



Ministère de la Communication et des Nouvelles Technologies

République du MALI

Un peuple-un but-une foi

** Comité de Régulation des Télécommunications**

GSM AU MALI

**Pré Enquête de satisfaction des utilisateurs du téléphone mobile
présentation des résultats**

● **Plan de la Présentation**

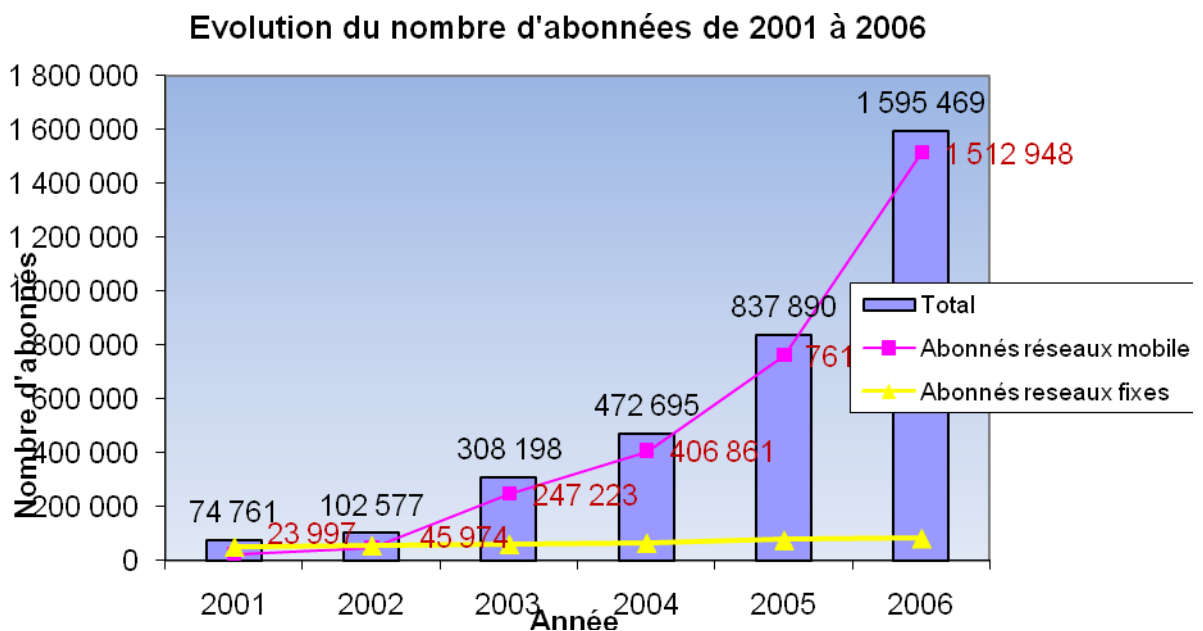
- I. Contexte et Objectif de l'enquête
- II. Caractéristiques générales
- III. Utilisation du téléphone
- IV. Qualité technique
- V. Coût de la communication
- VI. Marketing et service après vente
- VII. Conclusions

I. Contexte et Objectif

● Evolution récente du secteur des télécoms au Mali :

- Une pluralité des acteurs : deux opérateurs détenteurs de licence globale (Sotelma/Malitel et Orange Mali) ; des Fournisseurs d'accès Internet, etc.
- Une croissance rapide du nombre d'abonnés au Mobile GSM :

● Le nombre d'abonnés double d'année en année.



● Croissance accompagnée d'exigence de plus en plus grande des consommateurs :

- Coût des communications jugé très élevé ;
- Qualité mauvaise en certains endroits.

● Question :

- Ces avis et perceptions ont-ils une portée significative?

- **Les missions principales du CRT :**

- Assurer l'application de la réglementation en matière de télécommunication ;
- Veiller au respect des cahiers des charges des opérateurs ;
- Favoriser une concurrence saine et loyale entre opérateurs ;
- Veiller à la protection des intérêts des consommateurs.
- I. Contexte et Objectif

- **Dans l'accomplissement de cette mission *deux enquêtes menées par le CRT :***

- 2004 : première enquête de satisfaction des utilisateurs de téléphone mobile GSM à Bamako et environs;
- 2006 : deuxième enquête GSM sur l'ensemble du pays.

- **Objectifs de ces enquêtes :**

Mesurer, sur une base statistique, le niveau de satisfaction ou d'insatisfaction des utilisateurs de téléphone mobile GSM et rechercher les causes d'insatisfaction.

