clients de l'administration fiscale ;
- › Projet de réalisation d'une enquête sur l'accès aux TIC et leur utilisation par les ménages et les particuliers au Bénin (InstaD) ;
- › Indicateurs fondamentaux relatifs à l'accès des ménages et des particuliers aux TIC et à leur utilisation (Union Internationale des Télécommunications) ;

- › Documents de référence du Ministère du Numérique et de la Digitalisation.

Sur la base des données recueillies à partir des sources secondaires, les cibles de l'enquête se présentent comme suit :

- › Les administrations publiques ;
- › Les entreprises ;
- › Les ONG ;
- › Les artisans ;
- › Le grand public constitué par la population active (15 – 64 ans).

1.4.3 Approches d'intervention

Deux approches ont été utilisées : l'approche quantitative et l'approche qualitative. Compte tenu des délais impartis, de la thématique à adresser et des contraintes budgétaires, une méthode mixte de collecte a été déployée. Il s'agit de :

- › Entretien direct en présentiel ;
- › Enquête via Internet.

Pour les mêmes raisons, l'enquête par entretien direct a couvert les grandes villes Cotonou, Abomey-Calavi, Porto-Novo et Parakou.

1.4.4 Enquête quantitative

Cette approche a été mise en œuvre grâce au questionnaire de collecte des données auprès des cibles de l'enquête. La méthode a été l'interview directe par questionnaire consistant à collecter des informations primaires auprès des différentes cibles. L'âge minimum de 18 ans est requis pour participer à l'enquête.

1.4.5 Recrutement et formation des agents de terrain

Des agents enquêteurs ont été recrutés, formés et placés sous la responsabilité des superviseurs afin d'assurer un meilleur suivi des travaux sur le terrain. Chaque agent de terrain a été minutieusement recruté, avec un niveau minimum de BAC+2 et une expérience préalable sur des projets similaires. Une session de formation a été organisée à leur intention pour présenter et expliquer les outils de collecte de données à utiliser.

1.4.6 Méthode d'échantillonnage

1.4.6.1 Formule de calcul de la taille de l'échantillon

Le but est de procéder à un échantillonnage pour retenir un sous-groupe représentatif de la population mère correspondant aux différentes cibles reconstituées au travers des sources secondaires.

Le mode de définition de l'échantillon est établi selon la méthode préconisée par Rea L.M. et al, 1997. En effet, pour déterminer l'exactitude nécessaire et suffisante visant à atteindre les objectifs de l'enquête, deux paramètres ont été considérés : la marge d'erreur et l'intervalle de confiance.

La marge d'erreur représente la fourchette de certitude à l'intérieur de laquelle les réponses obtenues sont considérées exactes. Elle est fixée à 5 %. L'intervalle de confiance est la probabilité que l'échantillon de personnes interrogées influence les résultats de l'enquête. Il est fixé à 95%. La taille de l'échantillon est calculée avec la formule :

$$n = \frac{t_p^2 \times P(1 - P) \times N}{t_p^2 \times P(1 - P) + (N-1) \times y^2}$$

Où :

- > n : taille de l'échantillon
- > N : taille de la population de chaque catégorie de cibles de l'enquête
- > P : proportion attendue d'une réponse de la population ou proportion réelle. Elle est fixée à 0,5 par convention, ce qui permet d'avoir le plus grand échantillon possible
- > y : marge d'erreur d'échantillonnage
- > tp : intervalle de confiance d'échantillonnage.

Le tableau suivant présente les valeurs de tp associées aux intervalles de confiance.

Tableau 1 : Valeurs de tp associées aux intervalles de confiance

| Intervalle de confiance | tp |
|-------------------------|------|
| 90% | 1,65 |
| 95% | 1,96 |
| 99% | 2,69 |

Source : Table statistique

Dans la présente enquête la valeur de tp est 1,96.

1.4.6.2 Échantillonnage stratifié à tirage aléatoire

La population à enquêter a été organisée en strates qui sont les cibles de l'enquête : administrations publiques, entreprises, artisans, grand public. Les unités statistiques ont été choisies dans les strates à l'aide du tirage aléatoire.

La méthode d'échantillonnage ci-dessus est appliquée aux strates suivantes : administrations publiques, entreprises, artisans. En ce qui concerne le grand public, le taux de sondage est fixé à 0,1%.

1.4.6.3 Présentation de l'échantillon

A partir des sources consultées telles que listées dans la revue documentaire, le plan d'échantillonnage a été réalisé. Le tableau suivant présente les tailles des populations par cibles et sources associées.

Tableau 2 : Strates et populations mères associées

| Strates | Population (N) | Sources |
|--|------------------|--|
| Entreprises | 11 620 | Rapport d'enquête satisfaction usagers clients de l'Administration fiscale (DGI), dec 2021 |
| ONG | 256 | Rapport d'enquête satisfaction usagers clients de l'Administration fiscale (DGI), dec 2021 |
| Artisans | 5 380 | Estimation des entreprises artisanales à 2021 à partir des résultats du recensement des entreprises artisanales 2010 de l'INStAD |
| Grand public (pop active 15-64) | 2 168 141 | Projections démographiques 2023 de l'INStAD (Atlantique, Borgou, Littoral, Ouémé) |
| Administrations publiques | 274 | Données reconstituées par nous-mêmes à partir des déclarations sur le site CATIS.BJ https://catis.xroad.bj/institutions Le catalogue des solutions interopérables (CatIS) fournit une assistance et un outil fiables aux développeurs, administrateurs et utilisateurs des systèmes d'information de l'État béninois. C'est un instrument complémentaire pour la coordination des systèmes d'information de l'État, |
| Total | 2 185 671 | |

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Le tableau suivant présente les tailles de population et de l'échantillon au niveau de chaque strate de l'enquête.

Tableau 3 : Tailles de la population et de l'échantillon

| Strates | Taille | | Taux de sondage (t) |
|--|------------------|-----------------|---------------------|
| | Population (N) | Échantillon (n) | |
| Entreprises | 11 620 | 372 | 3,2% |
| ONGs | 256 | 154 | 60,1% |
| Artisans | 5 380 | 359 | 6,7% |
| Grand public (pop active 15-64 ans) | 2 168 141 | 3 000 | 0,1% |
| Administrations publiques | 274 | 160 | 58,5% |
| Total | 2 185 671 | 4 044 | 0,2% |

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

À partir d'une population totale de 2 185 671, un échantillon de 4044 a été constitué, soit un taux de sondage de 0,2%. La répartition par type d'enquête se présente comme ci-dessus.

1.4.6.3.1 Enquête qualitative

Le but de l'enquête qualitative est d'approfondir les aspects non clarifiés par l'enquête quantitative. A cet effet, il est prévu d'organiser des groupes thématiques de discussion avec quelques structures ressources. Ces focus group devraient permettre aussi d'augmenter l'audience de l'enquête en diffusant les moyens d'accès à l'enquête que sont : lien, QR code, flyer, etc. dans les réseaux des représentants desdites structures.

Pour ce faire, des lettres ont été transmises aux structures suivantes : CCIB, APIEx, Chambre des Métiers de l'Artisanat, Centre de Promotion de la Société Civile, et trois Associations de consommateurs régulièrement agréées par l'ARCEP (La Voix des Consommateurs, ASSOCIATION IGB@NET, ONG ENTRAIDE NUMERIQUE-ETHIQUE).

Mais seulement la CCIB a répondu promptement à la requête de ISOC Bénin. Plusieurs relances ont été faites pour avoir la participation des autres entités approchées mais elles ont été vaines. Les raisons avancées se résument comme suit :

- › En attente de l'accord du Ministre de tutelle ;
- › Premier responsable en déplacement ;
- › Période non favorable.

1.4.6.3.2 Pré- test des outils de collecte des données

Il a permis d'évaluer la charge de travail de l'agent enquêteur. Il s'agit de mettre les agents de terrain en situation réelle sur des cibles ayant le même profil que celles désignées dans le cadre de l'enquête. Ces tests d'outils ont permis d'éprouver la méthodologie et d'ajuster le modèle d'enquête.

1.4.6.3.3 Collecte digitalisée

La collecte de données a été faite par le biais de terminaux tablettes tactiles et smartphones. Ces outils ont permis de recueillir les informations en temps réel. L'utilisation de tablettes offre de nombreux avantages :

- › Un gain de qualité grâce à une ergonomie optimale pour l'administration du questionnaire (contrôles automatiques, filtrages dynamiques, affichages conditionnels, rotations de réponses ou de questions, etc.) ;
- › Un gain de temps pour les enquêteurs dans l'administration de l'enquête ;
- › Un meilleur contrôle des équipes sur le terrain et des données ;
- › La possibilité de saisir des coordonnées GPS ou de prendre des photos ;
- › Une sécurité des données transférées en temps réel ou stockées sur le mobile ;
- › La suppression de l'étape de saisie des questionnaires, permettant d'éviter les erreurs généralement occasionnées à cette étape ;
- › La possibilité d'afficher des éléments multimédias : photo, vidéo ou audio.

En ce qui concerne la collecte par Internet, elle a été menée en suivant un plan de communication dont l'essentiel se résume à :

- › Diffusion de messages sur les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, LinkedIn ;
- › Campagne à travers des flyers et les afficher dans des lieux à fort passage ;
- › Insertion dans la presse écrite et parlée ;
- › Paiements pour des campagnes publicitaires sur les médias sociaux.

1.5 Formation des agents de terrain

La formation s'est déroulée le samedi 17 février 2024 à Cotonou dans les locaux de Blolab à Zogbohoulé et a été animée par le Statisticien. Les agents de terrain de Cotonou, Abomey-Calavi et Porto ont participé en présentiel. En revanche, en ce qui concerne Parakou, seulement le Superviseur était sur place. Les agents enquêteurs ont suivi la formation à distance par Visio.

1.6 Lancement de la campagne terrain

En prélude à la collecte des données sur le terrain, un lancement officiel de l'enquête a été fait le jeudi 22 février 2024 au centre Adélé Baké à Akpakpa. Ce lancement a connu la participation de certains acteurs d'Internet au Bénin. Ce fut l'occasion de présenter les objectifs, les résultats attendus et la méthodologie de l'étude. Aussi, ce créneau est utilisé pour inviter les acteurs présents à servir de relais pour faciliter la collecte des données. Tout en reconnaissant l'opportunité de cette étude, les participants ont soulevé certaines préoccupations auxquelles ISOC & SCG ont apporté des clarifications.

1.7 Collecte des données

L'enquête quantitative s'est déroulée du 26 février au 08 mars 2024 dans les quatre départements choisis. Une enquête complémentaire a été faite pendant deux jours sur le module Entreprise au cours de la semaine du 25 mars 2024.

L'enquête qualitative a été organisée sur la période du 11 au 22 mars 2024.

1.8 Traitement et analyse des données

Le logiciel statistique utilisé pour le traitement et l'analyse des données est SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). La collecte des données étant digitalisée, les données collectées ont fait l'objet d'apurement et de redressement après le contrôle d'exhaustivité. A cet effet, des règles d'édition et de correction des erreurs ont été éditées. Lesdites règles ont été traduites en programmes informatiques aux fins d'apurement et de redressement de la base (programme batch). Il s'en est suivi l'élaboration du programme de tabulation.

1.9 Taux de réponse

Le tableau suivant présente le taux de réponse obtenu à l'issue de toute la stratégie d'enquête mise en place.

Tableau 4 : Taux de réponse

| Strates | Taille des échantillons | | Taux de réponse |
|-------------------------------------|-------------------------|--------------|-----------------|
| | Prévu | Réalisé | |
| Entreprises | 372 | 264 | 71,0% |
| ONG | 154 | 108 | 70,3% |
| Artisan | 359 | 101 | 28,2% |
| Grand public (pop active 15-64 ans) | 3 000 | 3 227 | 107,6% |
| Administrations publiques | 160 | 106 | 66,2% |
| Total | 4 044 | 3 806 | 94,1% |

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Il en ressort globalement que le taux de réponse est de 94,1 %, ce qui est un très bon indicateur.

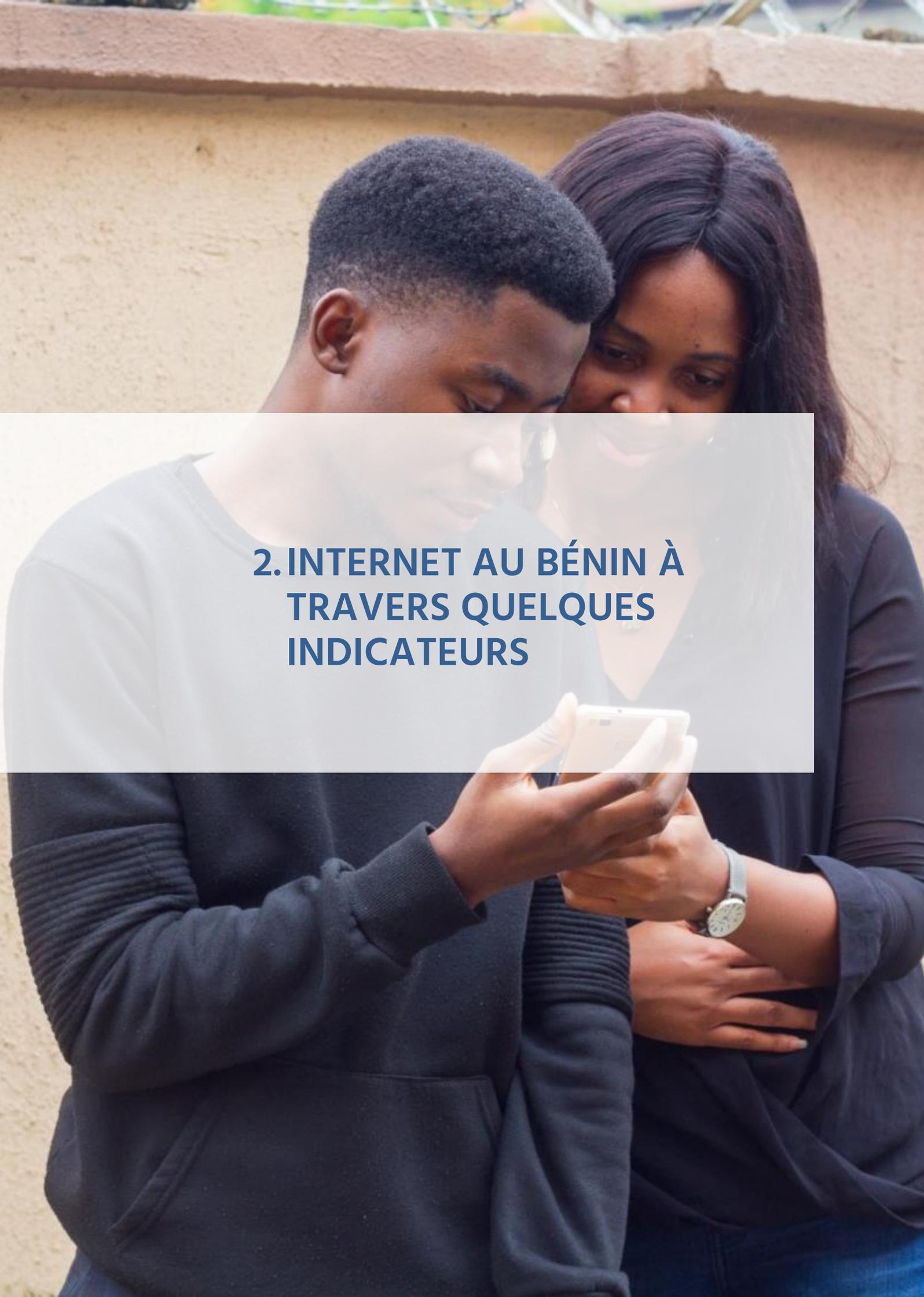
1.10 Difficultés rencontrées

Plusieurs difficultés ont été rencontrées au cours des différentes phases de l'enquête. Les plus importantes se résument comme suit :

- › Réticence de certaines cibles à participer à l'enquête malgré le badge et la lettre de recommandation des agents de terrain ;
- › Lourdeur administrative : certaines structures devant participer aux focus groups ont souhaité avoir l'avis de leur Ministre de tutelle, ce qui n'a pas pu être fait.
- › La campagne digitale n'a pas obtenu la totalité des résultats escomptés. C'est cette difficulté qui explique le taux de réponse de 94,1% obtenu globalement.

1.11 Résultats

Les résultats de la présente étude s'apprécient à travers les points présentés ci-dessous sur les usages d'Internet au Bénin. Toutefois, l'étude s'est évertuée à examiner au prime abord la situation de « Internet au Bénin à travers les indicateurs internationaux ».

A young man and woman are looking at a smartphone together. The man is on the left, wearing a dark blue long-sleeved shirt, and the woman is on the right, wearing a dark blue long-sleeved shirt and a watch. They are standing in front of a light-colored wall. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the center of the image.

2. INTERNET AU BÉNIN À TRAVERS QUELQUES INDICATEURS

2.1 Internet au Bénin selon les données de l'observatoire de l'ARCEP Bénin

Selon les données fournies par les FAI et les opérateurs en 2023⁴, l'accès à Internet au Bénin est essentiellement mobile. Sur une population de 12.915.002 ; 10 955 778 personnes ont accès à Internet. Parmi ces derniers, 24 113 ont Internet fixe⁵.

Trois opérateurs se partagent le marché d'Internet mobile. SPACETEL BENIN avec ses 6 567 085 abonnés Internet sur un total de 10 931 665 tandis que MOOV Africa Bénin n'a que 3 130 307 abonnés Internet et CELTIIS BENIN avec 1 234 273 abonnés Internet.

Tableau 5 : Evolution Abonnement Internet mobile

| DESIGNATIONS | T4_2022 | T1_2023 | T2_2023 | T3_2023 | T4_2023 |
|---|-----------|------------|-----------|------------|------------|
| SPACETEL BENIN | 6 485 379 | 6 819 130 | 7 246 418 | 6 852 058 | 6 567 085 |
| MOOV AFRICA BENIN | 2 877 192 | 2 906 454 | 1 737 464 | 3 012 320 | 3 130 307 |
| CELTIS | 364 609 | 423 610 | 516 679 | 1 052 138 | 1 234 273 |
| Total Abonnement Internet mobile | 9 727 180 | 10 149 194 | 9 500 561 | 10 916 516 | 10 931 665 |
| Dont FEMMES | 31,16% | 31,05% | 35% | 29% | 28% |

Source : A partir des données opérateurs, 2023

Dix (10) Fournisseurs d'Accès Internet (FAI) fournissent d'Internet fixe pour 24 113 personnes. Il s'agit de : SBIN (17 393 abonnés), ISOCEL (5 021 abonnés) ; OTI (1 128 abonnés) ; FirstNet (71 abonnés, Univercel (292 abonnés) Jeny (165 abonnés) ; Sud Télécom (77 abonnés) ; ABC Corporation (26 abonnés), EUPHORBIA (226 abonnés), DATANEO (226 abonnés).

