

REPUBLIQUE DU SENEGAL



MINISTERE DE L'ECONOMIE NUMERIQUE  
ET DES TELECOMMUNICATIONS



Enquête de perception auprès des **citoyens** sur le  
**contenu** possible et l'**utilité** de l'identité numérique  
nationale

Rapport d'enquête v1

 **GAINDE 2000**

Février 2022

# TABLE DES MATIERES

<b>1.</b>	<b><u>CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ENQUETE</u></b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b><u>OBJECTIF DE L'ENQUETE</u></b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b><u>III. METHODOLOGIE DE L'ENQUETE.</u></b>	<b>4</b>
<b>3.1.</b>	<b>APPROCHE</b>	<b>4</b>
<b>3.2.</b>	<b>ÉCHANTILLONNAGE</b>	<b>4</b>
3.2.1.	Choix des cibles à interviewer	5
3.2.2.	Les organisations des usagers	5
3.2.3.	Les fournisseurs de services ciblés	5
3.2.4.	Les fournisseurs d'identité	6
<b>3.3.</b>	<b>METHODE DE COLLECTE DES DONNEES</b>	<b>6</b>
<b>3.4.</b>	<b>TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES</b>	<b>6</b>
<b>3.5.</b>	<b>LIMITES DE L'ENQUETE</b>	<b>6</b>
<b>4.</b>	<b><u>PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ENQUETE</u></b>	<b>7</b>
<b>4.1.</b>	<b>GENERALITES SUR LES REpondANTS</b>	<b>7</b>
4.1.1.	Répartition par âge	7
4.1.2.	Répartition par sexe	7
4.1.3.	Lieu de résidence	8
4.1.4.	Statut des répondants	9
<b>4.2.</b>	<b>UTILISATION DE L'IDENTITE NUMERIQUE</b>	<b>9</b>
<b>4.3.</b>	<b>CONNAISSANCE DE L'IDENTITE NUMERIQUE</b>	<b>10</b>
<b>4.4.</b>	<b>UTILITE/L'IMPORTANCE DE L'IDENTITE NUMERIQUE</b>	<b>10</b>
<b>4.5.</b>	<b>INTERETS D'AVOIR UNE IDENTITE NUMERIQUE?</b>	<b>11</b>
<b>4.6.</b>	<b>IDENTIFIANTS UTILISES POUR ACCEDER A DES SERVICES EN LIGNE</b>	<b>11</b>
<b>4.7.</b>	<b>LES MEILLEURS IDENTIFIANTS POUR SE CONNECTER EN LIGNE</b>	<b>12</b>
<b>4.8.</b>	<b>TECHNOLOGIE APPROPRIEE POUR UNE IDENTITE NUMERIQUE SECURISEE</b>	<b>12</b>
<b>4.9.</b>	<b>CADRE JURIDIQUE</b>	<b>13</b>
<b>4.10.</b>	<b>SERVICES ATTENDUS DU PROJET D'IDENTITE NUMERIQUE</b>	<b>14</b>
<b>4.11.</b>	<b>ATTENTES EN TERMES DE SECURITE</b>	<b>15</b>
<b>4.12.</b>	<b>ATTENTES EN TERMES D'OPPORTUNITES</b>	<b>15</b>
<b>4.13.</b>	<b>ATTENTES EN TERMES DE PROTECTION</b>	<b>16</b>
<b>4.14.</b>	<b>BESOINS EN RENFORCEMENT DE CAPACITES</b>	<b>17</b>
<b>5.</b>	<b><u>SYNTHESE</u></b>	<b>18</b>

## 1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ENQUETE

Le Sénégal, à travers sa Stratégie numérique SN2025 pour une transformation digitale du pays, entend centrer le numérique au cœur du développement socio-économique et promouvoir des efforts de coordination dans le secteur. Dans cette perspective, le numérique permet d'adresser et de proposer des solutions innovantes pour la prise en compte des problématiques à fort impact socio-économique, tels que la facilité des démarches administratives et l'accès rapide à l'information gouvernementale.

