

## Quel avenir pour le net des Sénégalais ?

Introduit au Sénégal en 1996, Internet, contrairement aux discours rédempteurs de l'ère de l'information semble recomposer, voire accentuer les inégalités de l'économie traditionnelle entre les pays du Nord et les pays du Sud. Mais au-delà du clivage Nord-Sud, lors d'une précédente étude nous avons souligné la présence de nombreux « fossés numériques » internes dans un pays en voie de développement comme le Sénégal : en effet, une approche socio-territoriale des accès publics à Internet au Sénégal nous a montré que, même si l'hégémonie technologique de la capitale internationale demeure largement prépondérante sur le territoire, on ne peut aborder l'analyse du Sénégal à travers un simple fossé numérique géographique opposant Dakar, connecté au monde moderne, et les régions sénégalaises, ancrées dans leur culture locale, tant les situations sont variées et paradoxales.

Dans le prolongement de cette approche, une analyse socio-économique du pays nous avait amené à réfléchir sur l'incompatibilité entre la dure réalité économique du pays, incarnée par des déficiences notoires pour assurer les besoins sociaux de base conjuguées à un coût d'accès à Internet très élevé, et la possibilité d'entrevoir une démocratisation de l'outil Internet au Sénégal. Mais contrairement aux autres secteurs de l'économie où le primat est accordé aux aînés, ce sont les jeunes (considéré comme un groupe socialement marginalisé) et particulièrement la population estudiantine qui semble s'approprier le réseau mondial en trouvant dans les accès publics à Internet un exutoire légitime pour pallier aux différentes contraintes endogènes du pays, remettant ainsi en cause l'aspect élitiste dans l'appropriation de l'outil.

Notre recherche s'attardera ici sur les aspects culturels, les relations paradoxales entre le global et le local qui symbolisent l'Internet sénégalais. Déjà impulsé par les médias transfrontaliers comme la télévision par satellite et les radios internationales, la problématique de l'impérialisme culturel semble se reposer avec le réseau internet, média sans frontières. « Principale victime de cette « invasion électronique », « le monde en voie de développement ». Les pays du Tiers Monde ne voient-ils pas s'introduire en leur sein des « système de valeurs » prônant les vertus de la consommation, en symbiose avec les intérêts du « global business system », mais fort éloignés des exigences du développement national, mettant en péril l'indépendance fraîchement acquise de « tant de ces anciennes colonies »<sup>1</sup>. Internet ne va-t-il pas constituer pour ces jeunes sénégalais un nouveau vecteur pour fuir la réalité du quotidien et le manque de perspective d'évolution dans leur pays, faisant ainsi de l'outil Internet un instrument privilégié pour se connecter vers l'eldorado occidental ? Sans une production locale satisfaisante, l'outil représente un « danger » de fuite vers la culture occidentale à l'instar des programmes télévisuels occidentaux surclassent la faible production locale. Le vecteur Internet va-t-il permettre un recentrage culturel ou au contraire constitue-t-il une nouvelle fenêtre sur la culture occidentale ? L'aliénation culturelle évoquée par de nombreux discours sur la mondialisation des médias est-elle valable pour Internet ?

Mais au-delà de ces énonciations, elles-mêmes souvent contaminées, Tristan Mattelart nous alerte sur le danger de ne considérer les médias transfrontaliers et le tiers-monde uniquement sous l'angle de l'impérialisme culturel. Ainsi sans nier les rapports de force inégaux entre le local et le global qui se jouent sur internet au niveau culturel nous verrons comment des rapports paradoxaux, entre le Nord et le Sud, se nouent autour du web sénégalais. Les sénégalais ont souvent trouvé des alternatives pour détourner les médias vers leurs besoins du quotidien. Existe-t-il une identité sénégalaise sur le net ? Alors que la plupart des recherches sur les « fractures numériques » s'appuient sur des orientations géographiques (fondées principalement sur un clivage Nord-Sud), économiques ou infrastructurelles, notre article privilégie l'analyse parallèle de la production (en amont) et la consommation (en aval) de contenus. Nous pensons, en effet, qu'il est primordial d'étudier ces deux composantes conjointement pour mieux comprendre et cerner les relations complexes entre le local et le global sur l'ensemble de la chaîne (de la production à la consommation de contenus).