Tableau 6 : Evolution Abonnements Internet Fixe

| OPERATEURS | T4_2022 | T1_2023 | T2_2023 | T3_2023 | T4_2023 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| SBIN | 15 710 | 19 154 | 13 719 | 15 513 | 17 393 |
| ISOCEL | 3 716 | 3 822 | 4 102 | 4 867 | 5 021 |
| OTI | 1 162 | 1 164 | 1 102 | 1 109 | 1 128 |
| FirstNet | 75 | 69 | 69 | 64 | 71 |
| Jeny | 257 | 259 | 259 | 164 | 165 |
| SUD TELECOMS | 104 | 134 | 135 | 93 | 77 |
| DATANEO | - | 6 | 6 | 6 | 6 |
| ABC Corporation | 38 | 33 | 28 | 27 | 26 |

⁴ <https://arcep.bj/wp-content/uploads/2022/06/Tableau-de-bord-Internet-au-31-Mars-2022.pdf>

⁵ Observatoire de l'ARCEP

| | | | | | |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| EUPHORBIA | | | 214 | 219 | 226 |
| Parc Internet fixe | 21 062 | 24 641 | 19 634 | 22 062 | 24 113 |
| Pénétration Internet fixe | 0,16% | 0,18% | 0,16% | 0,17% | 0,19% |

Source : À partir des données opérateurs, 2023

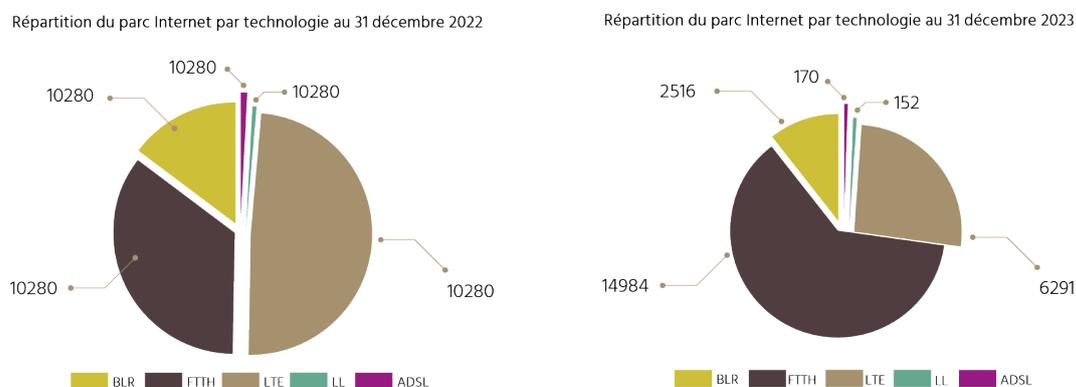


Figure 1 : Répartition du parc Internet fixe par technologie

Source : À partir des données opérateurs, 2023

Evolution des abonnements FTTH

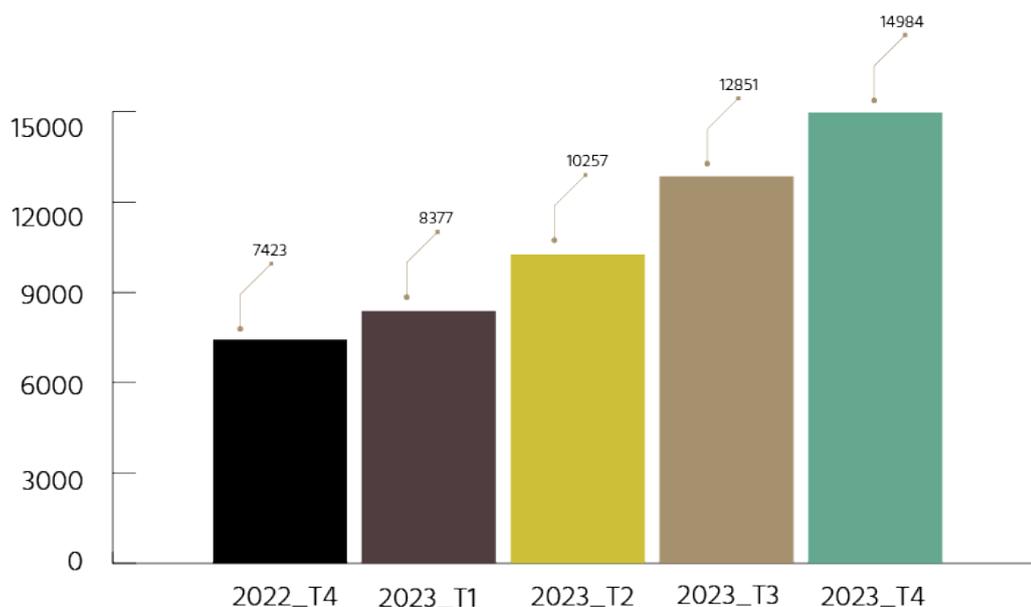


Figure 2 : Evolution des abonnements FTTH

Source : À partir des données opérateurs, 2023

Le volume total du trafic Internet mobile dans le pays est de 280 millions de Go en 2023⁶ dont 147,27 millions de Go pour Spacetel Bénin, 94,07 millions de Go pour Moov Africa Bénin, et 38,5 millions de Go pour Celtis.

⁶ Cf. Rapport annuel d'activités 2023 de l'ARCEP BENIN, p85.

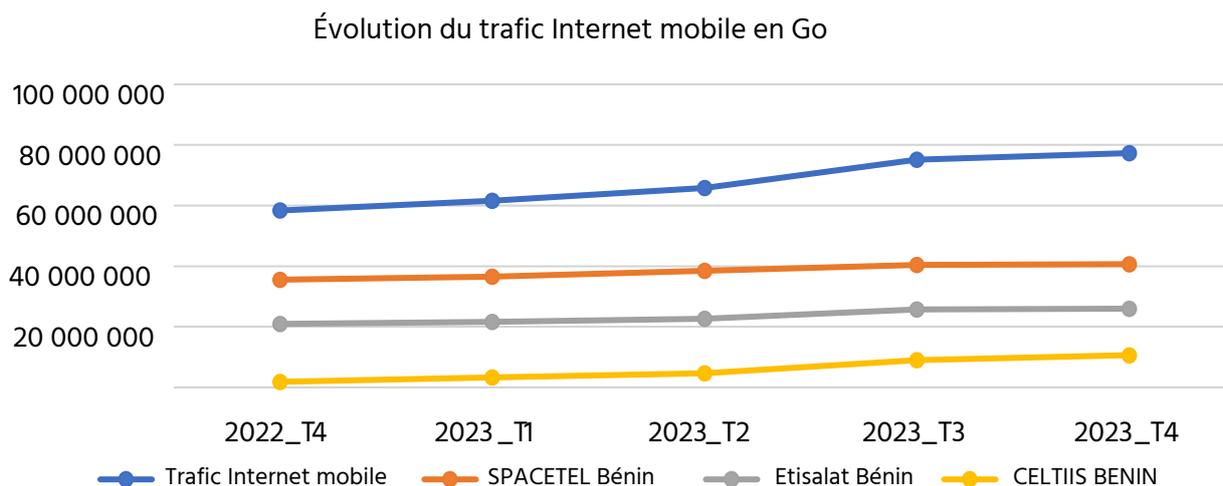


Figure 3 : Évolution du trafic Internet mobile (en Go)

Source : À partir des données opérateurs, 2023

SPACETEL BENIN⁷ offre aux particuliers des forfaits mensuels de type DATA de 20 Go à 400 Go à des prix variant entre 15 100 F CFA et 100 000 FCFA. L'opérateur MOOV AFRICA BENIN⁸ propose pour la même cible et la même validité, des offres de 5 Go à 15 Go aux tarifs allant de 5 000 FCFA à 15 000 F CFA. Pour ce qui est de l'opérateur CELTIIS⁹, les options d'offres mensuelles varient entre 32 Go à 110 Go aux tarifs allant de 14 900 F CFA à 29 000 F CFA. Il y a lieu de noter ici que les offres de forfaits Internet des trois opérateurs mobiles restent relativement coûteux au regard du pouvoir d'achat encore faible au Bénin. La question d'abordabilité des tarifs des offres Internet mobiles se pose donc avec acuité.

Pour le haut débit, CELTIIS propose aux particuliers certaines options qualifiées de « **Super des Offres HOME** » de **15 Mb/s à 19 900 FCFA et 30 Mb/s à 24 900 FCFA** par mois, et, aux entreprises une offre mensuelle de 50 Mb/s à 100 Mb/s à un prix allant de 39 900 FCFA à 99 900 FCFA. ISOCEL en ce qui le concerne offre 10 Mb/s à 70 Mb/s à un prix variant entre 15 000 à 70 000 CFA par mois, alors que le salaire minimum interprofessionnel garanti (SMIG) vaut **cinquante-deux mille (52 000) francs CFA**.

Pour ce qui est du prix du Mo pour la data mobile au Bénin, il ressort des données de l'observatoire des tarifs¹⁰ d'Internet mobile que le prix moyen du Mo (forfaits hebdo) est de 1,18 F chez MTN, 0,98 F chez Moov et 0,70 F chez SBIN. On pourrait donc affirmer que SBIN facilite l'utilisation d'Internet aux usagers.

⁷ <https://www.mtn.bj/particuliers/offres-mobiles/forfaits-internet/forfaits-illimites/>

⁸ <https://www.moov-africa.bj/forfait-internet/>

⁹ <https://celtiis.bj/celtiis/offres#illiminet>

¹⁰ <https://arcep.bj/tarifs-internet/>

2.2 L'analyse de l'Indice de connectivité mobile de la GSMA

Selon l'Indice de connectivité¹¹ de la GSMA, le Bénin a fait des progrès indéniables en passant d'un score de 29,91 à 40,06 dans la période allant de 2017 à 2022.

Comparé au Sénégal (45,72), au Cap-Vert (53,99), à la Côte d'Ivoire (48,09), au Kenya et à l'Île Maurice (66,93) qui sont relativement plus évolués en matière de connectivité mobile, le Bénin doit investir davantage dans les domaines des infrastructures, de l'amorçabilité afin de renverser la tendance actuelle et atteindre des résultats souhaités pour se hisser au rang des pays avancés en matière de connectivité Internet.

Il convient de souligner face à cette situation que le fait d'avoir un peu moins de onze (11) millions d'abonnés à Internet mobile sur une population d'environ douze (12) millions d'habitants n'implique pas nécessairement que les populations ont un très bon accès à Internet. Il va falloir mettre en œuvre une politique plus volontariste pour le développement des infrastructures, de l'abordabilité, de la préparation des consommateurs et des contenus et services.

2.3 Les leçons tirées de l'observation du NRI¹²

L'Indice de préparation du réseau (NRI) classe le Bénin 112ème, 110ème et 111ème sur 134 pays respectivement en 2020, 2022 et 2023. Ce classement indique qu'un accent particulier devra être mis dans l'amélioration des infrastructures TIC ; ceci en vue de la promotion de l'Internet fixe.

Les résultats du Bénin se présentent comme suit :

- › i) Le nombre de ménages ayant accès à Internet au Bénin entre 2020 et 2023 positionne le Bénin au rang de 128ème en 2020 et 114ème en 2023 sur un total de 134 pays ;
- › ii) Pour les tarifs de téléphonie mobile, le Bénin se classe au rang de 122ème sur 134 ; iii) En ce qui concerne les abonnements à la large bande fixe, le Bénin occupe la position de 89ème sur les 134 pays clés.
- › iv) Les données de l'accès à Internet dans les écoles ne sont pas disponibles dans la période concernée.

2.4 Les résultats de « Global Competitiveness Index » (GCI)¹³

Cet indice évalue un ensemble de facteurs considéré comme le plus déterminant de la croissance soutenue d'une économie à moyen et à long terme. L'adoption des TIC est l'une des composantes de cet indice et joue un rôle essentiel dans la détermination de la capacité d'innovation d'un pays.

¹¹https://www.gsma.com/solutions-and-impact/connectivity-for-good/mobile-for-development/gsma_resources/mobile-connectivity-index/

¹² Network Readiness Index (NRI) Ou Indice de préparation du réseau

¹³ Global Competitiveness Index du Forum Economique Mondial de Davos signifie en français « indice de Compétitivité Mondiale » (GCI). L'indice évalue l'ensemble des facteurs déterminant le niveau de productivité d'une économie, considéré comme le facteur le plus déterminant de la croissance à long terme. Il fournit une carte détaillée des facteurs et des attributs qui déterminent la productivité, la croissance et le développement humain. Introduit en 2018, il est calculé sur la base d'une combinaison de données statistiques et d'informations issues d'une enquête d'opinion menée annuellement auprès de décideurs économiques et de chefs d'entreprises et réalisée en collaboration avec l'Institut de Recherche Empirique en Economie Politique (IREEP) du Bénin.

Les résultats du Bénin en matière d'adoption des TIC en 2019 sont présentés dans le tableau 7 ci-dessous.

Tableau 7 : Adoption des TIC

| Pilier | Valeur | Score | Rang | Variation du score | Variation du rang | Meilleure performance |
|---|--------|-------|------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| Adoption des TIC (0-100) | - | 23.4 | 134 | + 3.4 | -1 | Corée |
| Inscription au réseau de téléphonie mobile (par 100 habitants) | 82.4 | 68.7 | 122 | +3.3 | Invariable | Multiple |
| Abonnements haut débit mobile (par 100 habitants) | 19.8 | - | 130 | - | +4 | Emirats Arabes Unis |
| Abonnements fixes à Internet haut débit (par 100 habitants) | 0.2 | 0.5 | 125 | Invariable | +3 | Suisse |
| Abonnements Internet par fibre (par 100 habitants) | 0.0 | - | 118 | - | - | Corée |
| Utilisateurs d'Internet (% de la population adulte) | 20.0 | 20.0 | 125 | +8.0 | +7 | Qatar |

Source : A partir des données du rapport GCI 2019 14 page 96 et du rapport GCI 2018 15 page 101

Passant de la 133^{ème} position en 2018 à la 134^{ème} en 2019 avec un score moyen de 23.4/100 dans le domaine de l'adoption des TIC, le Bénin reste en dessous de la moyenne de la région Afrique subsaharienne (34.3), du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (57.6). On en déduit que le Bénin a vu son score et son classement régresser d'une position au niveau de l'adoption des TIC en passant de la 133^{ème} position en 2018 (score de 20.0/100) à la 134^{ème} position en 2019 (score de 23.4 /100).

Comparé à certains pays de la région d'Afrique subsaharienne, le Bénin affiche les résultats consignés dans le tableau 8 ci-dessous.

Tableau 8 : Indice de Compétitivité Mondiale

| | Bénin | | Sénégal | | Cap-Vert | | Îles Maurice | | CI | | Kenya | |
|-------------------|-------|-------|---------|-------|----------|-------|-----------------|-------|------|-------|-----------------|-------|
| | Rang | Score | Rang | Score | Rang | Score | Rang | Score | Rang | Score | Rang | Score |
| GCI 2019 | 125e | 45,8 | 114e | 49,7 | 112e | 50,1 | 52 ^e | 64,3 | 118e | 48,1 | 95 ^e | 54,1 |
| Adopt. TIC | 134 | 23,4 | 115 | 35,8 | 101 | 44,7 | 101 | 44,7 | 104 | 41,3 | 116 | 35,7 |

Source : A partir des données du rapport GCI 2019

Sur la base de ces données, on pourrait formuler le vœu que le Bénin améliore l'adoption des TIC afin de pouvoir booster les usages d'Internet. Car, bien que « moins de la moitié de la population adulte ait accès à Internet et que les abonnements aux services de télécommunications à large

¹⁴ https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

¹⁵ <https://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>

bande soient extrêmement faibles dans la plupart des pays de la région »¹⁶, le Bénin affiche un score et un rang relativement plus faible comparé aux autres pays.

2.5 Indice de Développement du Gouvernement Électronique (EGDI)¹⁷

L'indice de développement de l'administration électronique (EGDI) présente l'état du développement de l'administration électronique dans les États membres des Nations Unies.

Il est composé de 03 sous-indices : indice de la fourniture de services en ligne, indice des infrastructures de la connectivité et des télécommunications et indice sur les capacités des ressources humaines. L'EGDI dont se servent les Nations Unies pour mesurer l'utilisation des technologies numériques par l'administration publique classe le Bénin au 149 -ème rang en 2022...

En 2020, le Danemark est demeuré le premier avec un score de 0,9758, suivi de la Corée du sud, ensuite l'Estonie, la Finlande et l'Australie. Il faut noter que des pays africains ont fait des progrès remarquables.

Entre 2018 et 2022, les classements du Bénin sont passés de la position 177 à 149 sur 193 pendant que le Ghana, pays leader de la sous-région est passé de 120ème à 106ème, le Sénégal est passé de rang 144 à 143, le Cap-Vert de 103 à 11, l'île Maurice, de 58 à 75.

Tableau 9 : Indice de développement du GE (EGDI)-2022, 2020 et 2018

| Région | Moyenne de l'IDEG 2022 | Moyenne de l'IDEG 2020 | Moyenne de l'IDEG 2018 |
|-----------|------------------------|------------------------|------------------------|
| L'Europe | 0,8305 | 0,8170 | 0,7727 |
| Asie | 0,6493 | 0,6373 | 0,5898 |
| Amériques | 0,6438 | 0,6341 | 0,5779 |
| Monde | 0,6102 | 0,5988 | 0,5491 |
| Océanie | 0,5081 | 0,5106 | 0,4611 |
| Afrique | 0,4054 | 0,3914 | 0,3423 |

Source : Rapport EDGI-2022 des Nations Unies

¹⁶ Cf. Rapport GCI 2019.

¹⁷ <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Compare-Countries>

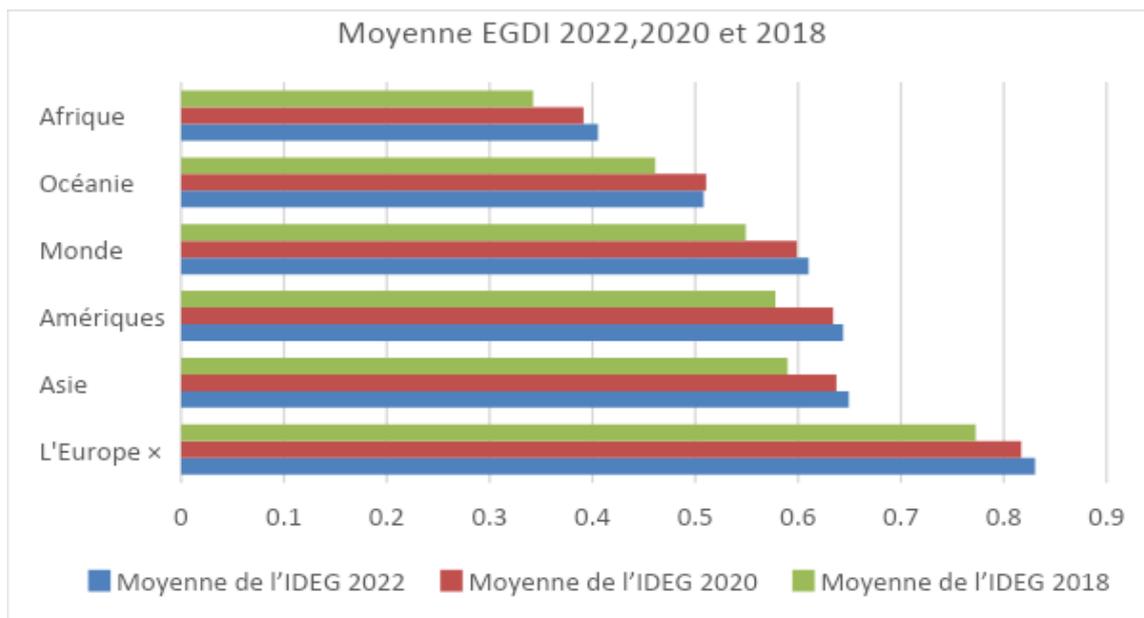


Figure 4 : Moyenne de l'IGDI-2022, 2020 et 2018

Source : Par nos soins à partir des données de l'IGDI-2022, 2020 et 2018



3. LES USAGES D'INTERNET DANS L'ADMINISTRATION PUBLIQUE BÉNINOISE

3.1 Restitution des résultats de l'enquête

3.1.1 Les entités enquêtées

106 structures de l'administration publique ont participé à l'enquête dans une portion de 52% pour l'administration Centrale (Ministères et Directions départementales, Préfectures) et de 41% pour les administrations territoriales, selon le graphique ci-après.