Aussi, pour faciliter l'interopérabilité des systèmes d'information de l'Etat, il est impératif de mettre en place l'identité numérique pour faciliter les échanges de données sur les personnes et les entreprises. Ce système d'identité numérique permettra ainsi de favoriser l'inclusion de tous les citoyens afin de réaliser les objectifs de développement durable, ainsi que la création de richesses. Il s'agira de cerner les contours d'une identité numérique nationale unique qui englobera les technologies de pointe et respectera la souveraineté des parties prenantes publiques comme privées. L'identité numérique nationale va permettre aux citoyens d'avoir un identifiant numérique unique pour accéder aux systèmes d'informations et plateformes de l'Etat et échanger avec les secteurs public et privé.

Cette enquête s'inscrit dans la phase de conception d'un projet d'une identité numérique nationale unique dont l'étude de faisabilité confiée au cabinet GAINDE 2000 est déjà en cours de réalisation. Cette étude a démarré par une analyse de l'existant, du benchmark des initiatives pertinentes des pays et de la revue du cadre juridique et réglementaire. Aussi les équipes en charge de l'étude ont rencontré les différentes parties prenantes dans le cadre d'interview, d'entretiens semi structurés, de focus group et de recherche documentaire pour mieux cerner la situation de référence du projet et mettre en place les synergies d'actions requises.

Ce rapport présente les différents résultats issus de l'enquête de perception auprès des **citoyens sénégalais d'ici et de la diaspora** sur le **contenu** possible et l'**utilité** de l'identité numérique nationale. L'enquête a été orientée sur un ensemble de thématiques traduisant la connaissance, la perception et la satisfaction des populations sur les différents identifiants disponibles et surtout recueillir leurs attentes sur le projet d'identité numérique unique à adopter au Sénégal. Les résultats de l'enquête permettront d'intégrer les attentes des usagers des identités numériques dans le processus de conception et de planification du projet de l'identité numérique nationale unique.

## 2. Objectif de l'enquête

Recueillir la perception des citoyens sur le contenu possible et l'utilité de l'identité numérique nationale.

## 3. III. Méthodologie de l'enquête.

### 3.1. Approche

L'enquête de perception concerne tous les citoyens sénégalais. Elle a été adressée aux usagers de l'identité aussi bien fondamentale (identité régalienne) que fonctionnelle (identité pour accéder à un service).

La méthode exploratoire qui a été utilisée pour mesurer la perception des citoyens est l'enquête qualitative.

Cette enquête qualitative a eu comme support les résultats de l'atelier de déclinaison de la vision déjà tenu. Cet atelier avait identifié trois groupes cibles pour l'organisation de focus group permettant de définir les socles et contours souhaités de l'identité numérique unique et de formuler une vision consensuelle. Ces focus group étaient constitués des fournisseurs d'identité, des fournisseurs de services et des usagers et ont pu proposer la vision suivante: *En 2024 au Sénégal, une identité numérique opérationnelle, fiable, sécurisée et accessible, au profit des usagers.*

L'identité numérique peut être basée sur l'identité fondamentale ou pas mais ce qui est sûr c'est qu'elle est foncièrement fonctionnelle.

Ainsi, la base de sondage prioritaire reste le groupe des usagers. Mais pour atteindre cette cible, l'enquête s'est fondée sur des organisations représentatives des citoyens usagers. Les groupes « fournisseurs d'identité » et « fournisseurs de services ont aussi été consultés afin de stabiliser les orientations prises durant le processus pour leur prise en compte lors de l'atelier de planification.

L'enquête de perception devait préfigurer l'**atelier de planification** et intégrer les avis et attentes des populations.

### 3.2. Échantillonnage

L'enquête a été effectuée sur un échantillon raisonné qui s'est justifié par :

- la complexité du domaine de l'enquête
- les restrictions liées au contexte sanitaire

### 3.2.1. Choix des cibles à interviewer

Dans le groupe cible que sont les « usagers », il s'agissait d'identifier des répondants comprenant les enjeux du projet et capables d'exprimer légitimement leurs attentes. Les personnes interrogées ont été identifiées à partir des registres des membres des organisations ciblées et des internautes via la mise en place d'un ciblage sur les réseaux sociaux (hashtags, enquête). Le choix des répondants a tenu compte des variables que sont l'âge, le sexe, la zone de résidence et l'activité exercée...