---

<sup>1</sup> Mattelart Tristan (sous la direction de), La mondialisation des médias contre la censure. Tiers Monde et audiovisuel sans frontières, Deboek Université, Institut national de l'audiovisuel, 2002.

## METHODOLOGIE

Notre objectif est de repérer les liens et interactions entre le local et le global dans la production et consommation de contenus sénégalais ou relatifs au Sénégal. Que propose le net sénégalais ? A qui s'adresse principalement le web sénégalais (aux touristes, aux coopérants, aux étudiants...) ? Quels sont les acteurs principaux ? Qui sont les usagers des principaux sites (la diaspora ou la population locale) ?

### 1) EN AMONT

- **ETUDE 1 : Le Sénégal sur Internet**

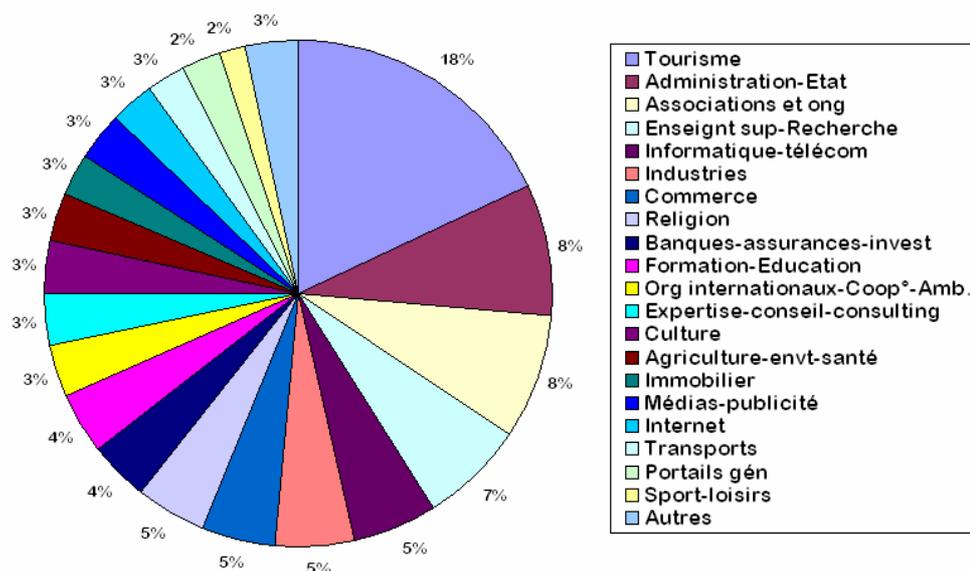
Pour cela, nous nous sommes appuyés sur un répertoire alphabétique constitué par l'Observatoire sur les Systèmes d'Information, les Réseaux et les Inforoutes au Sénégal (OSIRIS) qui regroupe à la fois des sites :

- ▶ enregistrés dans le domaine ".SN",
- ▶ portant sur le Sénégal,
- ▶ hébergés au Sénégal.

Nous avons constitué une base de données regroupant 637 sites qui correspondent au moins à un des trois critères mentionnés ci-dessus.

Une base de données brute que nous avons actualisée, normée et ajustée afin de la rendre exploitable (insertion de nouveaux sites récents, élimination de structures disparues ou de liens rompus, suppression des doublons...).

Nous avons tout d'abord réparti les 637 sites retenus en fonction de différentes rubriques que nous avons définies :



Ensuite, chacun des 637 sites retenus a été analysé à l'aide d'une grille qui comprend de nombreuses variables (15 variables différentes) comme les langues du site, la catégorie du site (amateur, site vitrine, site dernière génération), les cibles...

- **ETUDE 2 : Analyse affinée de sites web Sénégalais**

Afin de renforcer la pertinence de l'importante étude menée sur l'ensemble des sites relatifs au Sénégal, nous avons prolongé notre analyse en réalisant une analyse de certains sites clefs du web sénégalais.