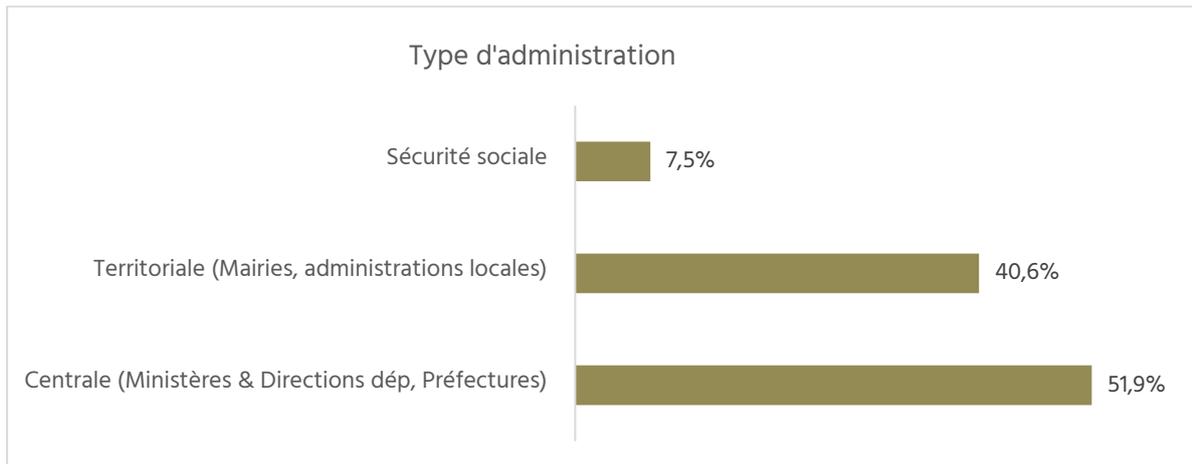


Figure 5 : Structures de l'administration ayant participé à l'enquête et leur proportion

Source : À partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Ces structures sont équitablement réparties (25%) dans les départements de l'Atlantique, du Borgou, de l'Ouémé, et du Littoral.

Les questionnaires ont été soigneusement administrés par les enquêteurs aux responsables informatiques des organisations cibles.

Parmi les 106 répondants, il n'y a que 38 administrations qui ont pu estimer le budget 2023. Le graphique suivant présente la distribution du budget des administrations au titre de 2023.

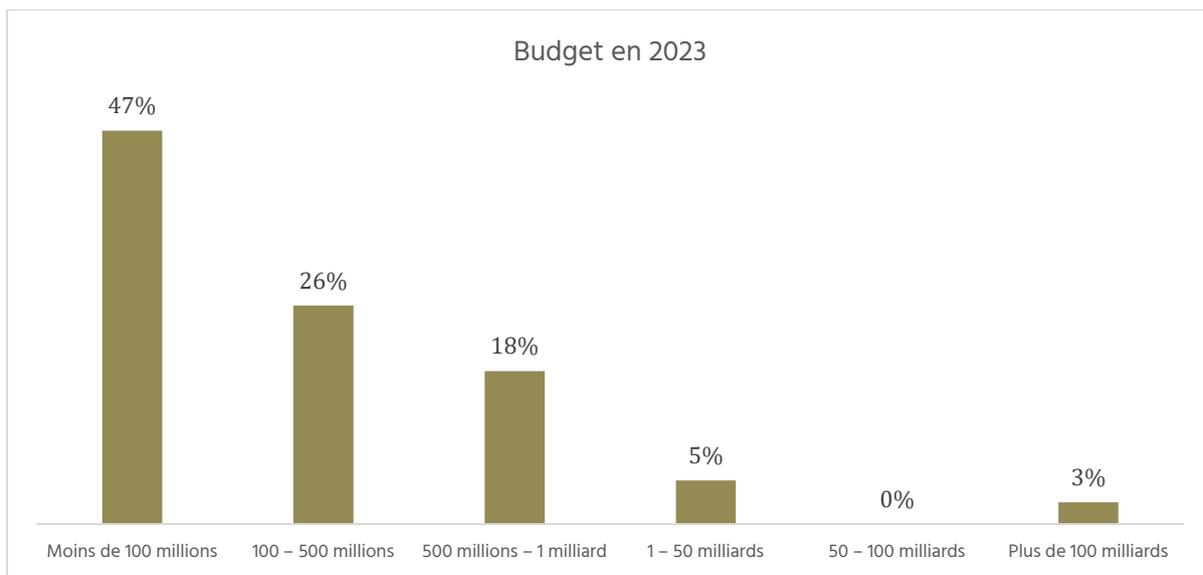


Figure 6 : Distribution du budget des administrations au titre de 2023

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

On peut noter que près des $\frac{3}{4}$ (73%) des 38 administrations ont eu un budget inférieur à 500 millions.

Dans le souci de se donner une idée de la part des dépenses en services Internet, les administrations interviewées se sont prononcées sur leurs dépenses mensuelles moyennes en services Internet. Le graphique ci-contre montre que 34% des administrations dépensent moins de 50 000 FCFA, 27% dépensent entre 50 et 100 mille FCFA. Il faut noter que 5% dépensent entre 500 mille et 5 millions de FCFA.

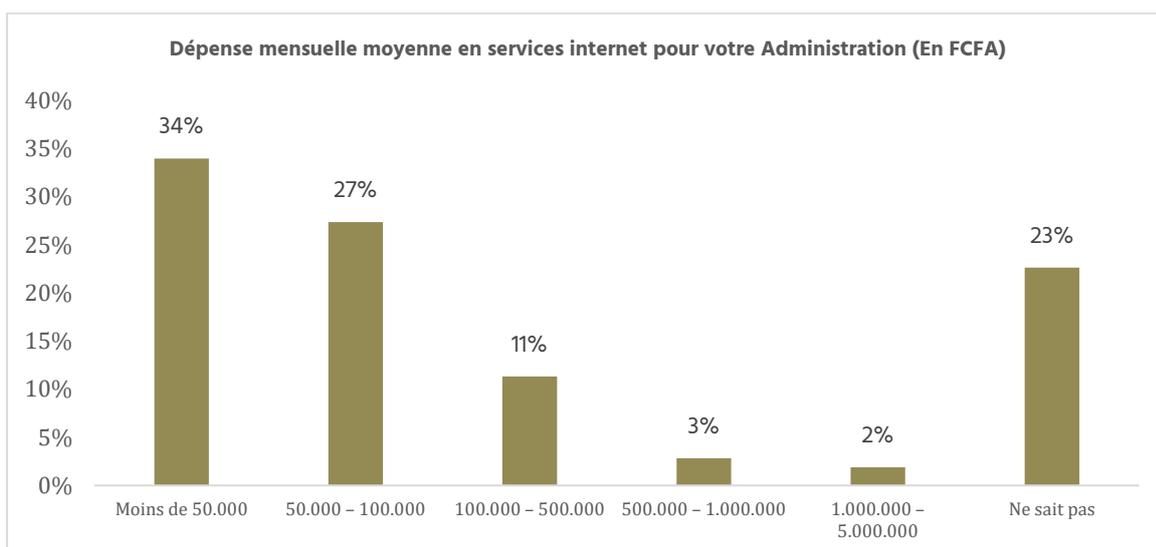


Figure 7 : Dépense mensuelle moyenne en services Internet pour votre Administration

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

3.1.2 Les types de connexion Internet utilisés

Les répondants ont déclaré avoir tous accès à l'ordinateur (portable et de bureau). Ils accèdent pour la majorité (74%) des cas, à Internet par mobile conformément au graphique ci-dessous :

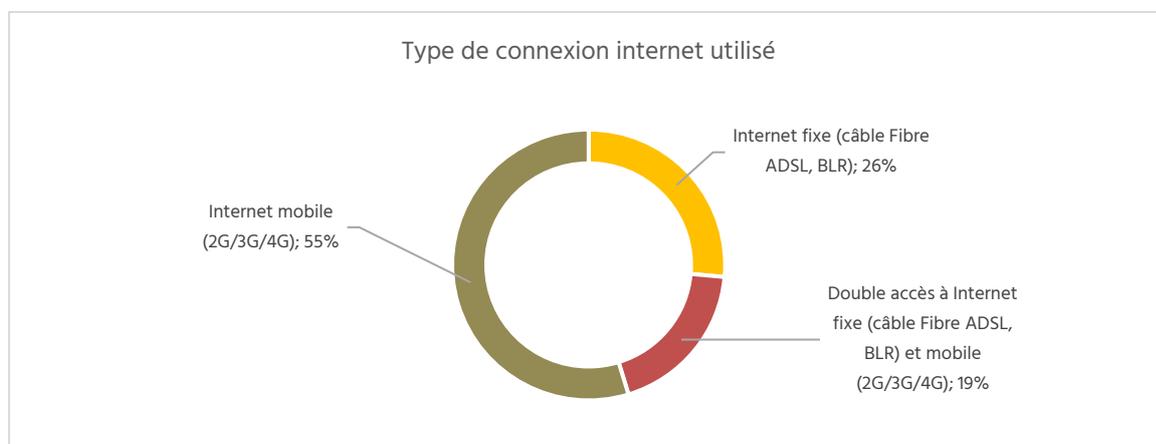


Figure 8 : Types de connexion Internet utilisé

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

La plupart des enquêtés (68%) disent que plus de 75% du personnel utilisent, tous les jours ou presque, Internet au sein de l'administration.

Voix d'expert N° 1

La cybersécurité pour rendre responsable l'usage de Internet

La cybersécurité peut être désormais considérée comme une opportunité d'affaires. Le secteur formel prend de plus en plus conscience des vulnérabilités propres à ses activités et des menaces diverses qui pèsent sur ses actifs. Cette prise de conscience engendre un besoin accru de services spécifiques.

Dans le secteur informel et plus largement au niveau du grand public, c'est malheureusement le grand ravage. L'acceptation naïve (béate et inconsciente) et la fascination du téléphone portable ont fait le lit de plusieurs fléaux et facilité leur expansion de manière phénoménale : désinformation, commérage, médisance, etc.

La grande question c'est comment utiliser cette puissance énorme de propagation pour véhicule « le bon grain », pour diffuser de la connaissance et élever rapidement le niveau de discernement du plus grand nombre...

Dr Perpétus Jacques HOUNGBO, Senior Cyber Security expert

3.1.3 Les usages d'Internet par l'administration

Le graphique suivant présente les usages des administrations publiques sur Internet.

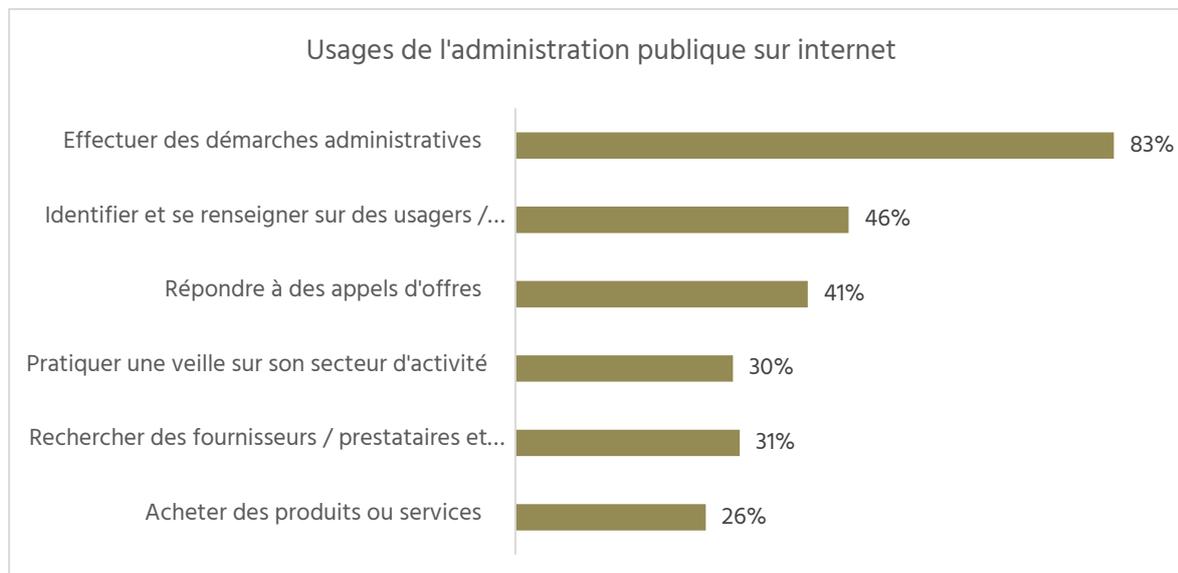


Figure 9 : Usages des administrations publiques sur Internet

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Il ressort du graphique ce qui suit :

- › 69% des administrations publiques enquêtées n'utilisent pas Internet pour la recherche des fournisseurs et la comparaison des produits ou services ;
- › 74% des structures enquêtées n'achètent pas des produits ou services avec Internet ;
- › 4% de moins que ces derniers ne pratiquent pas une veille sur leur secteur d'activité, et les concurrents avec Internet ;
- › 54% de la population des administrations enquêtée n'utilisent pas Internet pour identifier et se renseigner sur des usagers / bénéficiaires potentiels.

Pendant ce temps, plus de 80% des structures publiques font usage de Internet pour effectuer des démarches administratives et 41% font usage de Internet pour répondre à des appels d'offres.

Plus de la moitié (51%) des administrations enquêtées dispose d'un site Internet. Au cours de l'étude, les différents types d'usages qu'offrent les sites Internet ont été passés en revue. Les résultats obtenus sont résumés par le graphique suivant :

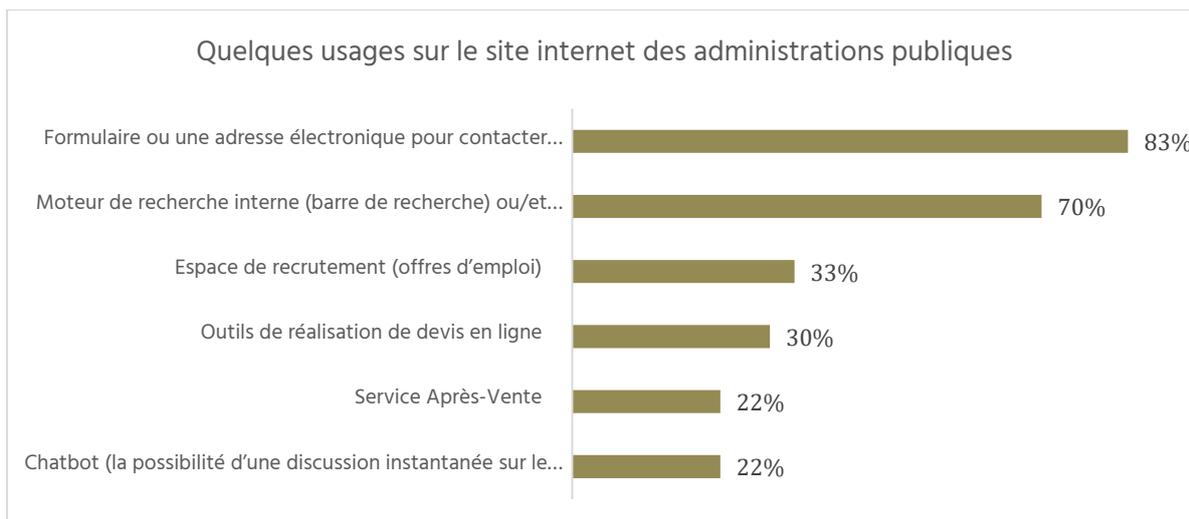


Figure 10 : Usages sur le site Internet des administrations publiques

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

On peut noter que 83% des organisations publiques ont un site qui dispose d'un formulaire ou une adresse électronique pour contacter l'Administration et 70% disposent de moteur de recherche interne (barre de recherche) ou/et Foire Aux Questions. A contrario, on peut observer que dans 78% des cas, les sites Internet ne sont pas munis ni de Chatbot¹⁸ ni de service après-vente.

En termes de présence sur les réseaux sociaux, 45% des organisations publiques enquêtées sont présentes sur les réseaux sociaux. Le tableau suivant présente les types de réseaux sociaux utilisés selon qu'il s'agisse d'un réseau social grand public ou réseau social à visée professionnelle.

Tableau 10 : Types de réseaux sociaux utilisés

| Quels sont ces réseaux sociaux ? | Fréquence |
|--|-----------|
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...) | 52% |
| Réseau professionnel (LinkedIn, réseau sectoriel) | 15% |
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...), Réseau professionnel (LinkedIn, réseau sectoriel) | 33% |
| Total | 100% |

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Les administrations qui ont pris part à l'enquête ont déclaré que 58% des postes de l'Administration ne peuvent pas réaliser du télétravail.

¹⁸ La possibilité d'une discussion instantanée sur le site web

3.2 Constats et analyse

3.2.1 Constats

Trois faits majeurs se sont révélés après l'observation des renseignements observés lors de l'enquête :

- › Internet est très peu adopté et utilisé par l'administration publique du Bénin parce que cette dernière n'est pas bien ancrée dans les processus métier des entités interrogées.
- › L'administration publique du Bénin utilise dans sa majorité (74%) Internet mobile.
- › Internet est plus utilisé par l'administration Centrale (Ministères et Directions départementales, Préfectures) que les Administrations Territoriales (Mairies, administrations locales).

3.2.2 Analyse

L'un des éléments corroboratifs des résultats de cette présente enquête est le classement que relis les Nations Unies en matière d'adoption du digital par l'administration. En effet, le Bénin se classe par rapport à l'EGDI dans les rangs de 120 sur un total de plus de 130 pays.