### 3.2.2. Les organisations des usagers

Les organisations des usagers ciblées sont :

- Association des prestataires du TIC
- Association des clients et sociétaires des institutions financières (ACSIF)
- ASCOSEN
- Étudiants
- Réseau des aînées
- UNACOIS
- Les organisations de femmes

La base de sondage des usagers a été constituée à partir des listes nominatives des membres des associations ciblées. Les réseaux sociaux aussi ont été utilisés afin d'obtenir un nombre de répondants représentatifs de toutes les couches de la population et dans toutes les régions du pays et de la diaspora.

### Répartition de l'échantillon des usagers

Région	Association des prestataires du TIC	ACSIF	ASCOSEN	Etudiants	Association des aînés	UNACOIS
Dakar	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)
Autres régions	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)	10 (5H/5F)
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>

**NB/ (5H/5F) : 5hommes, 5 femmes Total : 120**

### 3.2.3. Les fournisseurs de services ciblés

Les répondants suivants ont été choisis

- Operateurs télécom ;
- Les banques commerciales

- L'ADIE ;
- L'APIX ;
- Les sociétés de vente en ligne ;

#### 3.2.4. Les fournisseurs d'identité

Les fournisseurs d'identité ciblés sont :

- La Direction de l'Etat Civil
- La direction de l'autonomisation du fichier du ministère de l'intérieur

#### 3.2.5 Les réseaux sociaux ciblés

Les réseaux sociaux ciblés sont Twitter, LinkedIn, Facebook et WhatsApp

### 3.3.Méthode de collecte des données

L'enquête a nécessité une flexibilité dans la collecte et l'analyse des données. L'enquête en ligne a été choisie comme stratégie de collecte. **Les questionnaires ont été** administrés par internet via **google form**.

### 3.4. Traitement et analyse des données

Les données sont collectées sur la plateforme et analysées. La méthode d'analyse retenue est de procéder à l'interprétation des tableaux générés par google form et de synthétiser les opinions dominantes, les suggestions formulées sur la base de la vision consensuelle retenue.

Toutes ces informations seront ensuite triangulées avec les résultats du diagnostic pour pouvoir faire des recommandations pertinentes.

### 3.5. Limites de l'enquête

L'enquête s'est adressée à un échantillon raisonné comprenant les enjeux de la problématique. Même si les réponses nous sont parvenues de toutes les régions, le taux de participation des femmes a été jugé insuffisant et certaines régions faiblement représentées. Aussi la complexité du domaine de l'enquête et l'incompréhension de certains concepts dans le vocabulaire numérique peuvent amener certains répondants à effectuer des choix aléatoires ou ne pas répondre à certaines questions.

## 4. Principaux résultats de l'enquête

### 4.1. Généralités sur les répondants

#### 4.1.1. Répartition par âge

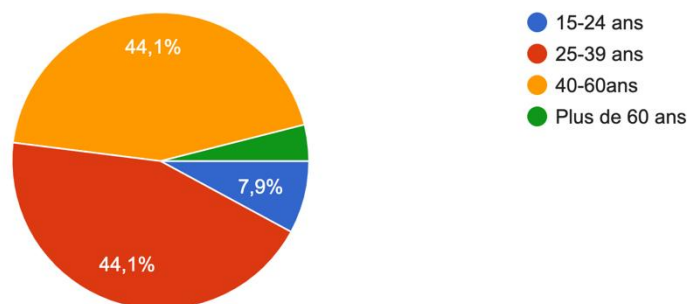
Le nombre total de répondants à cette enquête est de 177 personnes. Toutes les tranches d'âge ciblées ont répondu au questionnaire.

Les usagers qui ont le plus réagi à cette enquête sont dans les tranches d'âge comprises entre 25 et 60 ans avec un cumul de plus de 88%. Cet intervalle correspond à la population active du Sénégal.

Les répondants situés dans la tranche d'âge de 15 à 24 ans représentent près de 9% et sont principalement constitués d'élèves et d'étudiants. Les répondants du 3<sup>e</sup> âge ne constituent que 3%

Ces proportions sont conformes à la répartition par âge de la population et traduisent une bonne représentativité des usagers à l'enquête.