C'est pourquoi nous avons pris contact auprès de webmasters pour les interviewer et récolter des données statistiques sur les principaux sites sénégalais :

- analyse détaillée du site Internet du Soleil : 1<sup>er</sup> quotidien national sénégalais (en cours)
- analyse du site internet de Homeview Sénégal : 1<sup>er</sup> portail généraliste sur le Sénégal
- analyse de Sentoo (filiale de Wanadoo) : 1<sup>er</sup> site Internet visité dans le pays.
- analyse du SIUP (système d'information populaire de Yoff) : en cours
- analyse du site du Dahira de Lille (site Mouride<sup>2</sup>) : en cours

## 1) EN AVAL

### • *ETUDE 3 : Etude des internautes sénégalais*

Cette étude vise à évaluer le degré d'extraversion des internautes sénégalais. Pour cela, nous avons administré 135 questionnaires à divers internautes sénégalais pendant les mois de Mars et Avril 2002. Le questionnaire vise essentiellement à quantifier et qualifier les flux d'informations locaux (internes au Sénégal) et globaux (externes au Sénégal) grâce à la collecte d'informations sur la destination des messages électroniques ou encore la consommation de contenu...

#### ▪ *Echantillonnage*

Nous avons sélectionné des cybercafés dans trois capitales régionales sénégalaises :



**Régions d'administration du questionnaire**

Régions	Nb. citations	Fréq.
Dakar	93	69%
Thiès	27	20%
Louga	15	11%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

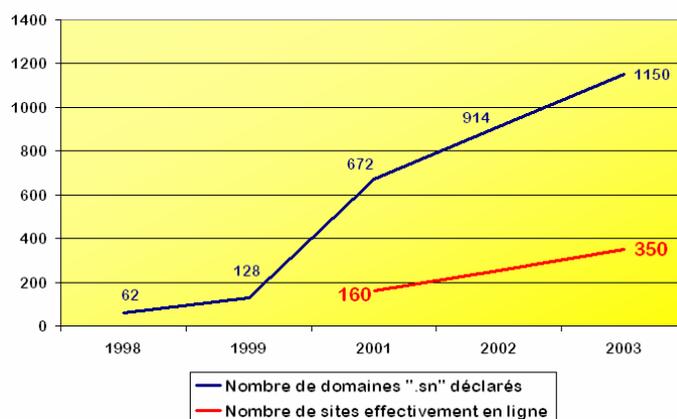
### *ETUDE 3 : Etude des internautes sénégalais de la métropole lilloise (en cours)*

Nous menons actuellement une étude sur les internautes sénégalais de la métropole lilloise afin de mieux comprendre et cerner usages de la diaspora sénégalaise : les premières analyses indiquent que l'outil Internet devient le moyen privilégié pour conserver le contact avec le pays d'origine.

<sup>2 2</sup> Le mouridisme est une confrérie musulmane fondée au Sénégal par Cheikh Amadou Bamba (mort en 1927) : elle rassemble aujourd'hui plusieurs millions de disciples au Sénégal et dans le monde entier. Touba, la capitale religieuse de cette confrérie, est devenue le second centre urbain du pays. La ville religieuse doit son rayonnement à la confrérie mouride qui représente désormais plus de 33 % de la population sénégalaise contribuant à 60 % du PIB sénégalais grâce à un contrôle massif dans le secteur informel du transport et du commerce en particulier.

## I. Une production de contenus ambivalente

- **La production de contenus des sites sénégalais**



Nous avons référencés près de 350 sites internet « .sn ». A titre de comparaison, on comptabilise en France près de 150 000 sites (.fr). Nous observons une production locale qui demeure relativement faible, à l'instar du continent africain et ses 200 000 noms de domaines enregistrés en 2001 (dont 130000 en Afrique du Sud) qui ne représente que 0.006% des sites dans le monde. Cette sous-représentation qui peut représenter un risque important de submersion d'informations exogènes déjà très présentes dans les différents médias africains et sénégalais. Lors de l'analyse des sites relatifs au Sénégal nous sommes aperçu que peu d'entre eux s'adresse au sénégalais moyen privilégiant le tourisme ou encore les affaires (il faut également souligner l'absence de sites internet en wolof<sup>3</sup> : langue traditionnelle du Sénégal). C'est pourquoi nous référençons actuellement l'ensemble des sites Internet relatifs au Sénégal afin d'identifier les domaines d'activités, les cibles visées, l'origine de la structure : ETUDE 1. Cette analyse nous permettra d'avoir un panorama complet de la production de contenus relatifs au Sénégal afin de qualifier et quantifier les interactions entre le Nord et le Sud dans la réalisation de site web.