Une mise en œuvre plus adéquate du Programme National de Gouvernance Électronique (PNGE¹⁹) aurait permis au Bénin d'intégrer plus rationnellement et plus structurellement l'utilisation d'Internet aux processus métier de l'administration : prise de décision, mise en œuvre et suivi des décisions, fourniture des services aux différents usagers. Une telle intégration impulsera une promotion plus efficace et plus performante de tous les services mis en ligne dans le pays ces dernières années.

Dans le dispositif infrastructurel du pays, l'insuffisance de réseaux d'accès dans les territoires malgré la présence de deux câbles sous-marins (SAT3 et ACE), et en dépit de la modernisation du backbone qui a relié près de 70 communes par fibre optique est aussi un facteur qui confirme les faits mis en évidence par l'enquête.

En effet, à l'intérieur des départements et des communes, l'offre Internet disponible tourne autour des solutions mobiles. Il va donc falloir trouver des voies et moyens pour doter de véritables réseaux d'accès à fibre optique, gage du haut et du très haut débit dans les bureaux, dans les écoles, centre de santé et domiciles.

L'absence d'actions stratégiques, opérationnelles, coordonnées et ordonnées visant à favoriser l'accès et à la généralisation systématique de l'administration béninoise à Internet explique parfaitement les raisons pour lesquelles il est nécessaire de penser et d'agir pour l'intégration rationnelle d'Internet aux processus métier de toutes les agences gouvernementales tant au niveau central que territorial.

¹⁹ Programme National de Gouvernance Électronique adopté par le gouvernement du Bénin en 2014 dont l'objectif est d'améliorer non seulement les interactions entre les agences gouvernementales mais entre les administrations et leurs différents usagers aussi.

A young man with short dark hair and a mustache, wearing a light blue and white striped button-down shirt, is sitting in a black office chair at a desk. He is looking directly at the camera with a neutral expression. On the desk in front of him is a silver laptop on the left, a map of West Africa on the right, and several papers and a notebook. He is holding a pen in his right hand. The background is a plain, light-colored wall.

4. LES USAGES D'INTERNET PAR LES ENTREPRISES AU BÉNIN

4.1 Restitution des résultats d'enquête

4.1.1 Quelques caractéristiques des entreprises enquêtées

Au total 264 entreprises ont pris part à cette enquête. Elles sont situées dans quatre départements que sont : Atlantique (27%), Borgou (10%), Littoral (32%) et l'Ouémé (31%)

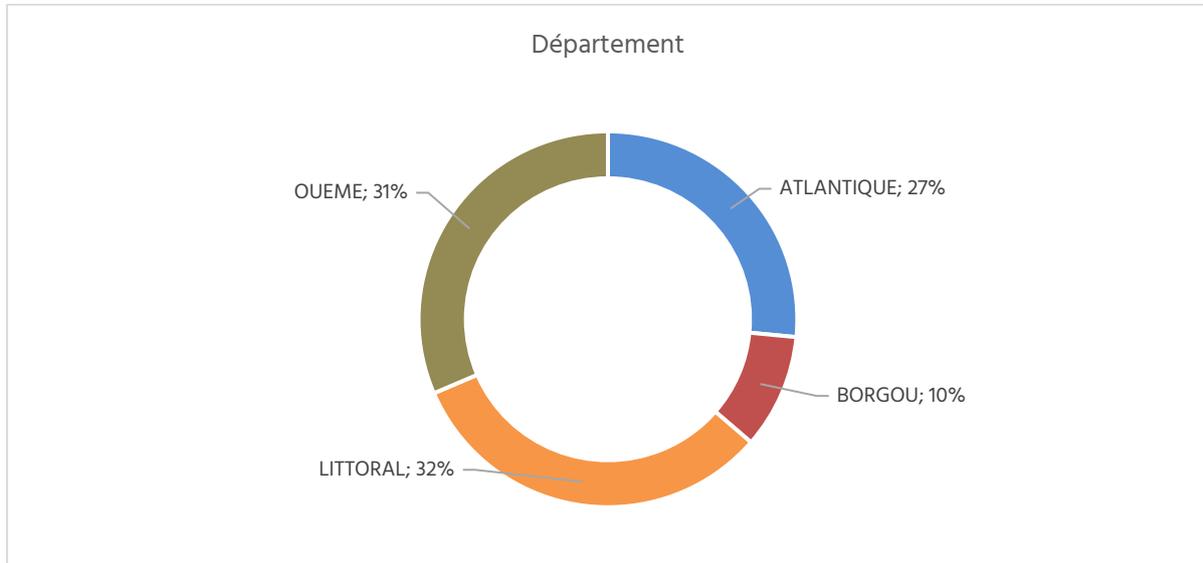


Figure 11 : Illustration graphique des départements ayant pris part à l'enquête

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

Les responsables de ces entreprises sont du genre masculin et ils appartiennent à la tranche d'âge 18 – 70. Parmi elles, 13% seulement ont comme secteur d'activité télécoms et TIC et 41% d'entre elles exercent dans le domaine commercial avec pour forme juridique, établissement (57%), SARL (28%) et SA (13%).

L'Effectif de leur personnel (87%) est globalement inférieur ou égal à 25. 60% de ce personnel n'ont pas accès à l'ordinateur fixe alors que la proportion de ceux qui n'accèdent pas à l'ordinateur portable est de 20%.

Pour 90% d'entre elles, le chiffre d'affaires est en dessous de cinquante millions en 2023. 35% ont un chiffre d'affaires globalement stable pendant que 28% parmi elles sont en croissance.

4.1.2 Type de connexion Internet utilisé dans l'entreprise

La connexion Internet fixe n'est pas abondamment utilisée par les entreprises au Bénin parce que Internet mobile est utilisé à près de 80%.

Dans 50% des entreprises, plus de 75% du personnel utilisent Internet tous les jours.

4.1.3 Usages spécifiques de Internet par les entreprises au Bénin

36 % des entreprises enquêtées n'utilisent pas Internet pour rechercher des fournisseurs et comparer des produits ou services. Pour la même raison, 37 % des entreprises utilisent Internet seulement parfois. De plus, 33 % des entreprises enquêtées n'utilisent pas Internet pour acheter les produits ou services dont elles ont besoin.

En ce qui concerne la pratique de la veille sur le secteur d'activité et les concurrents, 43 % des entreprises n'utilisent pas du tout Internet, tandis que 30 % l'utilisent occasionnellement. Pour identifier et se renseigner sur des clients potentiels, 36 % des entreprises ont mentionné qu'elles « n'utilisent jamais » Internet à cette fin, et 28 % l'utilisent parfois.

Lorsqu'il s'agit d'effectuer des démarches administratives, 54 % des entreprises le font toujours, tandis que 31 % le font occasionnellement.

30% utilisent toujours Internet pour répondre à des appels d'offres, et 47% parmi elles n'en font jamais usage pour cette cause.

65% des entreprises n'ont pas de site web tandis que 42% de ces dernières ont un projet à court terme de création de site web. Pendant ce temps, plus du double de celles qui n'ont pas de site web sont présents sur les médias sociaux et font des publications hebdomadaires.

Tableau 11 : Usages spécifiques d'Internet par les entreprises au Bénin

| Quels sont ces réseaux sociaux ? | Effectif | Fréquence |
|---|----------|-----------|
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...) | 125 | 75% |
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...), Réseau professionnel (LinkedIn, réseau sectoriel) | 42 | 25% |
| Total | 167 | 100% |

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

74 % des entités enquêtées n'offrent pas de produits et services en ligne²⁰ et un grand nombre, 67% des postes dans les entreprises cibles ne peuvent pas réaliser de télétravail.

²⁰ La vente en ligne signifie que la transaction financière se fait par une interface numérique

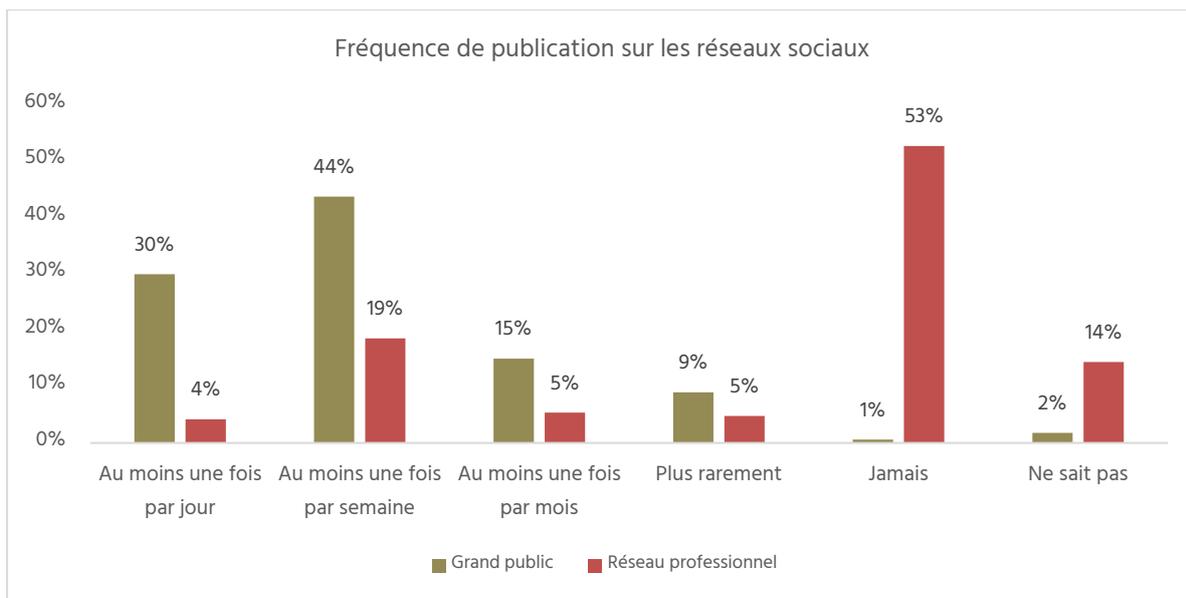


Figure 12 : Fréquence de publication sur les réseaux sociaux

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

4.1.1. Impacts du numérique sur les entreprises étudiées

Les impacts du numérique sur l'organisation et les méthodes de travail des entreprises sont certains parce que (91%) des entreprises l'ont qualifié de positifs (61%) et de très positifs. (31%). De plus, plus de 81% parmi elles estiment que le numérique est un facteur de réduction des coûts et des délais. Presqu'à l'unanimité (91%), les organisations analysées pensent que le numérique est source d'amélioration de la qualité de service et de performance.

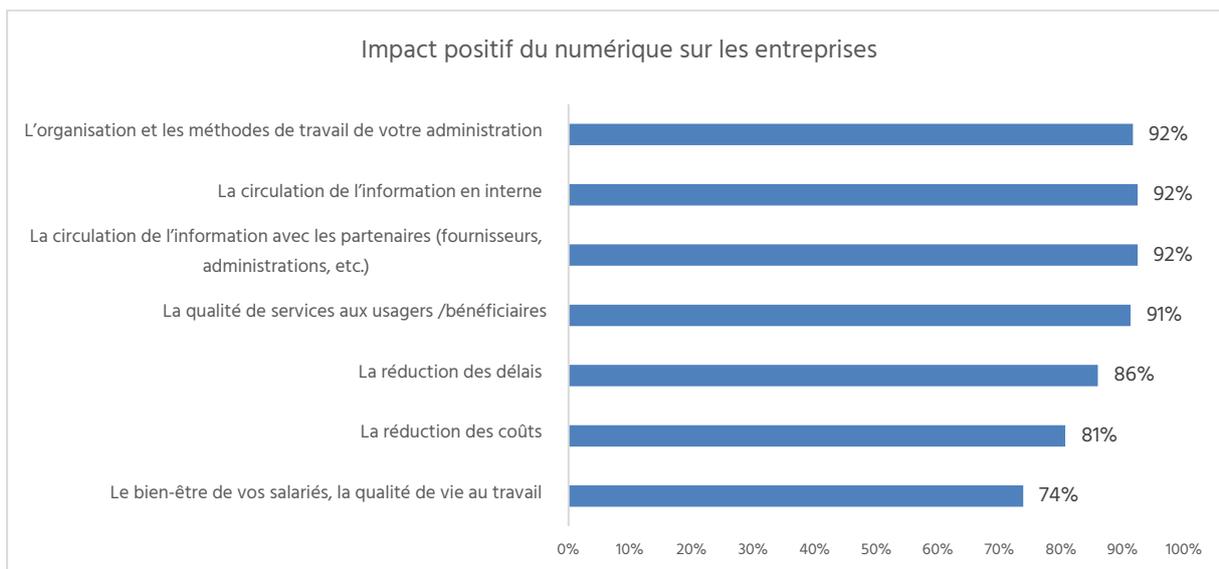


Figure 13 : Illustration de l'impact du numériques sur les entreprises étudiées

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

4.1.4 La qualité de la connexion Internet dans les entreprises au Bénin

Les entreprises étudiées ont affirmé dans une majorité de 74% que la qualité de la connexion Internet est satisfaisante pendant que 20% d'elles déclarent insatisfaisante la connexion Internet qu'elles utilisent.

4.2 Constats et analyse

4.2.1 Constats

- › Le premier constat manifeste est un paradoxe : la majorité des entreprises reconnaît l'importance cruciale de Internet pour le bon fonctionnement et le développement de leurs activités. Mais, malgré cette reconnaissance, on observe une faible adoption de cet outil dans les différentes fonctions stratégiques (production, approvisionnement, commercialisation, gestion) des entreprises.
- › Le second constat est que ces entreprises utilisent principalement Internet mobile, dont les qualités et les coûts leurs sont satisfaisants.

4.2.2 Analyse

L'enquête a révélé que les entreprises enquêtées sont pour la plupart des établissements ayant généralement moins de 25 employés. Les tailles modérées des entreprises interviewées combinées avec le secteur d'activité majoritaire (commerce) peuvent expliquer un tant soit peu cette situation de faible adoption de Internet. Il y a donc la nécessité de former, d'informer et de sensibiliser le monde de l'entrepreneuriat afin qu'il puisse comprendre les usages spécifiques que revêt l'adoption rationnelle et structurée d'Internet pour leurs différentes activités.

Il est admis que les activités entrepreneuriales dans le pays sont encore embryonnaires parce que la majorité de ces dernières continuent d'être constituées par de toutes petites entreprises, des petites et moyennes entreprises (PME).

Dans ce contexte, Internet, par sa grande capacité de diffusion, de réduction des différents délais et d'accroissement de fiabilité des traitements divers devrait être plus sérieusement adopté. Cet état de chose impactera très positivement la vie des entreprises elles-mêmes et par ricochet la productivité de l'économie du pays.

A close-up photograph of a young man with a joyful expression, looking down at a smartphone held in both hands. He is wearing a vibrant blue t-shirt and a large, wide-brimmed hat made of woven straw with a teal-colored rim. A thick, light-colored rope is draped over his shoulder and around the phone. In the foreground, a colorful woven basket with concentric rings of purple, pink, and white is visible. The background is slightly blurred, showing a rustic outdoor setting with wooden structures and various items, suggesting a market or workshop environment.

**5. INTERNET ET
L'ARTISANAT AU
BENIN**

5.1 Restitution des résultats de l'enquête

5.1.1 Les caractéristiques socio démographiques des artisans enquêtés

L'étude a porté sur 101 artisans dont 74% d'hommes et 26% de femmes. Ils sont relativement jeunes et actifs parce que près de la moitié (49 %) ont leur âge compris entre 31 et 40 ans. Les plus jeunes (entre 18 et 30 ans) sont de 27%. Les plus âgés (41 à 60 ans) représentent 25% de toute la population ciblée.

Les personnes interrogées sont réparties de manière presque égale dans les quatre départements ciblés par l'analyse.

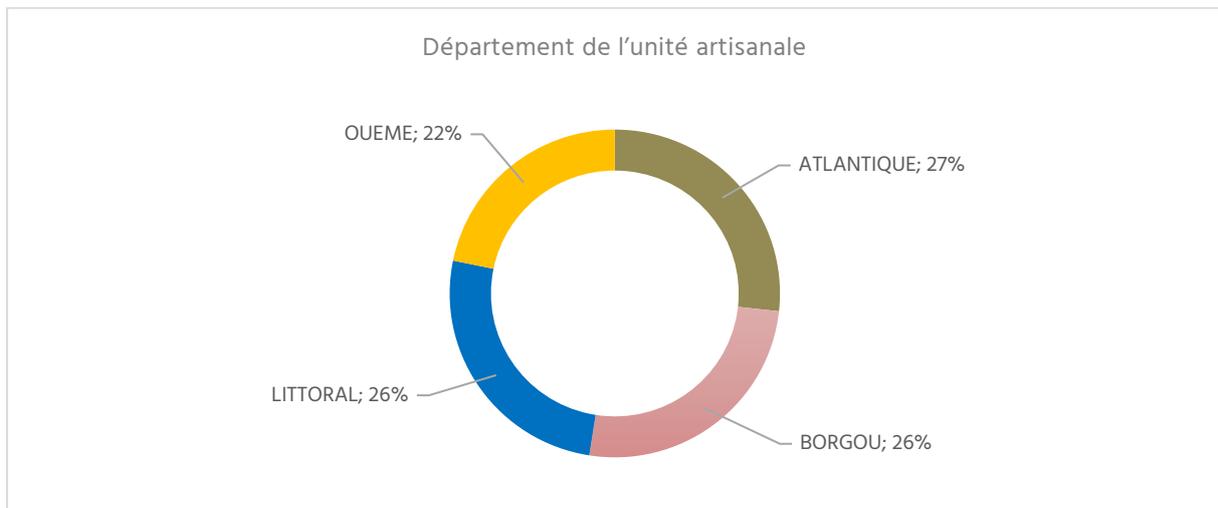


Figure 14 : Département de l'unité artisanale

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

77% parmi eux sont mariés alors que les célibataires sont estimés à 21%. La plupart d'entre eux (51%) n'ont fait que des études secondaires pendant que 15% ont un niveau universitaire.