Votre êtes âgé (e) entre  
177 réponses

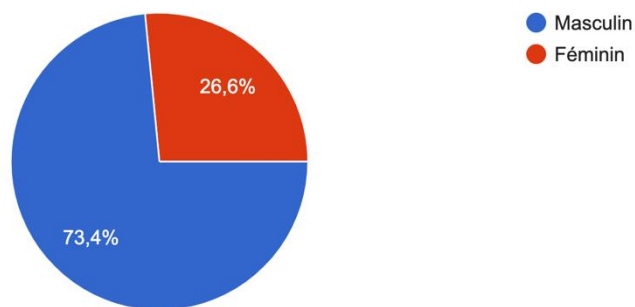


#### 4.1.2. Répartition par sexe

Les répondants sont de sexe masculin pour près de  $\frac{3}{4}$  et féminin pour  $\frac{1}{4}$ . Ces proportions traduisent une utilisation plus fréquente des identifiants numériques par les hommes ; même si les statistiques nationales révèlent que les femmes représentent 52% de la population totale.

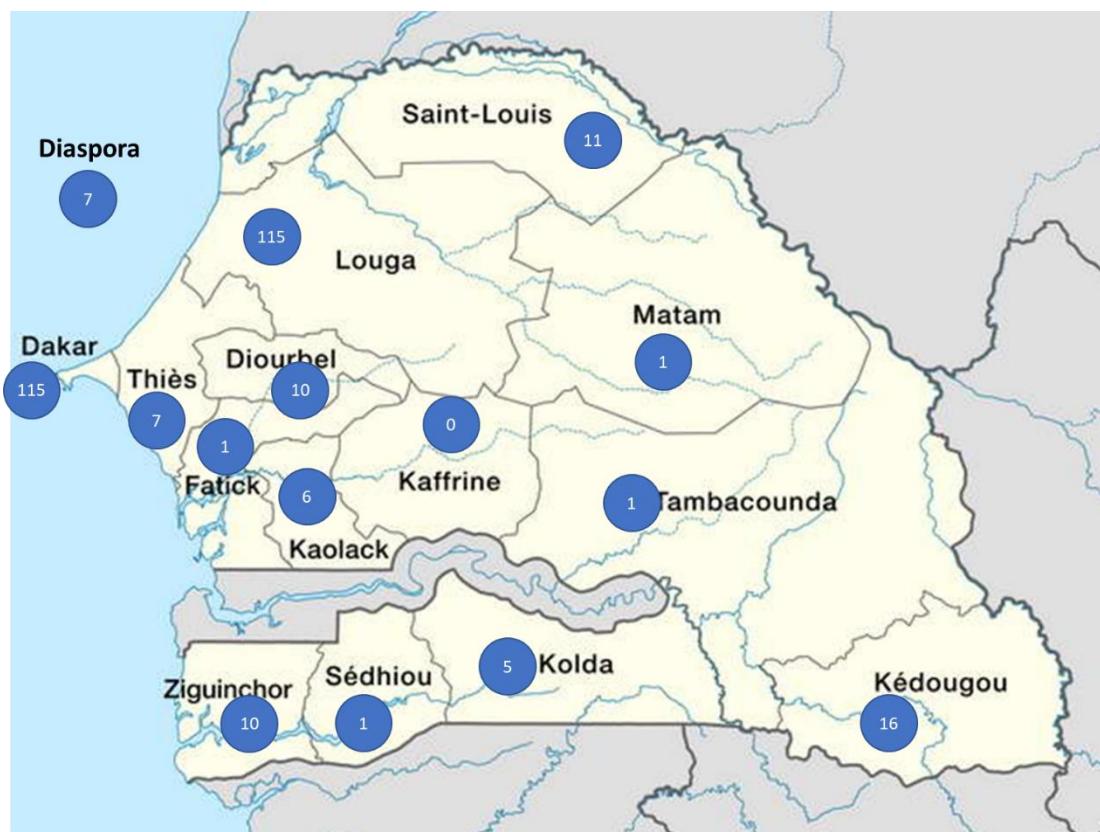
Vous êtes de sexe

177 réponses



#### 4.1.3. Lieu de résidence

Plus de la moitié des répondants habitent la région de Dakar (57%). Toutes les autres régions ont réagi à l'enquête y compris des sénégalais de la diaspora. Le cumul des répondants résidant hors de Dakar est inférieur à la moitié des réponses reçues (43%).