Une première analyse nous a permis de découvrir que très peu de sites Internet s'adressent directement aux sénégalais : en effet, la plus grande partie des sites consacrés au Sénégal (18%) s'inscrit dans le domaine touristique ; ensuite on trouve de nombreux sites relatifs à la coopération internationale, aux associations ou encore à diverses ONG qui ont souvent une origine étrangère.

Nous avons également constaté que les sites sénégalais sont en nette progression sur le plan qualitatif : l'écart entre la production sénégalaise de site Internet et occidentale sur un plan qualitatif est moindre en comparaison avec les productions télévisuelles ou cinématographiques notamment grâce à un coût de production faible (il suffit d'un poste informatique et d'un logiciel adéquat pour la création de sites Internet) et un degré d'expertise plus accessible (beaucoup d'autodidactes). Néanmoins, nous en sommes qu'aux premiers pas de l'Internet et l'écart pourrait se creuser dans l'avenir : en effet, alors que sur les sites occidentaux fleurissent les animations multimédia, la vidéo, la musique... les sites sénégalais n'en sont qu'aux sites vitrines (hormis quelques cas isolés). Par exemple, alors que le site du quotidien national sénégalais « le Soleil » figurait parmi le classement des meilleurs sites de presse écrite (établi par le journal « Courrier International » en 2000), ce dernier n'a pas évolué depuis. Aujourd'hui, les sites éditoriaux du monde entier ont trouvé de nouvelles façons de présenter l'actualité et de mettre en valeur leur contenu : le Sénégal a-t-il les moyens humains, technologiques et financiers pour franchir cette nouvelle étape ?

<sup>3</sup> Le wolof, langue nationale la plus parlée au Sénégal, appartient au groupe des langues dites ouest-atlantiques. Il est parlé principalement au Sénégal et en Gambie, mais également en Mauritanie<sup>3</sup>. Il y a au Sénégal, six langues qui ont le statut de langues nationales : le wolof, le sérère, le poular, le mandingue, le soninké et le diola. Ces langues ont été retenues officiellement pour la communication dans les médias et pour l'enseignement même si le français, en tant que langue officielle est plus fréquemment utilisé. Parmi les six langues nationales, le wolof est la plus parlée : il est utilisé comme langue de relation et d'échanges par plus de 80% de la population du Sénégal.

## Sentoo, premier site sénégalais visité : une réussite sous influence occidentale

50 % des cybercentres sont clients du fournisseur d'accès « Sentoo » de la Sonatel multimédia : soit plus de 90 des cybercentres (sur les 184 référencés<sup>4</sup>) du territoire ont opté pour un abonnement à la filiale de l'opérateur historique. On remarque que ce chiffre coïncide avec l'étude réalisée par le cabinet « consultant associé » : en effet, sur les 275 entreprises sénégalaises sélectionnées lors de l'étude, 59 % avaient sollicité Sentoo comme fournisseur d'accès. Les 10 autres fournisseurs d'accès privés se partagent le reste d'un marché largement déséquilibré : ils ne peuvent, en effet, rivaliser avec la logistique, les budgets de communication et surtout l'appui de la SONATEL (souvent assimilé à une concurrence déloyale).

Créée en 1992, Télécom-Plus (renommée Sentoo), filiale de la Sonatel (51%) et de France Câbles et Radio (49%), elles mêmes filiales de France Télécom, compte environ 12 000 abonnés (soit plus de 65 % des abonnés), héberge près d'une centaine de sites web et incarne le premier site du pays avec plus d'un million de pages vues chaque mois. L'étude du site Internet Sentoo nous avons soulevé la forte extraversion du site le plus consulté au Sénégal. Le site Internet Sentoo (www.sentoo.sn) est en effet tourné vers l'extérieur et l'international à tel point que nous avons l'impression qu'il s'adresse plus aux expatriés ou aux touristes qu'aux Sénégalais.