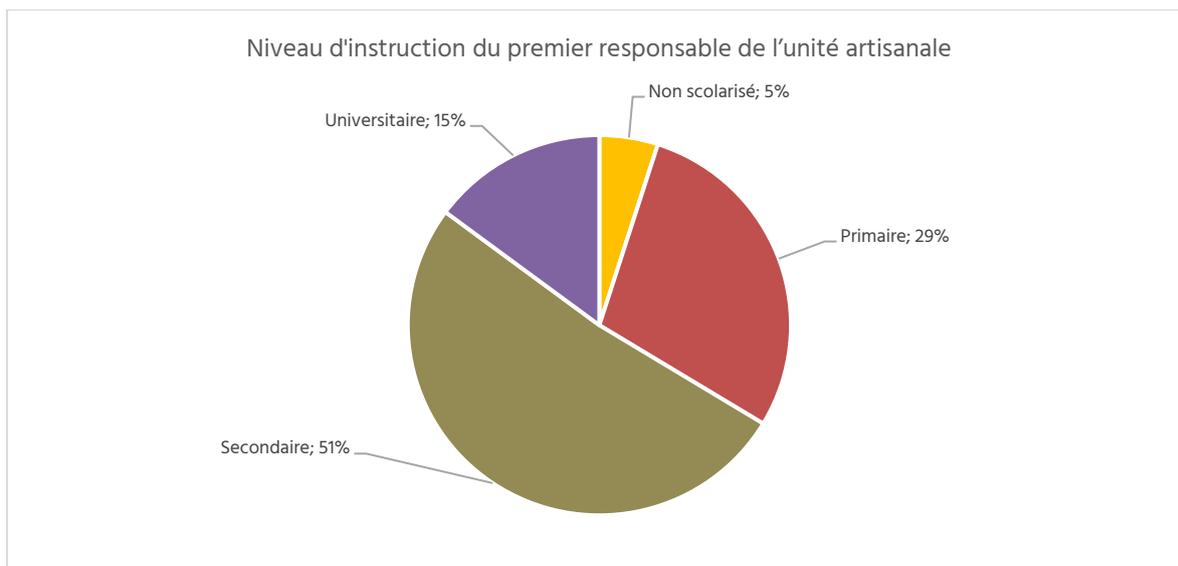


Figure 15 : Niveau d'instruction du premier responsable de l'unité artisanale
 Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

5.1.2 Les activités artisanales des populations observées

Il est observé que les unités artisanales examinées sont très minoritairement du secteur des télécoms (5%). Un peu moins de la moitié (48%) de ces unités opèrent dans les secteurs métaux et constructions métalliques, mécanique, électromécanique, électronique, électricité et petites activités de transport, textile, habillement, cuir et peau. L'art et les décorations représentent 18% de la population étudiée.

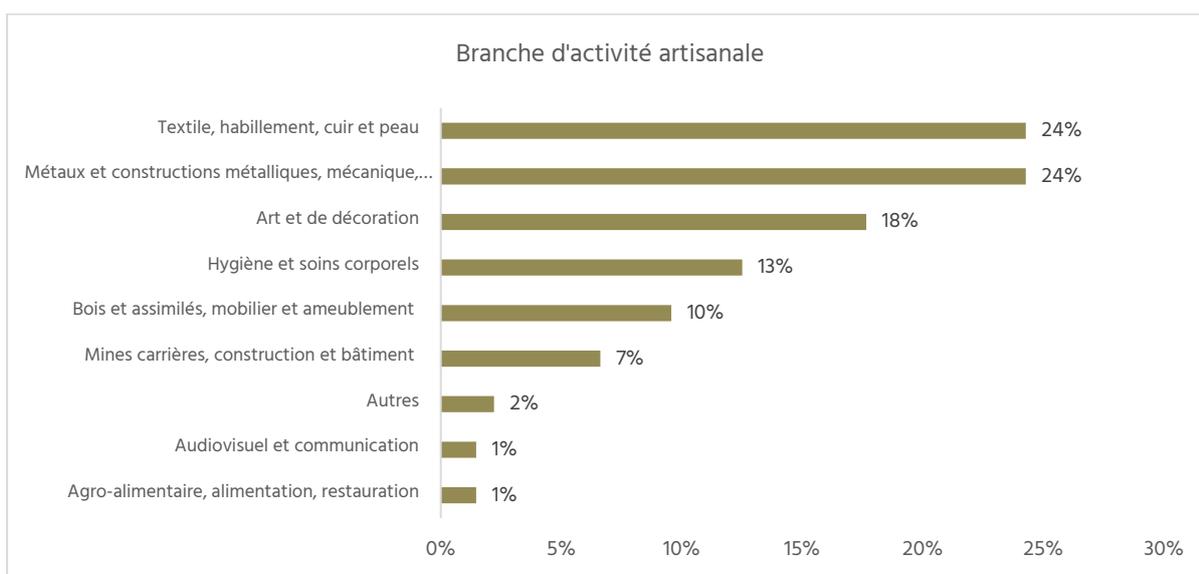


Figure 16 : Différentes branches d'activités artisanales
 Source : A partir des données de l'enquête (février - mars 2024)

L'effectif maximal du personnel des structures analysées est de 60 et est relativement jeune. 65% des unités ont eu un chiffre d'affaires moyen inférieur ou égal à 2 500 000 CFA en 2023.

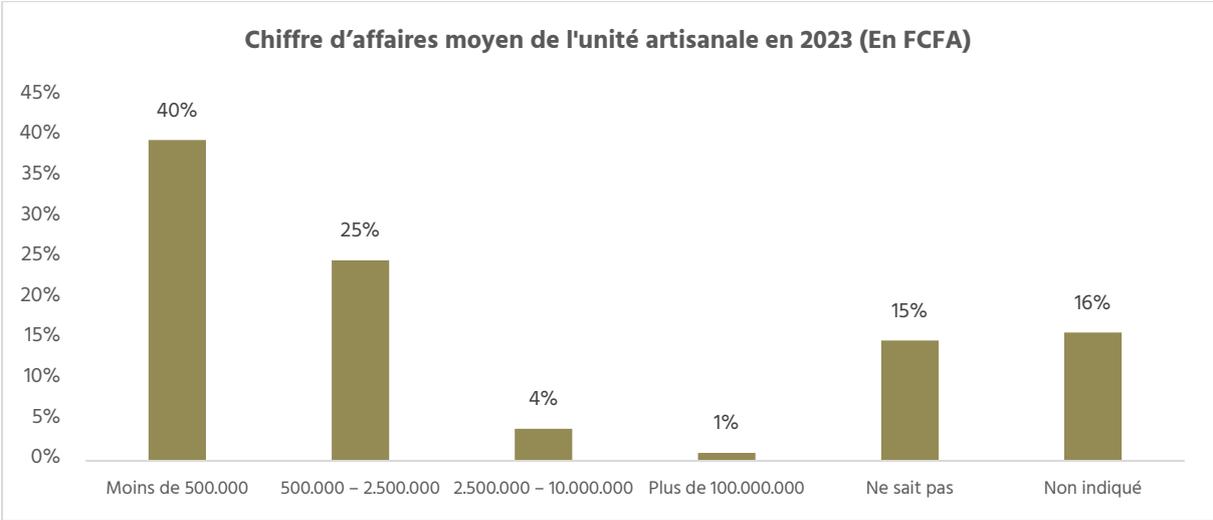


Figure 17 : Chiffre d'affaires moyen de l'unité artisanale en 2023
Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

5.1.3 La connexion Internet utilisée par les unités artisanales

La connexion Internet utilisée au sein des unités artisanales est essentiellement mobile (97%). Les connexions Internet sont utilisées à titre personnel (91%) à partir d'un smartphone (95%). Seulement 5% parmi elles utilisent quotidiennement Internet à partir d'un ordinateur (fixe ou portable). 35% des unités artisanales possèdent de la connexion Internet, à titre professionnel.

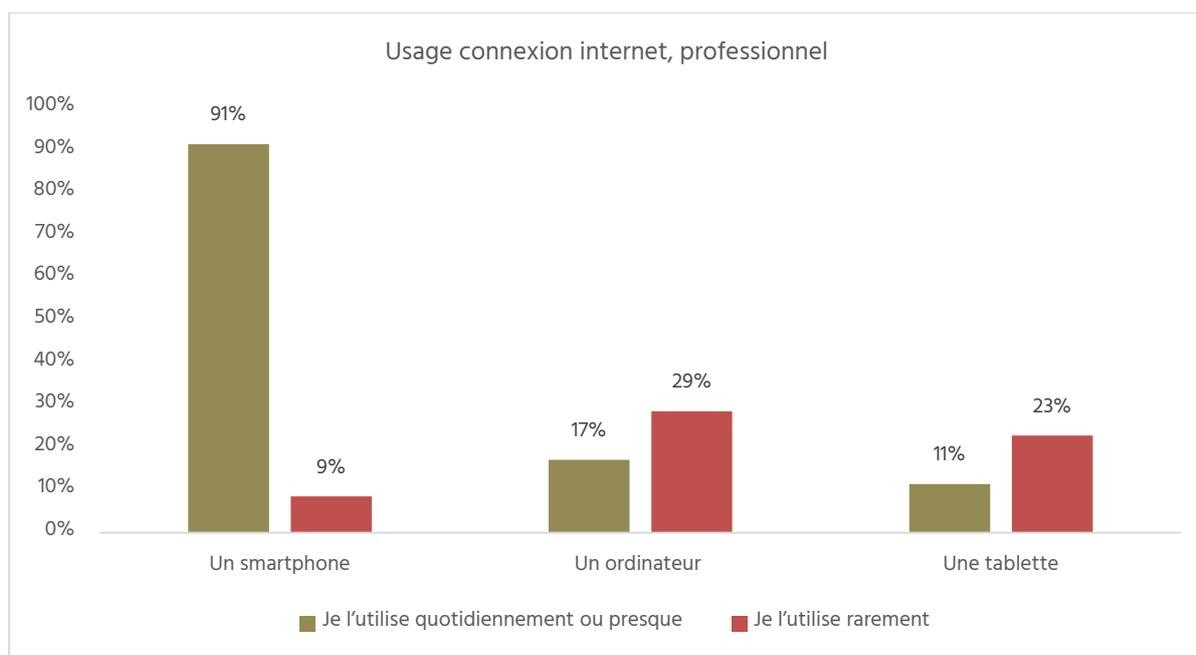


Figure 18 : Usage de la connexion Internet à titre professionnel
Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les unités artisanales cibles n'ont pas de site web et n'offrent pas de produits et services en ligne²¹.

Seules 10% parmi elles en ont. Mais elles sont presque toutes (92%) présentes sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, Instagram à près de 92%.

Tableau 12 : Fréquence des unités artisanales sur Internet

| Quels sont ces réseaux sociaux ? | Effectif | Fréquence |
|--|----------|-----------|
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...) | 58 | 92% |
| Grand public (Facebook, Twitter, Instagram...), Réseau professionnel (LinkedIn, réseau sectoriel) | 3 | 5% |
| Réseau professionnel (LinkedIn, réseau sectoriel) | 2 | 3% |
| Total | 63 | 100% |

Source : A partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les unités artisanales sont très modestement présentes sur Internet. Elles ont très modérément intégré Internet dans leur processus d'affaire.

²¹ La vente en ligne signifie que la transaction financière se fait par une interface numérique

Voix d'expert N°2 Agriculture, digitalisation et régulation

La digitalisation de l'agriculture peut être définie comme l'intégration et l'utilisation des technologies digitales de communication (ordinateur, téléphone mobile, satellite, radio numérique, vidéo numérique, capteurs, blockchain, etc.) dans l'ensemble des segments de la chaîne de valeur agro-alimentaire, afin de transformer leurs modèles d'opération dans le but ultime de développer la production agricole, assurer la sécurité alimentaire et nutritionnelle tout en veillant aux enjeux du changement climatique.

Ce processus a démarré il y a plusieurs dizaines d'années mais s'est amplifié depuis l'organisation du premier Sommet Mondial sur la Société de l'Information en 2003 par les Nations Unies, avec une accélération observée depuis la popularisation de la téléphonie mobile et des réseaux sociaux.

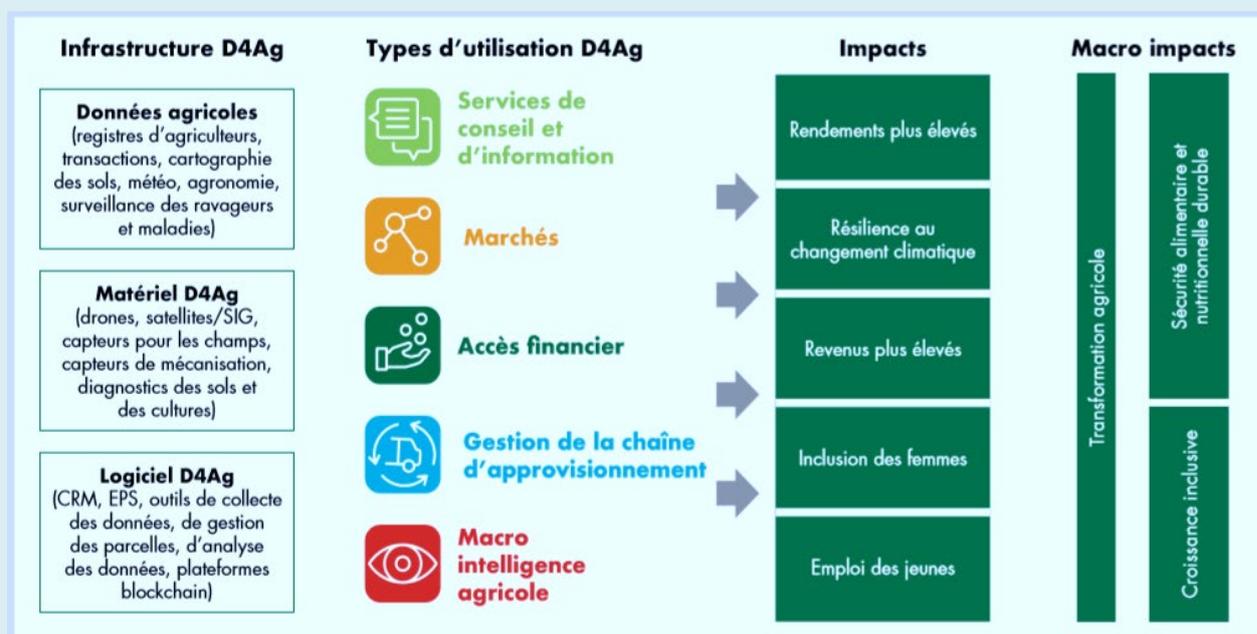


Figure : Liens entre digitalisation, économie agricole et croissance (Source : Rapport sur la digitalisation de l'agriculture africaine par CTA et Dalberg, 2019)

La digitalisation génère des potentiels importants de transformation dans les différents segments de la chaîne de valeur agricole (pré-production, production, transformation, commercialisation, consommation, y compris les domaines transversaux y relatifs comme l'accès aux finances, la recherche agricole et la mise en œuvre des politiques agricoles). Elle a pénétré tous les sous-secteurs agricoles (pêche, élevage, production végétale, foresterie). Sous le triple effet de la pauvreté que vit la majorité des producteurs, de l'illettrisme important en milieu rural et de la faible dotation de ces régions en infrastructures numériques performantes, la digitalisation agricole en encore peu développée dans les économies africaines les moins avancées, dont celle du Bénin.

KEN LOHENTO, Senior E-agriculture expert

5.1.4 Visibilité sur Internet des entreprises

A partir des résultats de la présente étude, on peut déduire que les unités artisanales du Bénin ne sont pas visibles sur Internet. En effet, s'agissant du référencement des organisations enquêtées, il faut dire que seulement 10% parmi elles sont référencées sur Internet, 19% sont visibles par publicité (bannières, annonces) sur des sites web ou des annuaires en ligne, 7% seulement font des campagnes d'emailing à l'endroit de leurs clients.

La situation demeure la même avec tous les canaux de visibilité sur Internet à l'exception de la modalité « Publicité (bannières, annonces) sur les réseaux sociaux (grand public ou à visée professionnelle) » qui enregistre un score de 46% des unités artisanales qui la mettent en pratique.

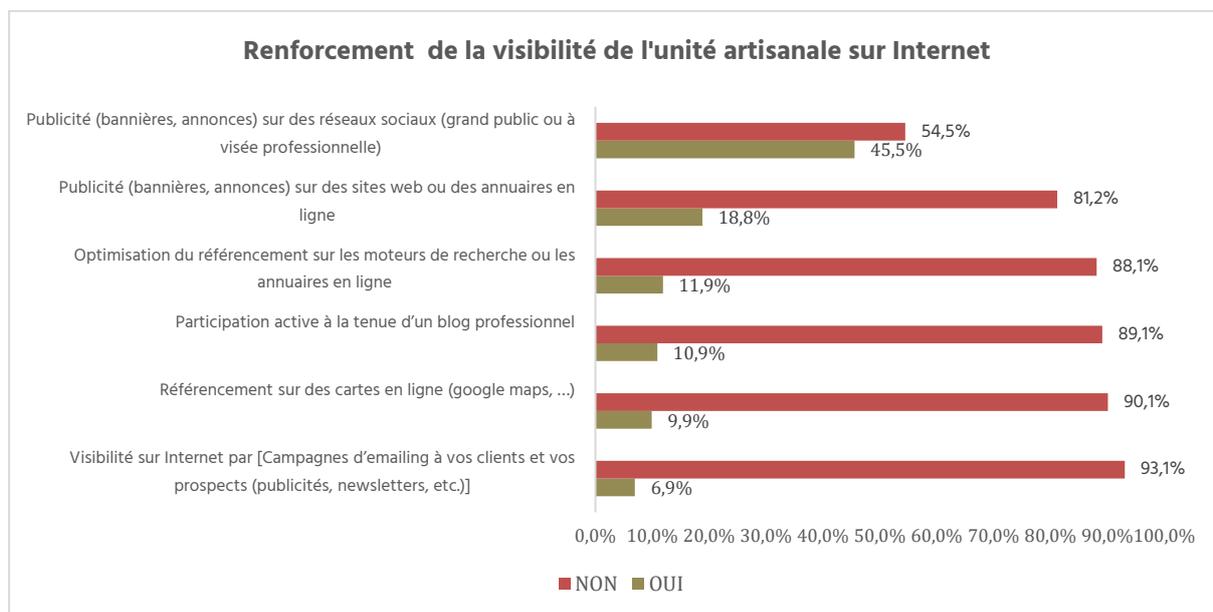


Figure 19 : Renforcement de la visibilité de l'unité artisanale sur Internet

Source : A partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

5.1.5 Impacts de Internet sur les processus d'affaire des unités artisanales

La proportion d'artisans qui pense que le numérique et Internet n'impactent pas du tout leur processus d'affaire est importante quoiqu'une majorité pense que le numérique impacte positivement et très positivement leur métier.