#### 4.1.4. Statut des répondants

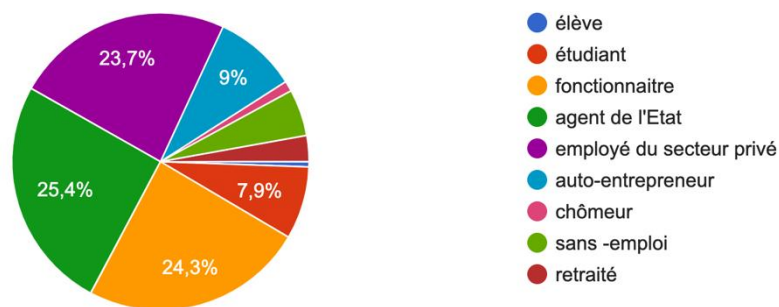
La moitié des répondants sont des fonctionnaires et agents de l'état pour près de 50%. Ils sont suivis par les employés du secteur privés (24%), des entrepreneurs (9%), et des étudiants 8%.

Les chômeurs, élèves, sans emplois et retraités ne représentent que 9% des répondants.

Cette participation plurielle de toutes les couches socio professionnelles traduit l'intérêt que les usagers de l'identité numérique accordent à ce projet.

Quel est votre Statut actuel?

177 réponses

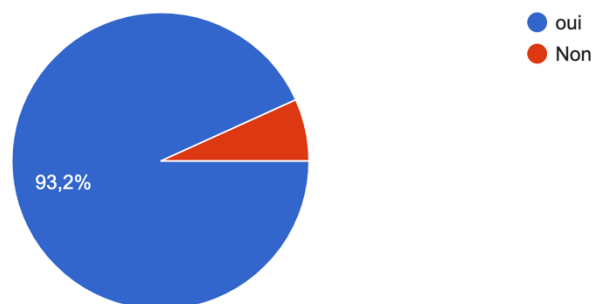


#### 4.2. Utilisation de l'identité numérique

93% des répondants confirment l'utilisation de l'identité numérique dans le cadre de leur vie privée ou professionnelle contre 7% qui prétendent ne pas l'utiliser.

Utilisez-vous une identité dans le cadre de votre vie privée ou professionnelle?

177 réponses



Les identités les plus utilisées sont par ordre décroissant :

- La carte d'identité nationale pour plus de 150 répondants
- La carte bancaire

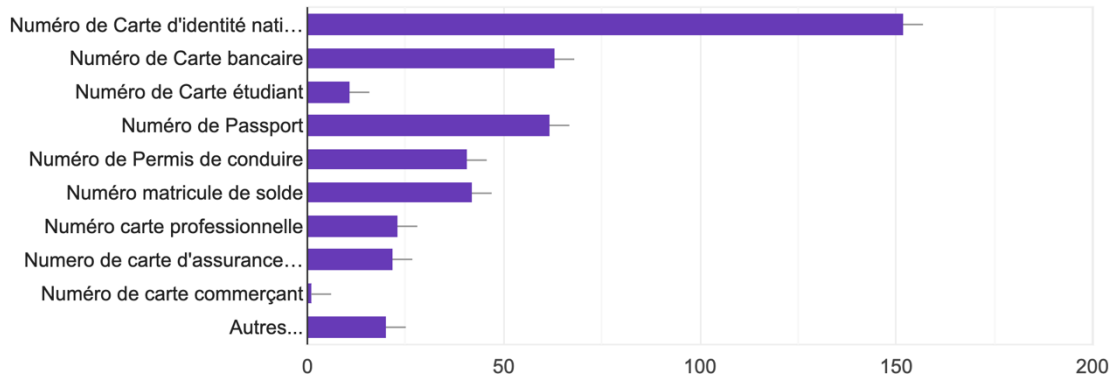
- Le numéro de passeport

Les autres identités telles que le permis de conduire, le numéro de matricule de solde, la carte d'assurance maladie, la carte d'étudiant sont utilisées à des proportions moindres.

Globalement toutes les formes d'identités sont utilisées selon les besoins et à des proportions variables.

Quels types d'identité utilisez-vous dans le cadre de votre vie privée ou professionnelle?