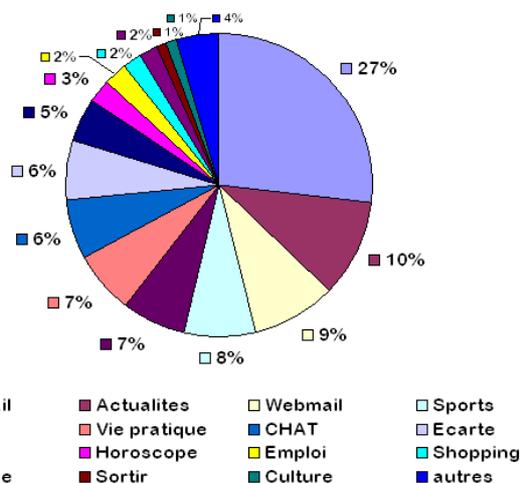
Par exemple, nous nous sommes aperçu que la rubrique business est largement consacrée à l'Occident avec des thèmes économiques ne mentionnant nullement la situation locale et même régionale préférant s'attarder sur l'évolution de la bourse de Paris ou Walt Street... En effet, si les fluctuations des bourses internationales peuvent intéresser une poignée de privilégiés, nous sommes bien loin de la préoccupation de la majorité des Sénégalais. Dans la même optique, la rubrique « médias-multimédia » est largement tournée vers l'Occident alors que l'actualité dans ces domaines au Sénégal est très riche et dense. On y parle aussi bien des fusions en Europe ou au Etats-Unis dans le monde des médias que de l'évolution des technologies dans les pays développés ...

La rubrique emploi n'est pas épargnée par cette orientation vers l'Occident. En effet, sur les 70 offres d'emplois répertoriées sur le site, aucune n'émane d'une entreprise sénégalaise. En revanche, les annonces pour une embauche en France sont très présentes puisqu'elles représentent 38% des offres. Un constat d'extraversion valable pour la plupart des rubriques du site (tourisme, sorties, programme TV...). Un entretien avec le webmaster du site nous a permis d'affiner certaines données :

**TABLEAU : Statistiques du site SENTOO (moyenne mensuelle sur le 1er semestre 2003)**

AUDIENCE PORTAIL	1 semestre 2003
Nombre total de pages vues	1 070 726
Nombre de visites	195 385
Nombre de visiteurs	123 528
Temps moyen passé par visite (en mn)	14 mn
% venant de l'international	24,2%
% page d'accueil	19,5%
% webmail	4,6%
% sunumail	18,1%
% chat	5,7%

**GRAPH : Fréquentation des rubriques du site (hors page d'accueil) 2002**



<sup>4</sup> Nous avons mené une étude conduite en collaboration avec l'ONG Yinternet.org Sénégal en juin 2001 (dans le cadre d'un DESS en Communication internationale) dont la principale finalité était de référencer l'ensemble des points de connexion publics à Internet du territoire sénégalais, nous en avons profité pour insérer des variables qualitatives.

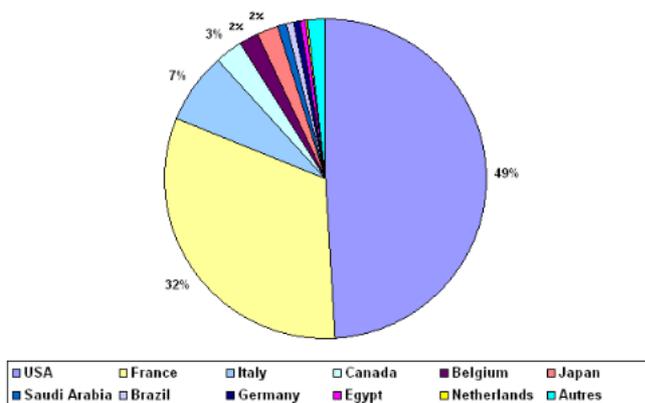
Nous pouvons remarquer qu'1/4 des connexions viennent de l'international et que le mail (20%) et chat (près de 6%) constitue des éléments déterminants pour la connexion des internautes.