- **Mode de réalisation :**

- Conception et réalisation en interne avec appui de consultant indépendant ;
- Recrutement de bureau de consultants

II. Caractéristiques générales de l'enquête

- **Périodes de l'enquête :**

- Terrain : Octobre – novembre 2006
- Résultats : Avril 2007

- **Localités d'enquête :**

- 23 localités ont été concernées dont :
- La capitale nationale (67%) ;
- Tous les chefs lieux de région ;
- Les pôles économiques et
- Le milieu rural.

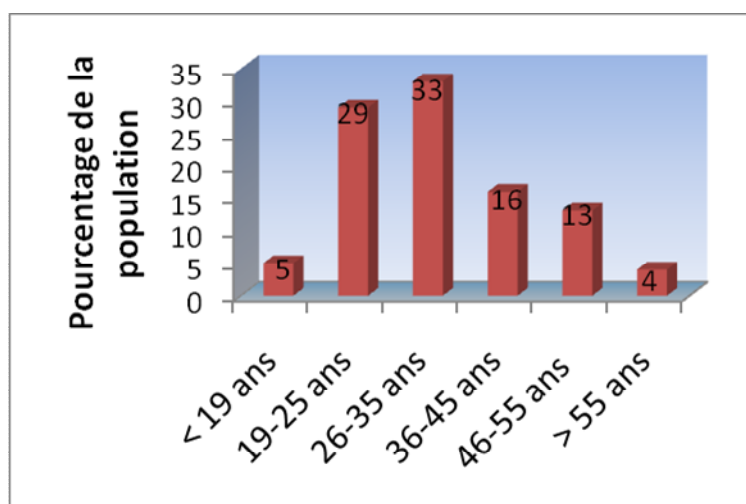
II. Caractéristiques générales de l'enquête

● **Population interrogée :**

- 4040 sujets dont :
- 72,2 % de particuliers et 27,8% d'entreprises
- 37% de femmes et 63% d'hommes ;
- 25% abonnés Malitel et 75% abonnés Ikatel.

● **Abonnés au GSM relativement jeunes :**

- < 18ans : 5%
- 19-25 ans : 29%
- 26-35 ans : 33%
- 36-45 ans : 16%
- 46-55 ans : 13%
- > 55 ans : 4%



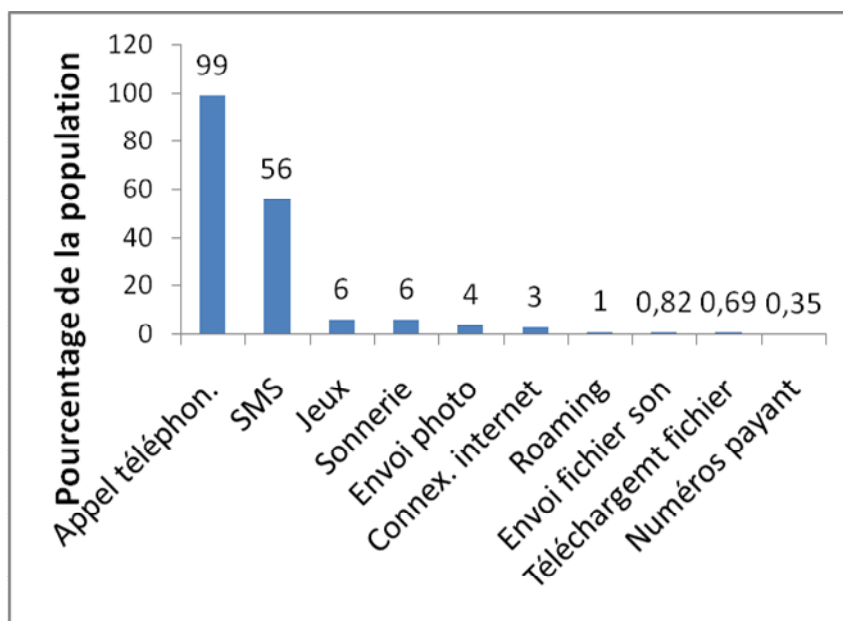
III. Utilisation du téléphone

● Produits et services utilisés souvent :

- Appel téléphonique : 99%
- SMS : 56%
- Jeux : 6%
- Sonnerie : 6%
- Envoi photo : 4%
- Connexion Internet : 3%
- Roaming : 1%