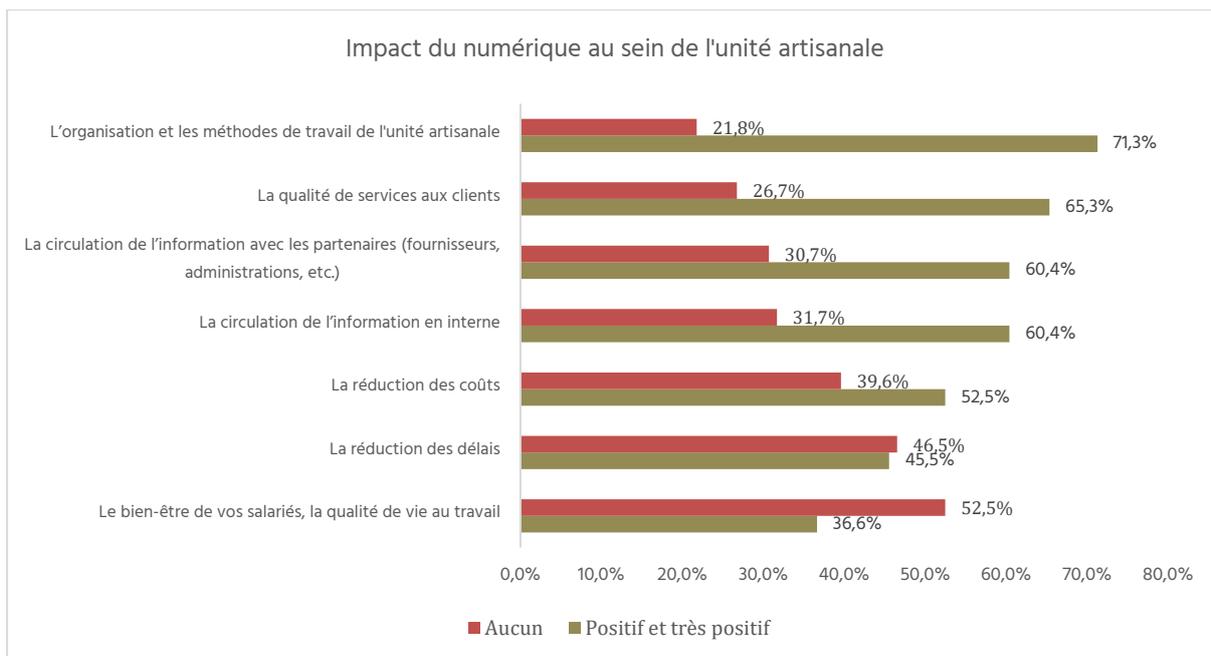


Figure 20 : Impact du numérique sur au sein de l'unité artisanale
 Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

5.2 Analyse et constats

5.2.1 Constats

- › Les unités artisanales analysées sont relativement de petite taille et jeunes du fait de leur nombre d'employés, leur chiffre d'affaires et leur ancienneté.
- › Les données de l'enquête viennent de révéler encore que les unités artisanales au Bénin utilisent essentiellement la connexion Internet mobile via leur smartphone et sont majoritairement absentes sur Internet à part quelques-unes sur les médias sociaux, elles marquent plutôt une présence symbolique de fait parce que n'utilisant pas faiblement les outils de visibilité des organisations sur Internet.
- › Un fait majeur qui peut être remarqué simplement est mis en évidence par des analyses croisées. Plus les responsables des unités artisanales ont un niveau d'étude élevé, plus ils pensent que Internet peut impacter positivement leur processus d'affaire.

5.2.2 Analyse

Le premier élément corroboratif des constats mis en évidence par l'enquête sur les usages d'Internet au Bénin réside dans le système des unités artisanales au Bénin. En effet, l'artisanat au Bénin est majoritairement exercé par ceux que l'on peut désigner comme des « **décus** » du système éducatif classique. C'est-à-dire ceux qui pour des raisons diverses n'ont pas pu accéder à des enseignements supérieurs à leur niveau.

Ces artisans que l'on appelle aussi « gens de métier » sont essentiellement des personnes ayant appris des métiers comme la couture, la maçonnerie, l'électricité, la plomberie, la mécanique, la

peinture par un système d'apprentissage en cours de modernisation. Il faut faire remarquer que le système de formation de ces artisans n'intègre pas systématiquement des outils devant leur permettre de bien tenir leur unité. Au nombre de ces outils, on peut citer nommément l'informatique et Internet alors que ces outils aujourd'hui ont des atouts indéniables pour améliorer la prestation de chacun des métiers.

Ces lacunes dans le système de formation des artisans fait des unités artisanales, malgré les génies dont ces gens de métier regorgent, des zones de contre-performance du système économique du Bénin malgré le rôle important qu'ils jouent dans l'économie de ce pays. Même si les unités artisanales (entreprises formelles et non formalisées) sont considérées à tort ou à raison comme des acteurs d'une économie informelle, il faut reconnaître le rôle important que ces derniers jouent dans le pays. Ne serait-ce qu'en prenant en considération les besoins auxquels elles satisfont.

C'est pour cette raison que l'État béninois doit s'investir pour que les hommes de métiers soient des artisans de types nouveaux. Par exemple, les mécaniciens doivent désormais être en mesure d'utiliser des scanners pour diagnostiquer les pannes des voitures qu'on leur amène. Ce diagnostic doit être transmis automatiquement à un ordinateur qui sort le devis, l'ordre de réparation du client qui entre temps a reçu les résultats du diagnostic sur son smartphone connecté à Internet. Les alertes à son endroit, la facture à payer, les mises à jour du stock dans son magasin sont réalisées de manière instantanée. Comme on peut le constater, le garagiste en question, sera en mesure de faire ses diagnostics partout pour peu qu'il arrive à connecter son scanner à la voiture en panne ; ceci de manière physique ou de manière virtuelle.

Le deuxième facteur qui confirme le constat qui est révélé à partir de cette enquête est l'offre Internet disponible qui du reste est essentiellement mobile. Les réseaux d'accès à l'intérieur des communes ou des départements étant inexistantes et les efforts actuels fournis par les FAI que sont CELTIIS et ISOCEL pour connecter les ménages et bureaux au haut débit sont à encourager. Dans cette perspective, l'Etat doit envisager des mécanismes tarifaires qui font que le haut débit coûte moins que les **19 000 CFA par mois** vu que le SMIG du pays vaut 60 000 CFA.

La mise en place d'une politique d'infrastructure de connectivité incluant la construction de backbone et de réseaux d'accès (FTTH et/ou FTTX) devient plus que nécessaire. De même, des stratégies d'accès adéquates sont des défis majeurs à relever pour que l'offre Internet disponible au Bénin cesse de rester un frein pour la diffusion du haut débit. Toute chose nécessaire à la promotion d'un artisanat moderne, efficace et plus productif.

A photograph of three young people sitting at a blue table outdoors. On the left, a man with a beard and short hair is looking at a smartphone. In the center, a woman with long, curly hair is smiling and looking at a laptop. On the right, a woman wearing a red headscarf and sunglasses is smiling and talking on a mobile phone. The background shows a building with arched windows and a blue sky.

6. LES USAGES D'INTERNET PAR LE GRAND PUBLIC

6.1 Restitution des résultats de l'enquête

6.1.1 Caractéristiques socio démographiques des enquêtées

Parmi les 3227 personnes interrogées, 2102 soit 65% sont de sexe masculin. Presque (97%) sont dans une tranche d'âge comprise entre 18 et 50 ans.

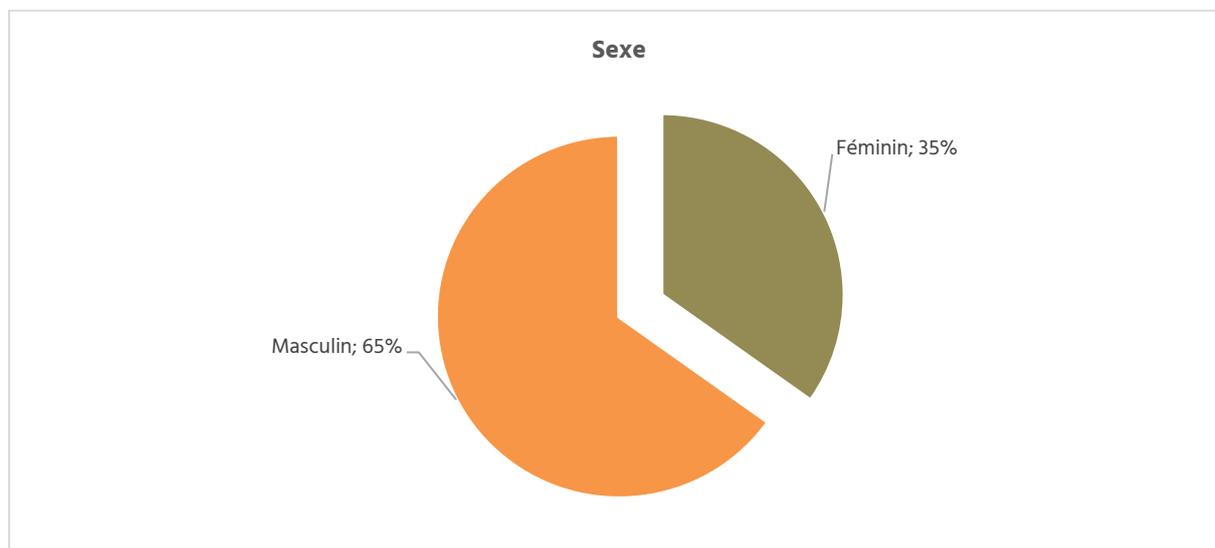


Figure 21 : Caractéristiques socio-démographiques des enquêtés

Source : A partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Sur les douze (12) départements que compte le Bénin, quatre (04) parmi eux ont été choisis pour la collecte des données via les enquêteurs, même si l'enquête par Internet a permis d'atteindre les autres départements.

Le tableau ci-dessous illustre bien cette situation par les fréquences des quatre (04) départements qui sont les plus prépondérants. Il s'agit de : Ouémé, Borgou, Atlantique et Littoral.

Tableau 13 : Fréquence des réponses par département

| DEPARTEMENT DE RESIDENCE | FREQUENCE |
|--------------------------|-----------|
| COLLINES | 0,03% |
| MONO | 0,03% |
| ZOU | 0,0% |
| ATACORA | 0,1% |
| COUFFO | 0,1% |
| DONGA | 0,1% |
| PLATEAU | 0,1% |
| LITTORAL | 24,0% |
| ATLANTIQUE | 24,4% |

| | |
|---------------|--------------|
| BORGOU | 25,1% |
| OUEME | 26,1% |
| Total | 100% |

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les répondants sont célibataires à un peu plus de 56% tandis que ceux mariés parmi eux sont un peu plus de 41%.

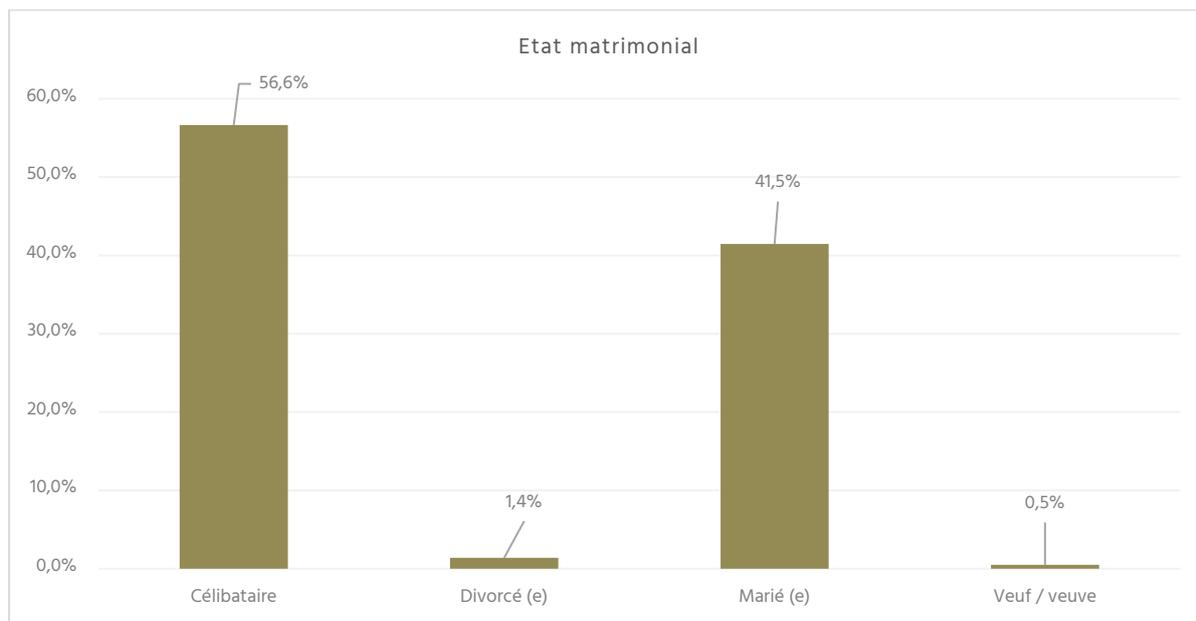


Figure 22 : Situation matrimoniale des enquêtés

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Ceux ayant un niveau d'étude secondaire représentent (34%) et ceux ayant un niveau supérieur s'évaluent à (52%). Leur profession est élève/étudiant (36%), commerçant (16%), artisan (12%), agent de bureau et enseignant (7%).

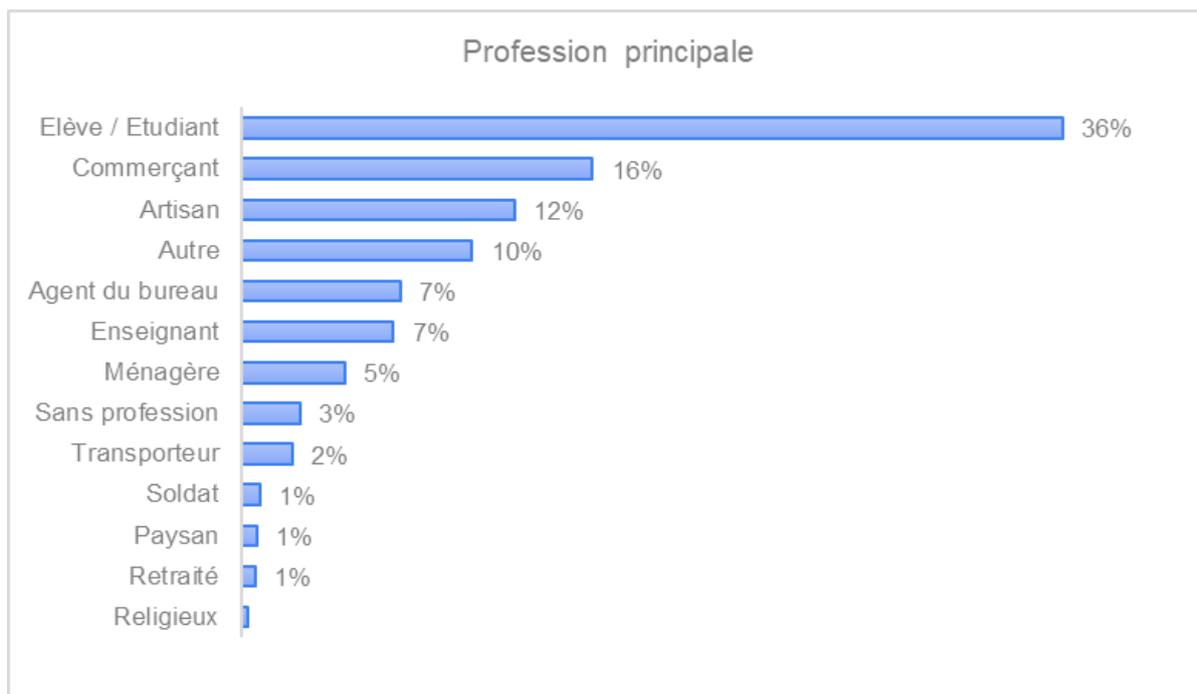


Figure 23 : Profession principale des répondants

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

6.1.2 Les usages d'Internet par les individus

La plupart des individus interrogés ont utilisé Internet ces trois derniers mois à près de 98%.

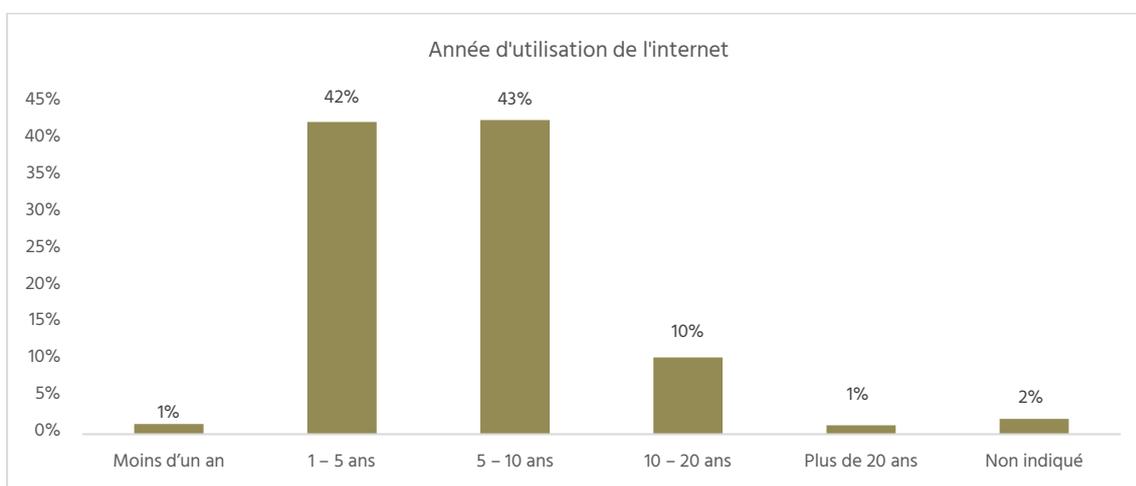


Figure 24 : Usage d'Internet par les individus

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

6.1.3 Répartition des répondants par lieux d'utilisation de Internet

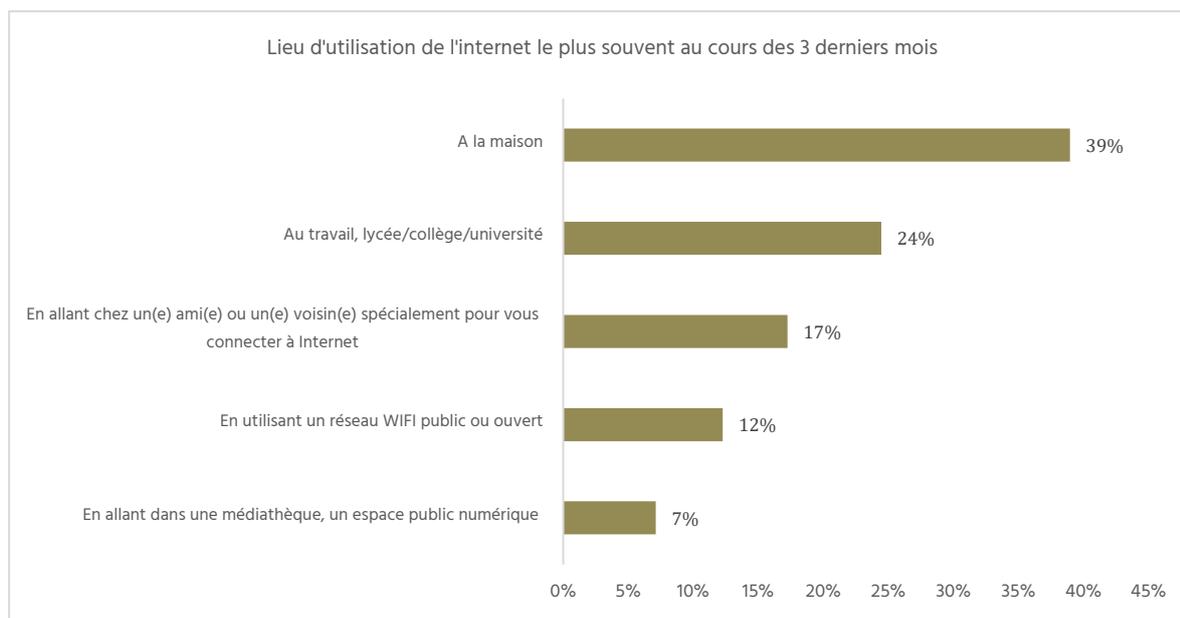


Figure 25 : Répartition des répondants par lieux d'utilisation d'Internet

Source : A partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Il est à remarquer que la connexion Internet utilisée à la maison est de type mobile (2G/3G/4G) (96%) à partir des smartphones. Une relative majorité (58%) de ces personnes estiment satisfaisante la qualité de la connexion pendant que 42% ont exprimé leur insatisfaction par rapport à la qualité du service Internet.