177 réponses

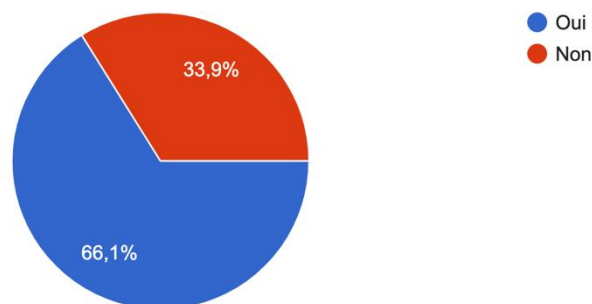


### 4.3. Connaissance de l'identité numérique

Même si près de 93% des enquêtés confirment utiliser plusieurs formes d'identités dans leur vie privée et professionnelle, seuls 66% des usagers connaissent l'identité numérique. Cette tendance traduit une utilisation inconsciente de l'identité numérique par 34% des usagers

Connaissez vous l'identité numérique?

177 réponses



### 4.4. Utilité/l'importance de l'identité numérique

Les réponses les plus fréquentes sur la question de l'importance et l'utilité de l'identité numérique sont les suivantes :

- Accéder aux services en ligne et dématérialiser les procédures
- effectuer des transactions et avoir accès à tous les services publics et privés
- Identifier de façon univoque tout utilisateur de services numériques quel que soit son moyen d'accès sur toute plateforme accessible
- Obtenir une meilleure fiabilisation et utilisation de nos données personnelles,
- Interagir avec les autres personnes via les réseaux sociaux etc.
- Permettre l'identification de l'individu en ligne ainsi que la mise en relation de celui-ci avec l'ensemble des communautés virtuelles présentes sur le Web
- Permettre aux internautes de se connecter simplement à différents services en ligne sans avoir besoin de créer plusieurs comptes ni mots de passe
- Faciliter les transactions et éviter une manipulation frauduleuse
- Disposer de statistiques fiables.
- Permettre une traçabilité des opérations ou transactions
- Eviter les fraudes,
- Assurer la sécurité des données

Cependant, parmi les répondants certains affirment ne pas connaître l'utilité et l'importance de l'identité numérique (34%)

#### 4.5. Intérêts d'avoir une identité numérique ?

- Se connecter sans avoir à créer trop de comptes, sans trop de mots de passe
- Prendre soin de son e-réputation
- Voyager avec une identité numérique
- Conserver ses documents en toute sécurité,
- Minimiser les piratages des comptes la fraude sur l'identité
- Accéder à plusieurs services en lignes avec un gain de temps et d'argent.....
- Effectuer ses transactions à distance et en toute sécurité

#### 4.6. Identifiants utilisés pour accéder à des services en ligne

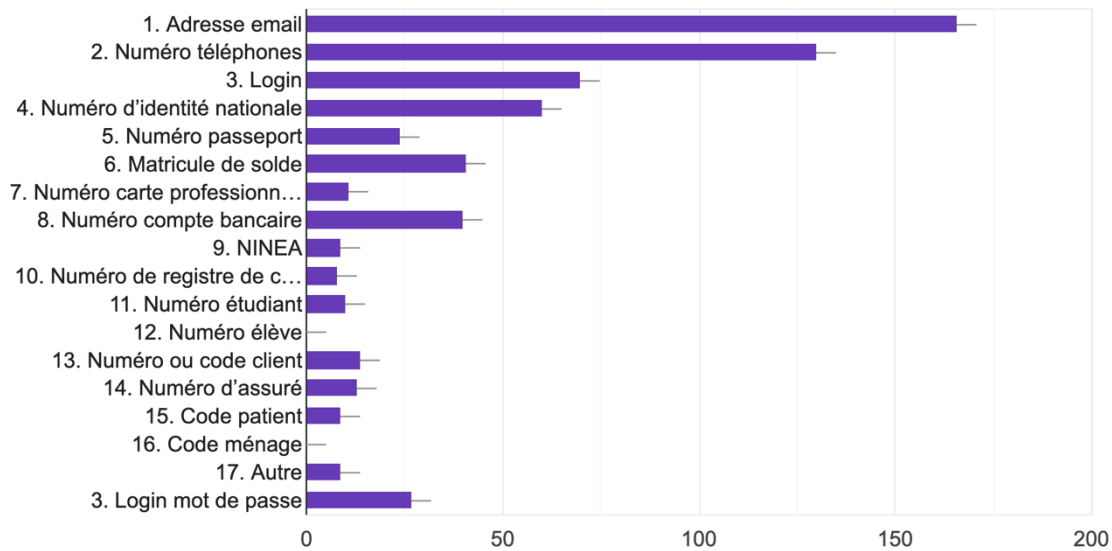
Tous les identifiants listés sur le graphique suivant sont utilisés par les usagers pour accéder à des services en ligne saufs le numéro élève et le code ménage. Cependant, le niveau d'utilisation de ces identifiants varie selon les besoins. Les identifiant les plus utilisés sont par ordre décroissant :