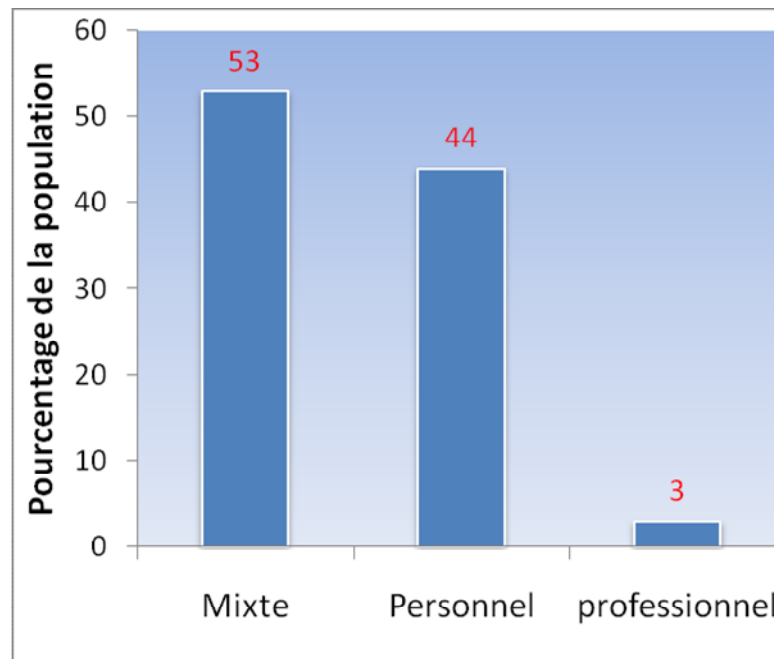
● Par tranche d'âge :

- Les moins de 19 ans utilisent plus souvent les jeux (23%) et la sonnerie (21%).



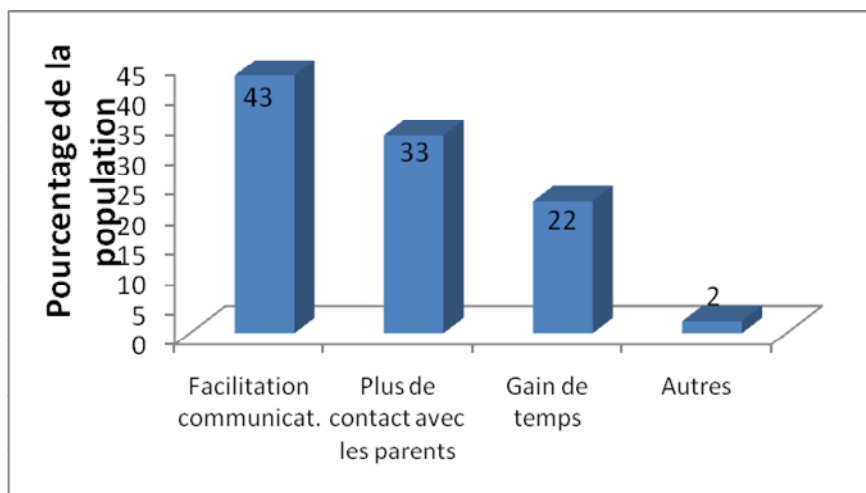
● Usage du téléphone :

- Personnel /professionnel ?
- Mixte : 53%
- Personnel : 44%
- Professionnel : 3%



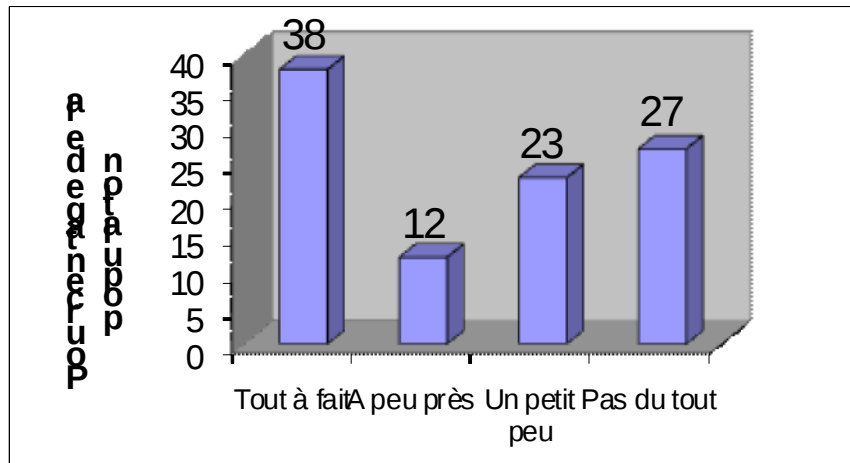
● Les avantages tirés de la téléphonie mobile :

- Facilitation de communication
- Plus de contact avec parents et amis
- Gain de temps.