6.1.4 Appréciation de l'influence de Internet sur les Internautes par les répondants

À la question de savoir si les répondants étaient plus heureux sans Internet que s'ils étaient connectés, 63% ne sont pas d'accord alors que 15% parmi eux le sont. Pendant ce temps, 72% des répondants se sentent déconnectés de certaines relations sociales en n'utilisant pas Internet. En outre, 23% des répondants arrivent à être fiers de ne pas utiliser Internet et 73% reconnaissent que sans Internet, ils n'ont effectivement pas accès à toutes les informations dont ils ont besoin. De plus, 17% se sentent indifférents.

6.1.5 Les différents usages

Un peu plus 90% n'ont pas d'adresse mail professionnelle et 25% n'ont pas d'adresse mail personnelle. De même, 79% n'ont pas de compte de vidéos à la demande (Netflix, Disney+, Canal+, Amazon prime, ...) sur ordinateur / téléphone / tablette / télévision. Mais 32% des répondants ont un espace de stockage et de partage de fichiers dans le cloud (Google drive, Dropbox, iCloud,...) et 48% sont ceux qui utilisent leur adresse email personnelle une fois par semaine pendant que

ceux qui le font quotidiennement ou en permanence représente 52% de cette catégorie de personnes .

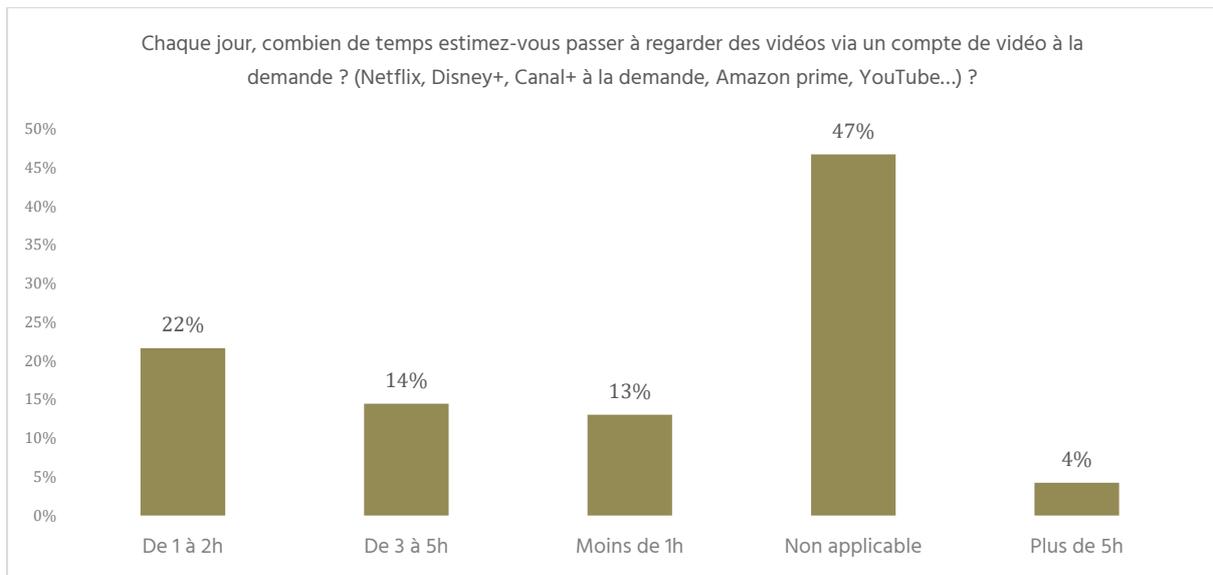


Figure 26 : Graphique illustrant les différents usages

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les internautes du Bénin utilisent les réseaux sociaux selon l'ordre d'importance que voici :

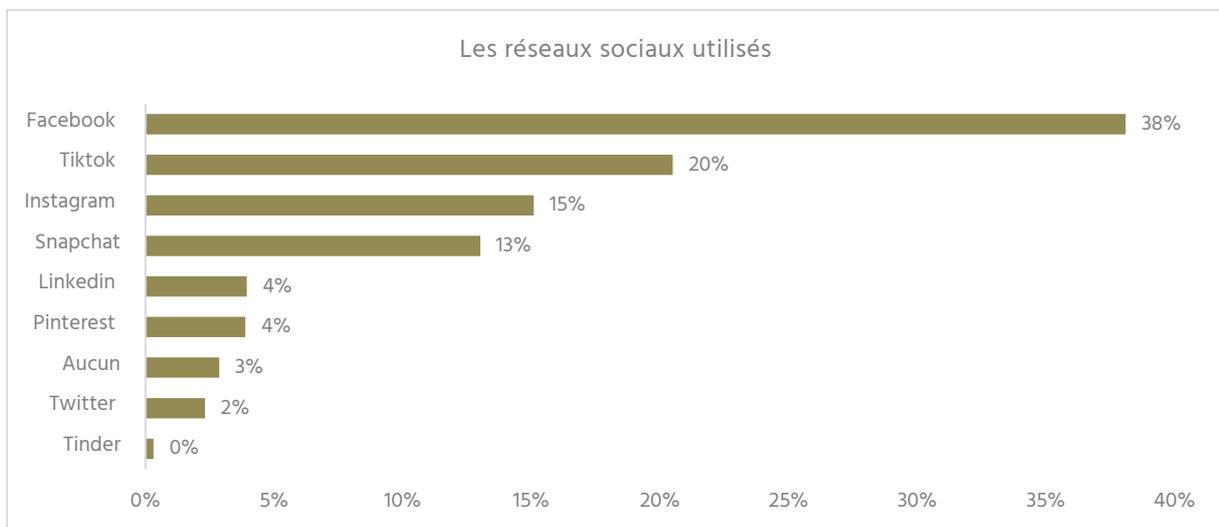


Figure 27 : Utilisation des réseaux sociaux par les internautes du Bénin

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les systèmes de messagerie instantanée utilisés sont : WhatsApp (47%), Messenger (33%), Telegram (15%) ...

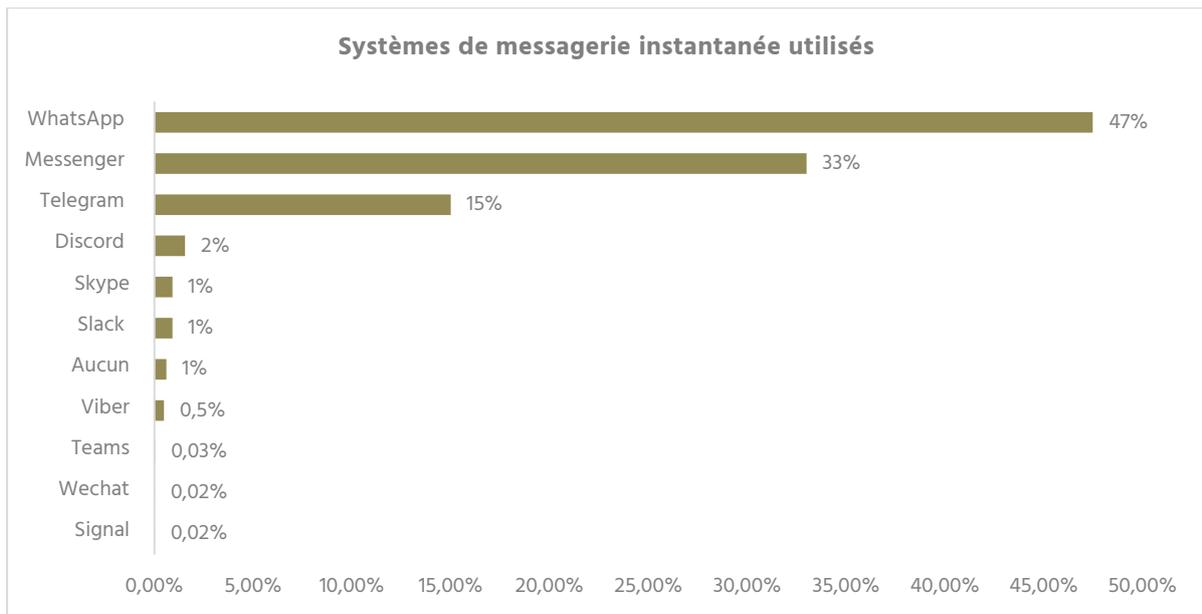


Figure 28 : Systèmes de messagerie instantanée utilisés

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

6.1.6 Les activités réalisées avec Internet

Pendant les douze derniers mois :

- › 31% des répondants ont déclaré avoir fait seuls des courses (alimentation, produits ménagers, etc) pendant que 60% parmi eux n'en ont pas fait du tout.
- › Au cours de cette même période, 23% ont fait seuls d'autres achats (vêtements, accessoires, livres, ...) au quotidien avec l'aide de Internet, alors que 61% n'en ont pas fait.
- › S'agissant des opérations bancaires (consultation, virement) via Internet, 22% en ont fait seuls et 61% ont répondu par la négation.
- › Lorsqu'il s'agit de recherche d'informations locales (horaires d'ouverture de magasins, pharmacie), 30% ont répondu à l'affirmatif parce que l'avoir réalisée seuls pendant 56% ont dit le contraire.
- › 28% des répondants ont réalisé seuls des activités d'éducation et 59% n'en ont pas réalisé.

Pour bénéficier des e-services de l'État (casier judiciaire, RCCM, etc.) 35% des répondants ont utilisé seuls (sans l'aide de qui que ce soit) Internet pendant que 41% n'ont pas fait recours à Internet.

- › Les répondants ont apprécié les avantages de l'utilisation de Internet selon ce qui suit :

6.1.7 Les avantages de l'utilisation de Internet

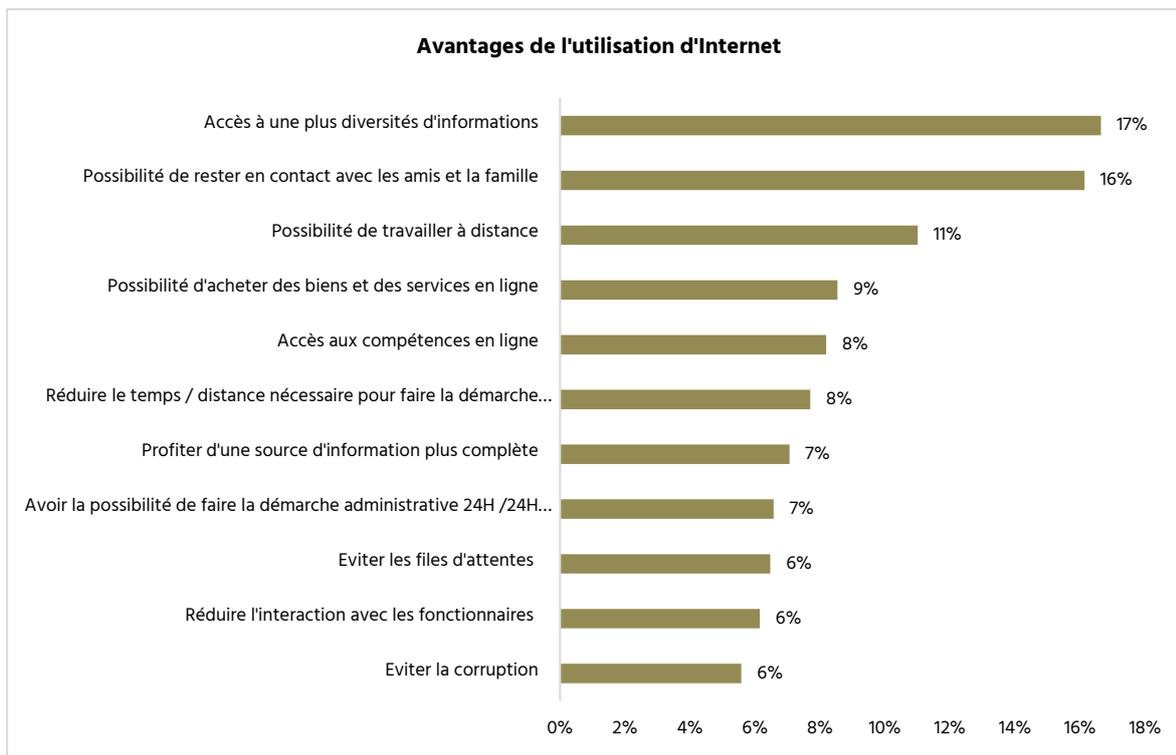


Figure 29 : Avantages de l'utilisation d'Internet

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

6.1.8 Ce que coûte Internet au citoyen lambda

Pour 53,8% des répondants, les dépenses hebdomadaires liées à Internet sont comprises entre 500 CFA et 2 500 CFA tandis que 12% des enquêtés déclarent dépenser moins de 500 FCFA pour la même durée d'utilisation.

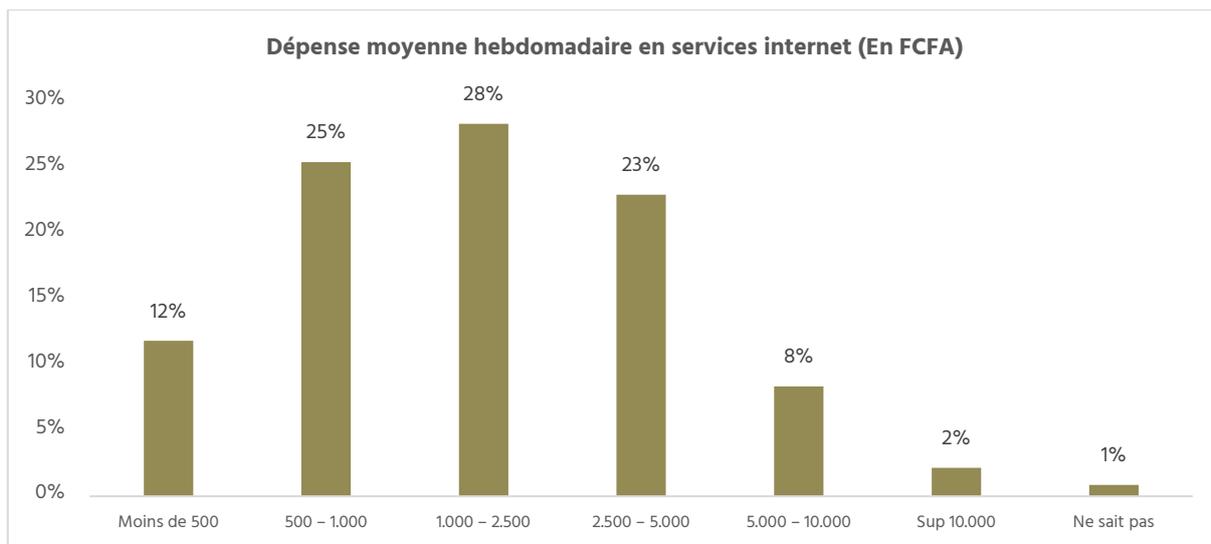


Figure 30 : Dépense moyenne hebdomadaire en services Internet
 Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Ceci dans un contexte où la majorité (69%) des répondants gagne moins de 100 000 FCFA par mois dont 45% ayant un revenu mensuel inférieur 50 000 FCFA.

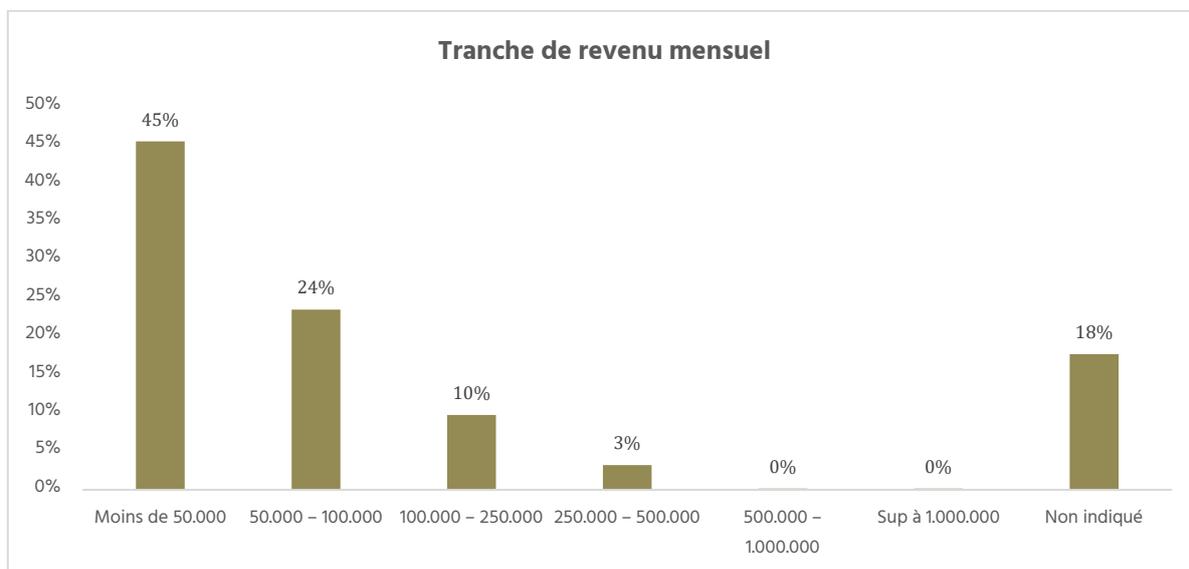


Figure 31 : Tranches de revenu mensuel
 Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Avec ce niveau de dépenses, les motifs d'insatisfaction par rapport à la qualité de la connexion Internet ne peuvent être mis sous silence. En effet, 30% des répondants affirment avoir des problèmes de couverture des zones, service instable. De même, (21%) parmi eux disent connaître de régulières interruptions du service lors des déplacements et 40% ont désapprouvé le mauvais débit et la lenteur de la connexion.

Voix d'expert N° 3

Les défis d'intégration du numérique dans le système éducatif béninois en quête de qualité et de contrôle de qualité.