- « Homeview Sénégal » : analyse du premier portail généraliste sur le Sénégal

Ce site s'inspire d'un concept de site-portail développé aux Etats-Unis par HomeView Media (USA). Il consiste à rassembler sur une même plate-forme Internet des informations sur des pays ayant une communauté importante d'immigrés aux Etats-Unis. Dans ce cadre, HomeView Sénégal a passé des accords avec des éditeurs de journaux et des radiodiffuseurs pour intégrer leurs productions dans son offre. Un forum de discussions est intégré au bouquet, permettant aux Sénégalais de l'extérieur de dialoguer périodiquement avec des ministres ou des hommes politiques, un concept qui a déjà été lancé dans plus de douze pays. Il propose en particulier des liens sur les stations FM locales, les journaux sénégalais, les émissions en *live*, notamment "Sud FM", la première radio privée du Sénégal, ou encore "Nostalgie", la première radio musicale du Sénégal... on trouve également une revue de presse sénégalaise et africaine et des forums de discussion sur l'actualité politique. Malheureusement, une fois de plus, ce genre de sites (d'origine exogène) a comme cible prioritaire la diaspora sénégalaise : ce qui place les indigènes sénégalais au second plan avec un contenu inadapté à leurs préoccupations du quotidien. Très consulté, ce site rassemble chaque jour des Sénégalais du monde entier en leur permettant d'entrer virtuellement dans leur pays.

Grâce à un rendez-vous avec le webmaster du site, rencontré lors de notre dernière séjour au Sénégal nous avons pu obtenir des données intéressantes notamment pour mettre en relief le rôle de la diaspora sénégalaise (productrice et consommatrice de contenus).

Répartition des pages vues par origine géographique



USA	48,9%
France	32,3%
Italy	7,3%
Canada	2,5%
Belgium	2,2%
Japan	2,1%
Saudi Arabia	0,9%
Brazil	0,7%
Germany	0,6%
Egypt	0,4%
Netherlands	0,3%
Autres	1,7%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

Remarque : le site est désormais payant via une interface de commerce électronique (Abonnement mensuel de 10 € / mois). Un paiement qui marginalise le site de la population sénégalaise locale.

- **Analyse détaillée du site Web du Dahira Sahaadatoul Mouridina (Lille)**



Au sein de la diaspora sénégalaise se dessine une diaspora « mouride » qui ne cesse de produire du contenu sur l’histoire de leur communauté et les fondements du mouridisme. Les Mourides sont ainsi déjà positionnés dans la bataille du contenu pour lequel le Sénégal est presque inexistant. Ainsi, on peut consulter des milliers de pages Web consacrées au mouridisme ayant une vocation essentiellement prosthétique avec des contenus essentiellement français, mais aussi en arabe, anglais et italien...

L’emprise de la communauté sur le net sénégalais est devenue si incontournable que nous ne pouvions omettre une analyse détaillée d’un des sites clefs de la communauté : le site de la communauté mouride lilloise. C’est pourquoi, nous avons décidé de rencontrer le webmaster de ce site qui nous fournira prochainement des données certainement très intéressantes sur sa conception, ses réseaux, ses abonnés à la newsletter, ses contacts avec l’étranger et le Sénégal.

Ainsi, la faiblesse de la production locale adaptée aux besoins locaux conjuguée à une jeunesse frustrée, en perte de repère et d’identité culturelle et déjà acuique à l’Occident renforce l’engouement des internautes sénégalais pour les pays développés désormais accessibles en quelques « clics » concrétisant un peu plus l’accessibilité à « l’eldorado occidental ».

## II. Une consommation de contenus paradoxale

- **Une consommation tournée vers l’Occident**

Une étude<sup>5</sup> réalisée en aval auprès des internautes sénégalais exprime une faiblesse notoire de la consommation de contenus sénégalais. En effet, près d’un quart des internautes interrogés (23%) disent ne consulter aucun site sénégalais régulièrement. Un chiffre qui laisse supposer une consommation extravertie. On notera également l’hégémonie du site Sentoo (1<sup>er</sup> fournisseur d’accès du pays) qui est le site le plus fréquenté avec 22 % de citations.

Les sites des deux principaux quotidiens sénégalais (le Soleil et Walf) représentent à eux deux 15 % des sites les plus visités : un interview avec le responsable du quotidien le Soleil nous a permis de savoir que l’essentiel des connexions vers leur site venait de l’étranger.

Bien que les médias sénégalais soient très présents (aussi bien sur un plan qualitatif que quantitatif) sur la toile, on s’aperçoit à travers cette même étude sur 135 internautes sénégalais, que la recherche d’informations s’oriente essentiellement vers l’international avec 84,4% des citations.