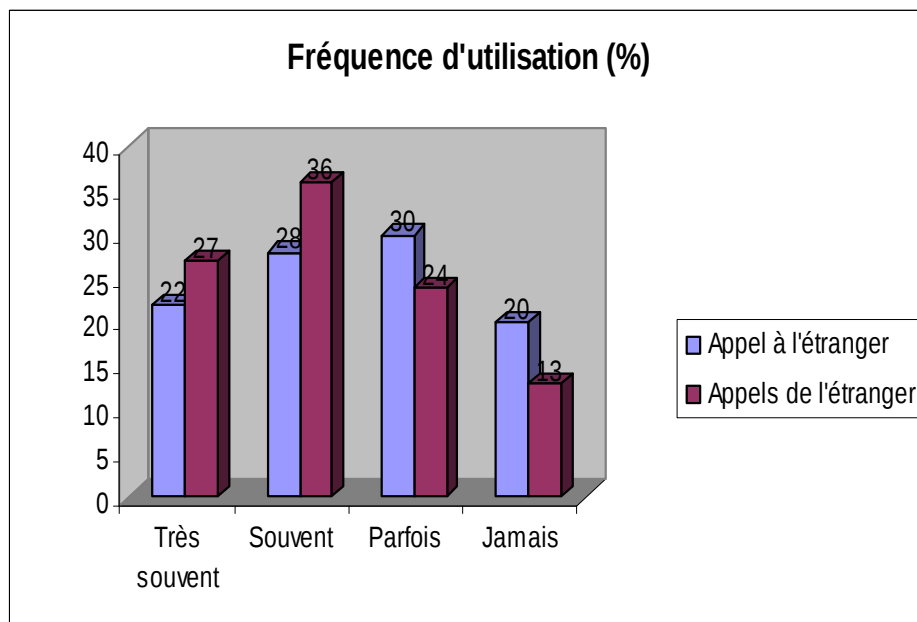
● Impact sur l'activité économique :

- Impact significatif pour 50% ;
- Un petit peu : 23% ;
- Pas du tout : 27%.



● Communications internationales?

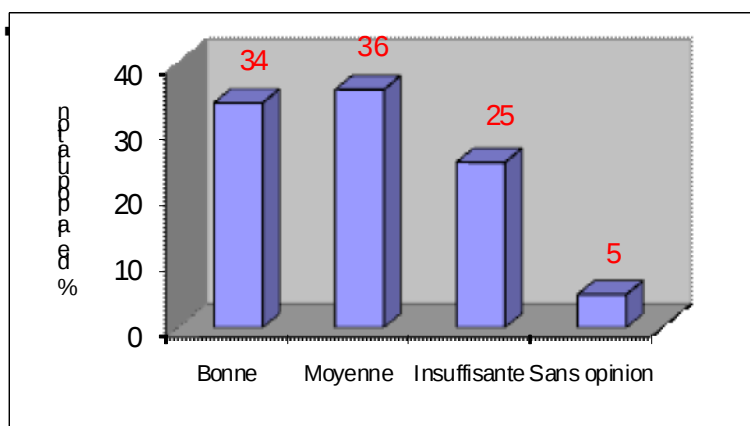
- Le téléphone est beaucoup utilisé pour communiquer avec l'étranger :
- Occurrence plus élevée pour les appels venant de l'étranger.



IV. Qualité technique

● Couverture géographique:

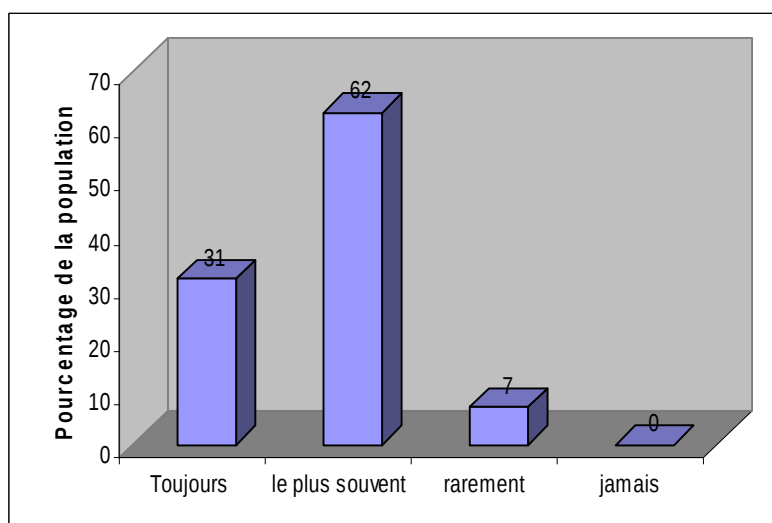
- Qualifiée de moyenne à bonne.
 - Bonne : 34%
 - moyenne : 36%
 - Couverture insuffisante : 25%



● Disponibilité des réseaux:

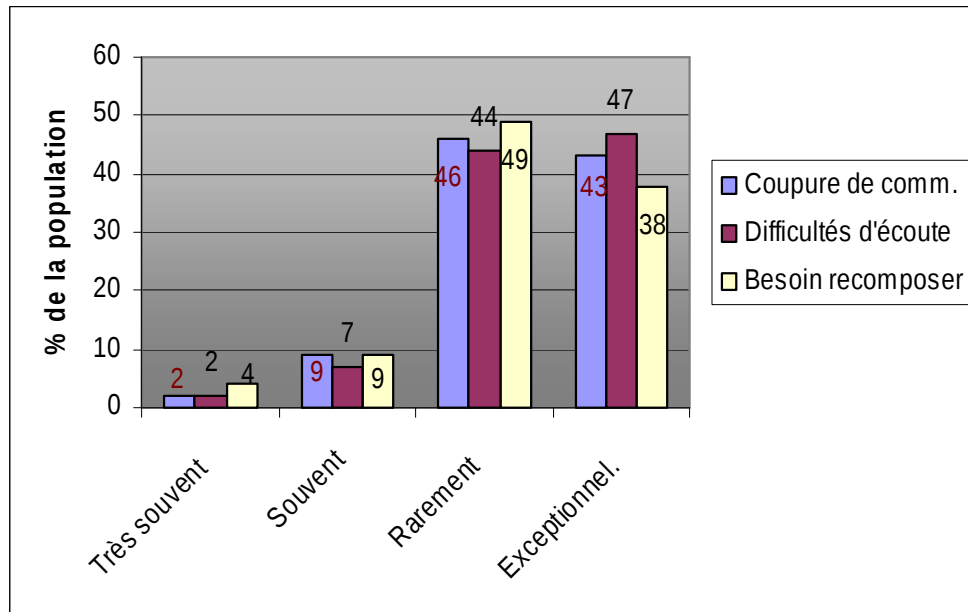
Plutôt bonne pour passer et recevoir des appels :

- **Toujours disponible : 31%**
- **Le plus souvent : 62%**
- **Rarement : 7%**



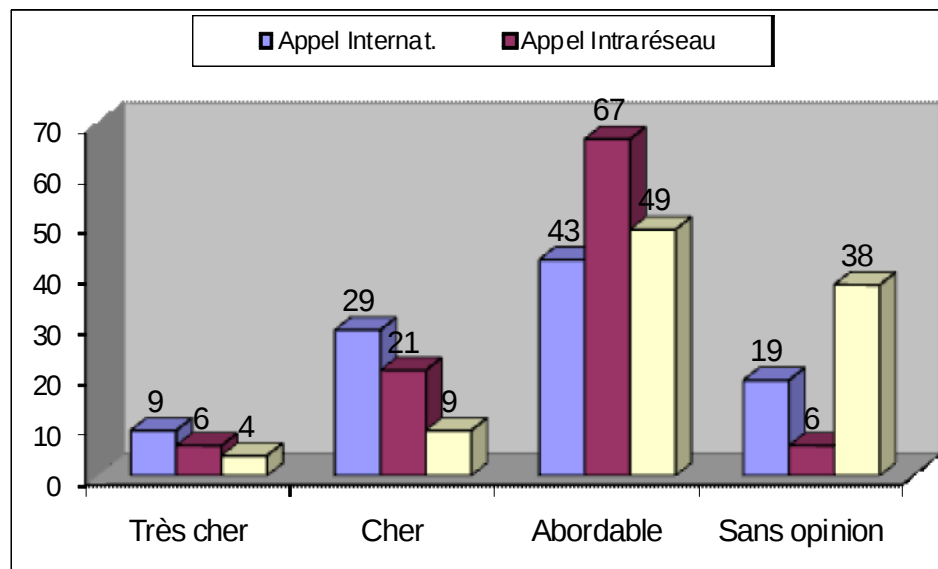
● Qualité de la communication :

Jugée bonne mais plus de 10% des enquêtés déclare avoir des difficultés pour appeler ou recevoir des appels.