- L'adresse électronique
- Le numéro de téléphone
- Le login
- Le numéro d'identité nationale
- Le numéro de matricule de solde
- Le numéro de la carte bancaire

Les autres identifiants tels que le numéro de passeport, la carte professionnelle, le NINEA, carte d'étudiant etc. sont utilisés dans des proportions moindres.

## Quels sont les identifiants que vous utilisez pour accéder à des services en ligne?

177 réponses



### 4.7. Les meilleurs identifiants pour se connecter en ligne

Les usagers considèrent l'adresse électronique comme le meilleur identifiant pour se connecter en ligne (Près de 57%) suivi du login mot de passe (22%), du numéro de téléphone (12%) et de la carte d'identité nationale.

Quel est pour vous le meilleur identifiant pour se connecter en ligne?

177 réponses



### 4.8. Technologie appropriée pour une identité numérique sécurisée

Les préférences technologiques des usagers pour une identité numérique sécurisée sont par ordre décroissant :

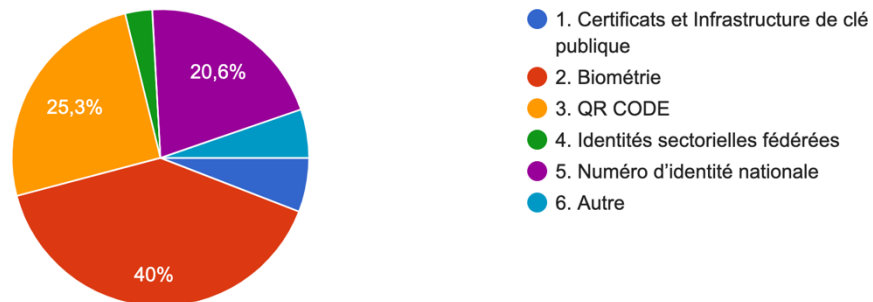
- La biométrie (40%)
- Le QR code (25%)

- Le numéro d'identité nationale (21%)

D'autres technologies telles que les **certificats et infrastructures de clé publique** et les **identités sectorielles fédérées** ne semblent pas être assez familières à certains usagers.

Selon vous, quelle technologie est appropriée pour une identité numérique sécurisée et de qualité?

170 réponses

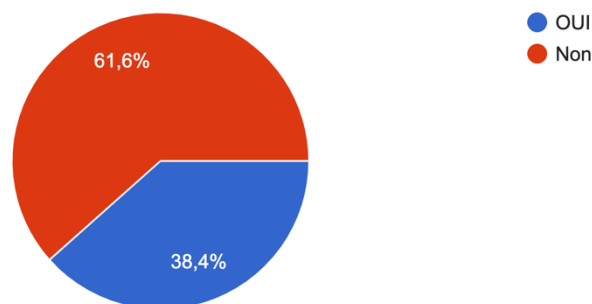


#### 4.9. Cadre juridique

Le cadre juridique tel qu'il se présente aujourd'hui est jugé incomplet et inapproprié pour l'option d'une identité numérique unique au Sénégal de l'avis de près de 62% des répondants, même si 38% autres pensent le contraire.

Jugez vous le cadre juridique complet pour l'identité numérique?