<sup>5</sup> Cette étude qui sera exploitée tout au long de notre intervention vise à évaluer le degré d’extraversion des internautes sénégalais. Pour cela, nous avons administré 135 questionnaires à divers internautes sénégalais pendant les mois de Mars et Avril 2002 au sein de huit cybercentres dans trois capitales régionales (Dakar, Thiès Louga). Le questionnaire vise essentiellement à quantifier et qualifier les flux d’informations locaux (internes au Sénégal) et globaux (externes au Sénégal) grâce à la collecte d’informations sur la destination des messages électroniques ou encore la consommation de contenu...

En revanche, on constate que l'information locale demeure marginalisée avec seulement 10,4% des internautes interrogés qui consultent essentiellement de l'information sénégalaise. L'information « régionale » (relative à l'Afrique) l'est encore plus puisqu'elle est recherchée uniquement par 3 % des internautes.

Il faut également souligné un phénomène récent et important dans le web sénégalais : l'arrivée de haut débit, au Sénégal via l'ADSL<sup>6</sup>, qui offre un potentiel énorme pour les jeunes sénégalais en quête d'une offre culturelle, limitée localement.

Des groupes de jeunes téléchargent désormais gratuitement des vidéos, clips ou morceaux musicaux (auxquels ils n'ont que peu accès dans leur pays) ayant essentiellement une origine occidentale : une nouvelle forme d'invasion culturelle. De même, l'apparition des radios sur Internet, constitue une nouvelle forme d'extraversion pour ces jeunes qui se connectent directement aux radios étrangères pour écouter les derniers « tubes » à la mode.

- **La messagerie électronique, une application privilégiée pour communiquer avec l'occident**

L'analyse des destinations principales des e-mails au Sénégal paraît constituer un bon baromètre pour quantifier le degré d'extraversion des internautes sénégalais

Il est avant toute chose nécessaire de rappeler le volume d'utilisation de la messagerie électronique parmi les différents services liés à Internet.

L'étude démontre que la messagerie répond à un réel besoin en communication des Sénégalais puisqu'elle constitue le service le plus utilisé pour 65 % des internautes sondés. Un chiffre cohérent qui répond à un véritable besoin local à la fois économique et pratique : en effet, si en France, le service public postal est largement satisfaisant, la position sénégalaise est beaucoup plus complexe. En effet, déjà malmenée, la poste sénégalaise voit des décisions visant à interrompre la distribution de courrier à domicile se concrétiser. Ainsi depuis le 1er janvier 2002, la profession de " facteur " tend vers une disparition certaine : de 200 il y a quelques années, les facteurs sont passés à 60 pour l'ensemble du territoire.

L'étude des internautes sénégalais relative à la destination des mails révèle de manière significative à quel point la messagerie électronique constitue un nouveau vecteur de communication vers l'Occident. Même si le nombre d'internautes sénégalais est relativement faible, on note que seulement 25 % des e-mails auraient une destination interne au Sénégal et moins de 10 % vers des pays africains. En revanche, la France incarne la destination privilégiée des e-mails sénégalais, selon cette étude, en canalisant 41,5% d'entre eux (les Etats-Unis près de 15 %) : des chiffres en corrélation avec les flux migratoires.

- **Internet et la diaspora sénégalaise : un outil identitaire (en cours de réalisation)**

A l'opposé d'une consommation locale essentiellement tournée vers l'occident, on trouve une diaspora sénégalaise qui instrumentalise Internet comme un vecteur de retour aux sources. En effet, les premières analyses démontrent qu'internet devient un lien incontournable avec son pays d'origine : il devient un moyen de communication essentiel pour communiquer avec sa famille et ses amis restés au pays, pour consulter l'actualité sénégalaise (locale). Le succès des nombreux portails généralistes sur le Sénégal ainsi que l'engouement de la diaspora pour les radios sénégalaises présentes sur Internet témoigne de cette appropriation identitaire de l'outil.

Remarque : beaucoup de travaux sont en cours de réalisation ou de finalisation ce qui explique l'apparente dispersion de certaines analyses.

---

<sup>6</sup> **ADSL** (*Anglais : Asymmetrical Digital Subscriber Line*)-(Français : *Ligne asymétrique numérique*) : technologie permettant d'avoir accès à Internet à haut débit optimisant ainsi la navigation et le téléchargement avec une connexion illimitée dont le lancement par la Sonatel, a eu lieu le lundi 3 mars 2003. Le Sénégal devient ainsi le quatrième pays du continent africain à déployer l'Adsl, après l'Afrique du Sud, le Nigéria et la Tunisie.