La volonté de recourir au Numérique pour améliorer la qualité de l'Education en république du Bénin s'est traduite depuis quelques décennies par des actions fortes, notamment : Le Programme du Numérique sur la Généralisation de l'Usage du Numérique par L'éducation (Connexion à Internet Haut Débit des établissements primaire, secondaire et du supérieur, Mise en œuvre d'Environnement Numérique de Travail et Formation à l'usage du Numérique); la Promotion et le Développement de Contenus Numériques (Diversification des plateformes de contenu numérique (télévision, site web, applications mobiles, cinéma) ; l'introduction des TICE dans les deux (2) cycles (primaire et secondaire) et dans la formation initiale (ENI, ENS, INIFRCF); La mise en place de douze (12) salles multimédia dans des collèges (salle équipé de didacticiels en PCT, HG, SVT, langues, etc.); La dotation de trente-cinq (35) salles en équipements numériques (pour renforcer l'utilisation des ressources éducatives libres (REL) dans l'enseignement) ; Mise en œuvre de vingt-cinq (25) classes numériques dotées d'une plateforme dédiée à l'éducation à la santé sexuelle (INIFRCF) ; L'utilisation de la plateforme EDUCMASTER (outil d'accompagnement pédagogique) ; etc.

Par conséquent, les défis prioritaires à relever pour la contribution réussie du numérique éducatif passe par trois axes sont : actions de recherche (Développer des projets de recherche des sciences du numérique au service de la réussite scolaire, Développer des méthodologies rigoureuses pour l'évaluation du numérique éducatif) ; formation au numérique (Passer à l'échelle dans la formation générale des enseignants, Allez vers une « université citoyenne et populaire du numérique » apte à assurer la formation pour tous et pour toutes au numérique) et action publique (Créer les conditions du développement et de la mise à jour de ressources éducatives numériques comme des biens communs, Créer un observatoire du Numérique Educatif et Elaborer le plan national stratégique d'intégration du numérique).

Toute initiative devra promouvoir une inclusion numérique axée sur les groupes les plus marginalisés : les femmes, les groupes à revenus faibles, les personnes en situation de handicap ainsi que les communautés linguistiques et culturelles minoritaires. Enfin, il urge de proposer une commande officielle (Plan National Stratégique d'Intégration du Numérique) pour faire « entrer » le Numérique en classe.

Dr Didier ANAGO, Maitre-Assistant des Universités CAMES en Didactique des Sciences, Expert en Technologies éducatives

6.2 Constats et analyse

6.2.1 Constats

- › Le citoyen lambda au Bénin utilise la connexion Internet de type mobile sur son smartphone. La plupart utilise Internet de manière personnelle.
- › La messagerie instantanée comme WhatsApp, les médias sociaux comme Facebook sont les services les plus utilisés.
- › Les applications dans le domaine de la santé, de l'éducation sont presque inexistantes.
- › On note très peu d'utilisation d'Internet pour faire des courses, des opérations bancaires, des recherches d'informations.
- › Malgré le niveau d'instruction de la majorité des répondants, les usages de Internet sont basiques.

6.2.2 Analyse des faits constatés

Les faits constatés relèvent d'un apparent paradoxe parce qu'il est impensable que l'usage d'Internet soit essentiellement réduit à des messages instantanés et des médias sociaux comme Facebook dans une population majoritairement composée des élèves et universitaires. Cette réalité est en effet justifiable d'abord au vu des offres Internet disponibles dans le pays étant donné que le haut débit (la fibre dans les domiciles, FTTH), fourni par les opérateurs CELTIIS (opérateur historique) et ISOCEL sont suffisamment récents.

Puisque dans les territoires, les réseaux d'accès qui devraient compléter le backbone à fibre optique installés récemment sont quasi inexistantes, on comprend aisément que le citoyen s'adonne à l'utilisation du mobile qui du reste n'est pas la plus propice des connexions dans le contexte béninois. En effet, lorsque la connexion permanente par fibre optique est facturée à moins de 20 000 CFA par mois, ceci indépendamment de la quantité d'information reçue ou envoyée, le mobile n'offre qu'une quantité très limitée d'informations échangées.

Ensuite, il est bien probable que les utilisateurs ne soient pas suffisamment informés des opportunités qu'offre Internet pour chaque métier et la facilitation de la vie au quotidien de tout un chacun. Ceci tout simplement parce que rares sont ceux qui apprennent préalablement comment utiliser Internet dans sa branche d'activité.

A photograph of three men in an office setting. They are looking at a computer monitor. The man on the left is wearing a grey jacket and a blue lanyard. The man in the middle is wearing a blue and white patterned shirt and a blue lanyard. The man on the right is wearing glasses and a blue and green patterned shirt. They are all looking intently at the screen. The background is a bright window with a view of a blue sky and white clouds. There are stacks of papers on a desk in the foreground.

7. LES USAGES D'INTERNET PAR LES ONG AU BENIN

7.1 Caractéristiques des ONG interviewées

L'enquête a permis d'interroger 108 ONG localisées comme suit : Atlantique (31%), Ouémé (28%), Borgou (23%) et Littoral (19%).

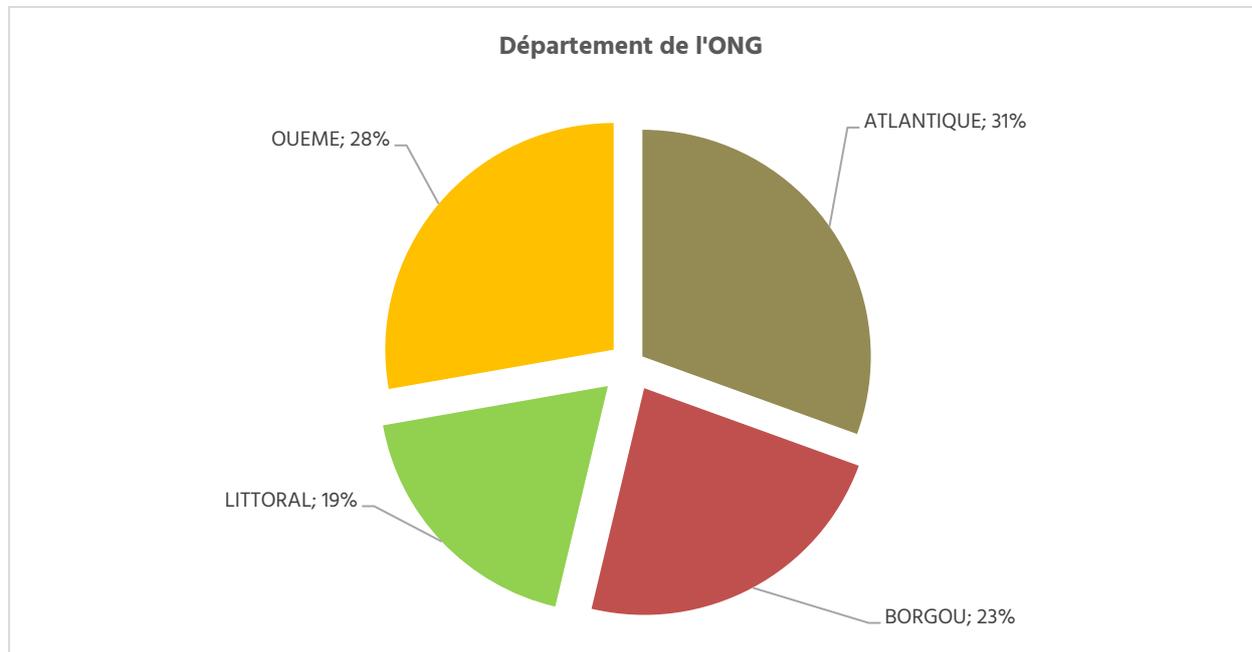


Figure 32 : Illustration graphique des départements ayant pris part à l'enquête

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Les premiers responsables sont majoritairement des hommes (77%). À 99%, ils sont âgés de 18 à 60 ans. Seulement 6% des ONG opèrent dans le secteur des TIC. En termes de branche d'activité, les plus prépondérantes sont : Santé et action sociale (45%), Éducation (20%), Agriculture, Élevage, chasse (10%) et Autres services (9%).

Dans 95% des cas, l'effectif du personnel des ONG est inférieur à 50 dont 78% compris entre 0-25. 75% du personnel ont accès à l'ordinateur fixe et 93% ont accès à l'ordinateur portable.

7.2 Type de connexion Internet utilisé dans les ONG

21% des ONG utilisent exclusivement la connexion Internet fixe, 64% la connexion Internet mobile et 15% utilisent simultanément les deux modes d'accès à Internet. Dans 50% des ONG, plus de 75% du personnel utilisent Internet tous les jours ou presque.

7.3 Usages spécifiques de Internet par les ONG

Dans 38% des ONG participantes, Internet n'est pas utilisé pour rechercher des fournisseurs et comparer des produits ou services. 53% des ONG n'utilisent pas Internet pour acheter des produits ou services dont ils ont besoin. Au sujet de la pratique d'une veille sur son secteur d'activité et ses concurrents, 52% n'utilisent pas du tout Internet pendant que 27% en font usage. Pour identifier et se renseigner sur des clients potentiels, 50% ne mettent pas Internet à contribution. Quand il

s'agit d'effectuer des démarches administratives, 50% le font toujours alors que 27% parmi elles le font quelque fois. 55% utilisent Internet pour répondre à des appels d'offres.

45% des ONG n'ont pas de site web tandis que 37% de ces dernières ont un projet à court terme de création de site web. Ce constat ne les empêche pas d'être présentes sur les médias sociaux. Les réseaux sociaux grand public les plus utilisés sont Facebook, Twitter, Instagram (71%). Le reste des ONG sont plutôt présentes sur les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, réseau sectoriel).

En termes d'activités en ligne, l'enquête a révélé que 81% des ONG n'offrent pas de produits et services en ligne. De même, 68% des postes dans les ONG ne peuvent pas faire du télétravail.

7.4 Impacts du numérique sur les ONG

Le graphique suivant présente les impacts positifs du numérique sur les ONG.

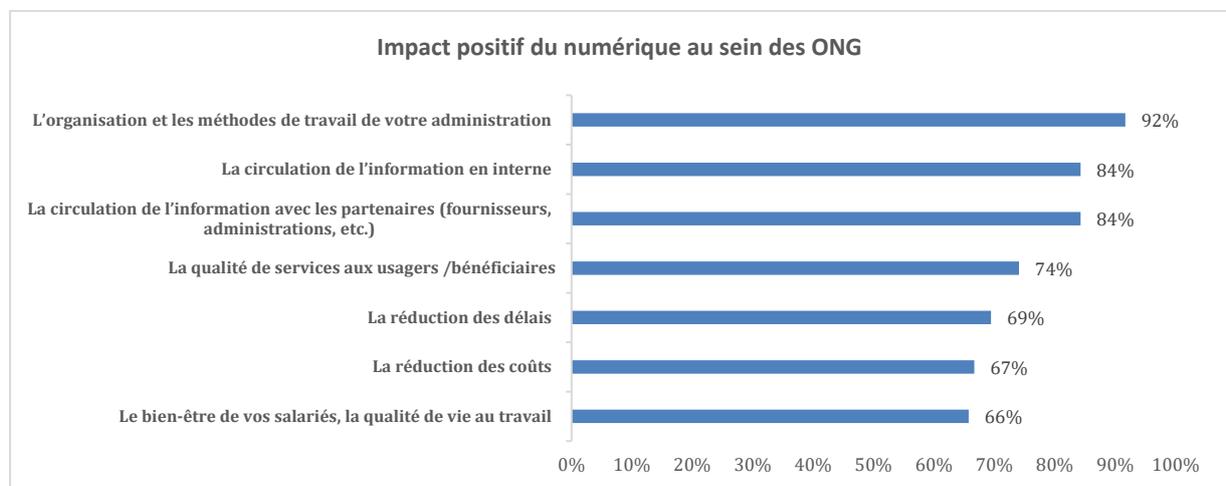


Figure 33 : Illustration de l'impact du numérique sur les ONG étudiées

Source : À partir des données de l'enquête (février – mars 2024)

Il ressort du graphique que le top 5 des impacts sont :

- L'organisation et les méthodes de travail de votre administration ;
- La circulation de l'information en interne ;
- La circulation de l'information avec les partenaires (fournisseurs, administrations, etc.) ;
- La qualité de services aux usagers /bénéficiaires ;
- La réduction des délais.

7.5 La qualité de la connexion Internet dans les ONG

75% des ONG ont estimé que la qualité de la connexion Internet est satisfaisante pendant que 25% d'elles ont déclaré insatisfaisante la connexion Internet.



**8. AVIS DE LA CCIB SUR
L'USAGE D'INTERNET**

Comme annoncé dans la première partie du rapport, la CCIB a été la seule structure ayant participé aux groupes focalisés de discussion. La synthèse des avis de la CCIB est résumé comme suit :

Tableau 14 : Synthèse des avis de la CCIB

| Préoccupations | Réponses & Commentaires |
|---|--|
| <p>Qualité de la connexion Internet</p> | <p>L'usage de la fibre ne garantit toujours pas une bonne qualité d'Internet surtout quand le nombre d'utilisateurs simultanés augmente. Ici au siège, nous sommes plus d'une quarantaine d'utilisateurs et lorsque tout le monde est connecté, on assiste à une dégradation de la qualité. Il est de même lors de nos séances en ligne.</p> <p>Dans les régions, du fait de l'inexistence de la fibre, nous utilisons la connexion mobile 4G (box) mais vers la fin du mois la connexion est très mauvaise.</p> |
| <p>Visibilité par les réseaux sociaux</p> | <p>Nous utilisons plusieurs canaux de communication dont les réseaux sociaux, Facebook, YouTube, LinkedIn et WhatsApp.</p> |
| <p>Impact d'Internet sur l'institution</p> | <p>Internet nous permet de faire un travail collaboratif. Nous avons fait la dématérialisation ce qui nous permet de travailler de façon plus rapide. Ça donne de la visibilité à nos clients. On fait des réunions en ligne. Internet est fondamental pour la CCIB. L'impact d'Internet est très significatif pour nous.</p> |
| <p>Les défis d'Internet</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Procéder à la vulgarisation de la Loi sur le Numérique car les réseaux sociaux entraînent trop de déviances • Améliorer la qualité et le coût des services • Internet est rentré véritablement dans nos vies et devient vital (utilisation de la monnaie électronique, les e-services, etc.). Mais avec l'ampleur du phénomène d'arnaque, la dégradation des valeurs de la société du fait d'Internet, on craint pour nos enfants. |
| <p>Recommandations</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser davantage la jeunesse sur l'usage d'Internet. Revoir le coût d'accès à Internet. • Rendre Internet accessible à tout le monde. • Déployer Internet sur toute l'étendue du territoire. • L'État est dans un processus de digitalisation très avancé, le Ministère du Numérique et de Digitalisation doit avoir |

un programme de formation ou d'apprentissage à l'endroit des usagers.

- Il faut des offres d'Internet spéciales aux entreprises. Sécuriser les données nationales.
- Rendre plus attrayant le data center national. Développer des entreprises qui vont s'inscrire et s'investir dans la création dans le domaine du Numérique.
- Mettre en place un mécanisme pour contrôler Internet au plan national notamment à propos du contenu des informations afin d'améliorer l'éducation sociale comme pour le cas des Chinois.
- Investir beaucoup plus dans l'infrastructure réseau. Le déploiement de la fibre optique dans le Nord.
- Mettre en place la politique de gestion des trafics.
- Gérer ou réglementer l'utilisation de la Bande passante
- Aujourd'hui, aucun pays ne peut se passer d'Internet. Mais il y a un véritable problème. Les populations à la base ne savent même pas utiliser l'outil informatique, jusqu'à aller sur Internet. Donc, il faut initier les enfants très tôt à l'outil informatique pour rattraper le grand écart de l'analphabétisme que nos aînés ont connu.

Autres préoccupations

Faire périodiquement l'enquête sur l'usage d'Internet au Bénin voire chaque deux ans pour une meilleure amélioration de l'usage d'Internet au Bénin.

Source : Par nos soins, à partir des données de l'enquête (février – mars 2024)



9. RECOMMENDATIONS



9.1 Pour améliorer l'usage d'Internet dans l'administration publique béninoise

- › Revisiter les recommandations du Programme Nationale de la Gouvernance Electronique (PNGE) pour améliorer la stratégie d'utilisation et d'intégration d'Internet aux processus métier de l'administration afin de promouvoir davantage les services mis en ligne au Bénin.
- › Doter les communes (notamment rurales) de véritables réseaux d'accès à fibre optique, pour la disponibilité et l'accès au haut débit et au très haut débit dans les bureaux, les écoles, centres de santé et domiciles.
- › Promouvoir les actions stratégiques, opérationnelles, coordonnées et ordonnées visant à l'accès et à la généralisation systématique de l'administration béninoise à Internet.

9.2 Pour booster l'usage d'Internet par les entreprises au Bénin

- › Développer les infrastructures de connectivité : achever la modernisation du backbone national et établir des connexions haut et très haut débits accessibles aux entreprises au prix juste.
- › Doter le pays d'un plan de promotion des usages spécifiques de Internet dans toutes les agences gouvernementales, l'efficacité et l'effcience de l'administration publique en dépendent.
- › Mettre en œuvre une politique volontariste d'appui aux entreprises visant à accroître rapidement dans tout le pays, le nombre d'entreprises ayant adopté l'utilisation spécifique et rationnelle de Internet pour le développement de leur activité. Il s'agira pour ce projet, de proposer aux organisations cibles, des systèmes d'accès adéquats à Internet couplés à une transmission de connaissances relatives aux usages spécifiques de Internet par les entreprises. Une coopération entre ARCEP et la CCIB pourrait être bénéfique à des initiatives de formation des entreprises du secteur des TIC.
- › Mettre en place un partenariat tripartite (MND, CCIB, FAI) pour atteindre rapidement les objectifs ci-dessus évoqués.

9.3 Pour les unités artisanales

- › Encourager les artisans à se former sur l'utilisation du numérique et à découvrir les technologies adaptées à leurs métiers.
- › Introduire des innovations dans le système d'apprentissage en incluant des modules sur le numérique adaptés à chaque métier.
- › Elaborer une stratégie d'accès au haut débit dans toutes les régions et adaptée à toutes les couches sociales et professionnelles.

9.4 À l'endroit du grand public

- › Adopter une politique nationale d'accès aux technologies numériques.
- › Développer une stratégie globale pour faciliter l'accès des populations aux technologies numériques.
- › Lancer un projet national de formation et de sensibilisation.
- › Impliquer toutes les parties prenantes dans un programme massif de formation et de sensibilisation des citoyens à l'utilisation d'Internet et des technologies numériques.

SOURCES BIBLIOGRAPHIQUES

- › ARCEP BENIN. (2023). Rapport annuel d'activité 2023. <https://arcep.bj/rapports/>
- › ARCEP BENIN, (2022). Rapport annuel d'activité 2022. <https://arcep.bj/rapports/>
- › WORLD ECONOMIC FORUM. (2019). The Global Competitiveness Report. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
- › WORLD ECONOMIC FORUM. (2018). The Global Competitiveness Report. <https://www.weforum.org/publications/the-global-competitiveness-report-2018/>
- › GSMA. (2022). The mobile connectivity index. <https://www.mobileconnectivityindex.com/index.html#year=2022&zonelsocode=BEN>
- › UN. (2022). E-Government Survey 2022. The Future of Digital Government. <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2022>
- › PORTULANS INSTITUTE. (2023). Network Readiness Index. <https://networkreadinessindex.org/>