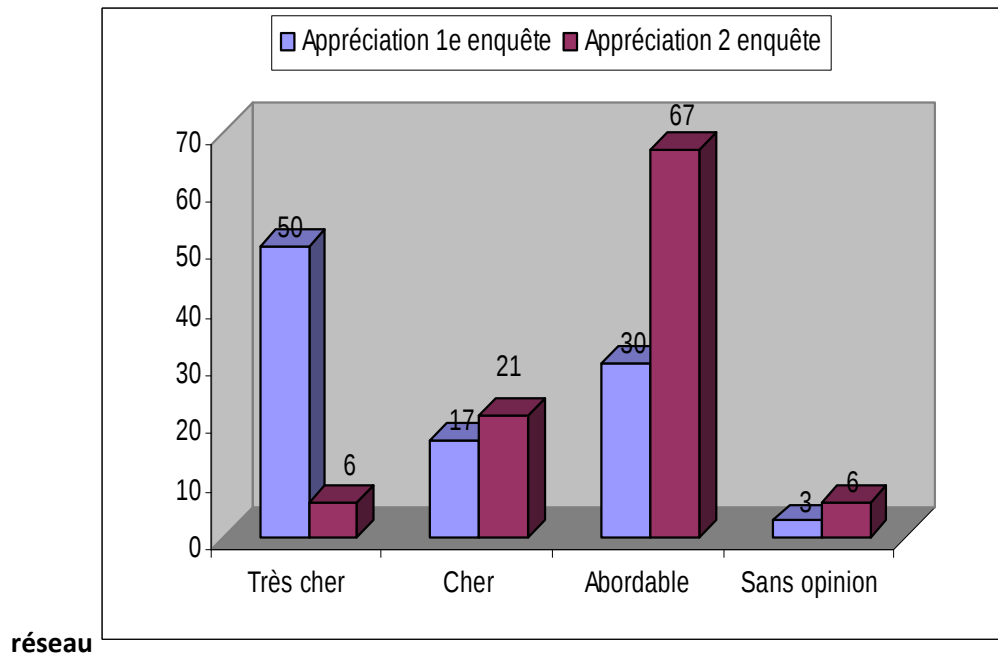
V. Coût de la communication

● Appréciation sur le coût des communications



- **Évolution des appréciations entre 1^e et 2^e enquête :**

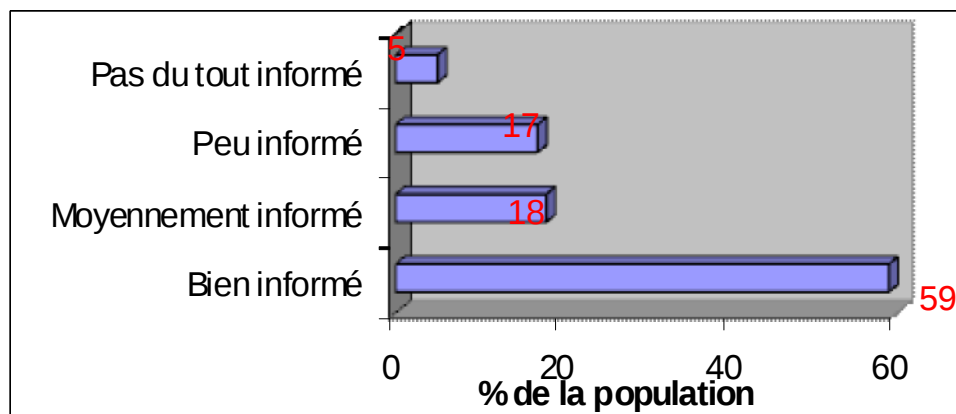
Appels Intra



VI. Marketing et Service Après Vente

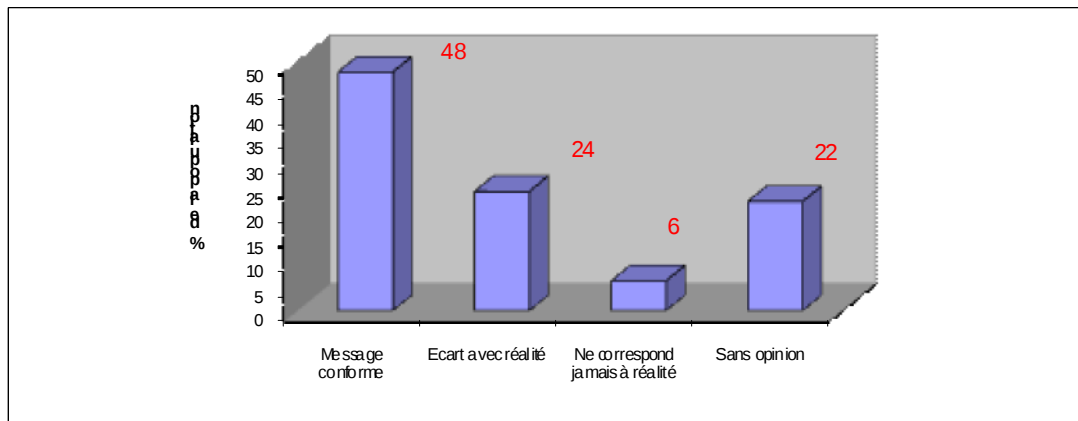
- **Information des utilisateurs:**

Plus de la moitié des personnes interrogées se considère bien informée.



● Exactitude/pertinence des messages publicitaires :

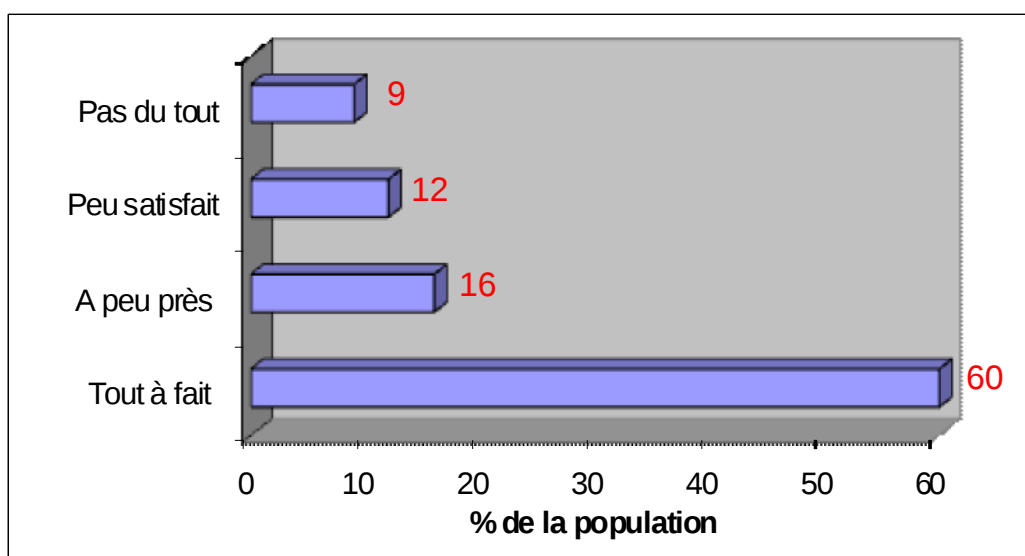
- Messages conformes à réalité : 48%
- Existe un écart : 24%
- Ne correspond jamais à la réalité : 6%
- Sans opinion : 22%.



● Facilité d'accès au SAV :

Plus de la moitié des enquêtés a eu recours au SAV.

Niveau de satisfaction



VII. Conclusions

● Offres de services téléphoniques mobiles GSM :

- Assurées dans des conditions techniques d'accessibilité et de disponibilité généralement acceptables.
- Prix généralement acceptables.
- Utilisateurs généralement bien informés ;
- Mais mode d'information inadapté au cas des non alphabétisés.

● Efforts à faire :

- Extension couverture géographique des réseaux
- Baisse tarifs inter réseau
- Développement des Services à Valeur Ajoutée pour une meilleure vulgarisation des TIC
- Information des utilisateurs plus adaptée aux analphabètes.

● Perspectives :

- Enquête technique sur la qualité de la communication
- Enquête de cohérence Crédit/ Durée de communication.