177 réponses



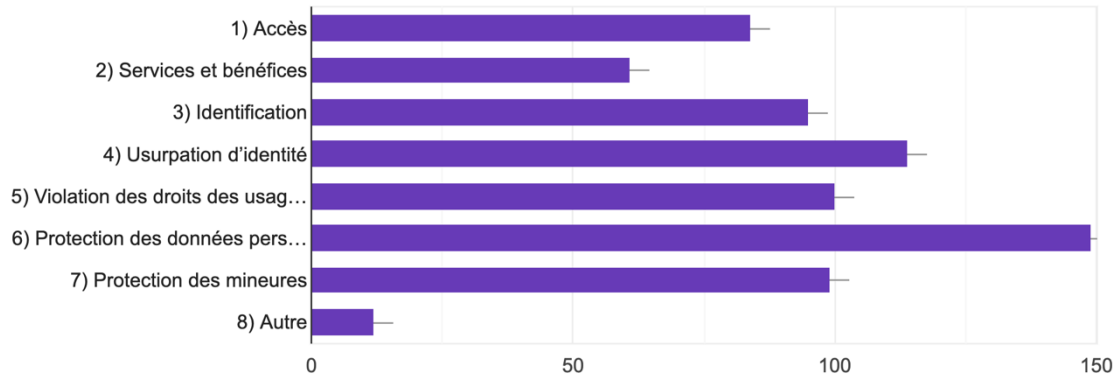
Selon les usagers, tous les domaines liés à l'identité numérique méritent un encadrement juridique plus précis. Parmi ces domaines les plus cités sont par ordre décroissant :

- La protection des données personnelles
- L'usurpation d'identité

- La protection des mineurs
- La violation des droits des usagers
- L'identification
- L'accès
- Les services et bénéfices

Quels sont selon vous les domaines liés à l'identité numérique qui méritent un encadrement juridique plus précis?

177 réponses



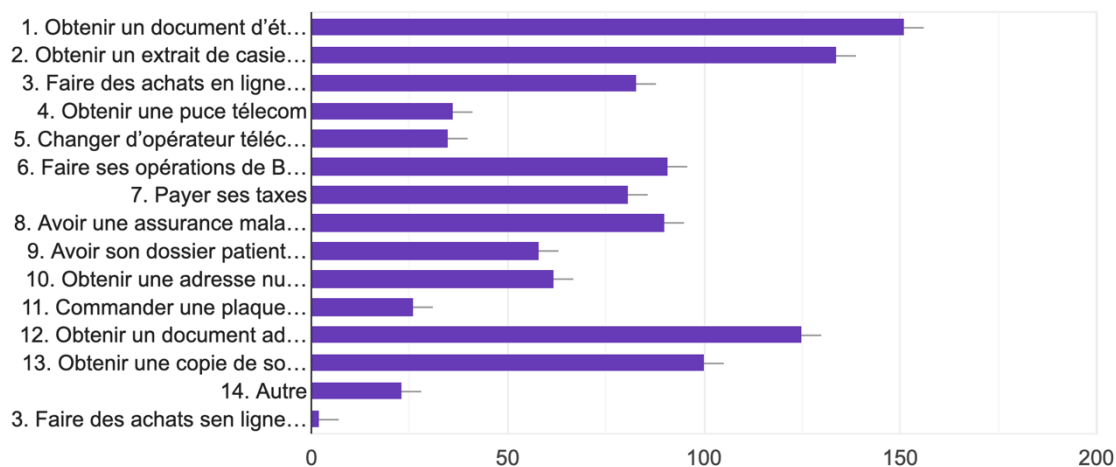
#### 4.10. Services attendus du projet d'identité numérique

Les services attendus par les usagers de l'identité numérique sont larges et divers et peuvent être résumés comme suit

- Obtenir des documents administratifs
- Effectuer des transactions (Bancaires, commerciales, services etc.) et payer ses taxes
- Obtenir une assurance maladie
- Obtenir des services en ligne (copie de son diplôme, dossier patient, adressage numérique, immatriculation de véhicule etc.)

## Quels sont les services que vous attendez de ce projet d'identité numérique ?

177 réponses



### 4.11. Attentes en termes de sécurité

- Sécuriser les données personnelles, sécurité à l'accès, protection des mineurs, confiance de tous les acteurs
- Éviter les usurpations d'identité
- Pallier les risques de vol d'identité, les opérations frauduleuses et les fuites de données personnelles
- Respecter la vie privée
- Investir dans la sécurité pour ne pas mettre les usagers en danger contre les hackers
- Sécuriser le système d'information et la conformité aux différentes normes et réglementations en vigueur par une garantie de la traçabilité et l'auditabilité des droits à tout moment.
- Assurer la fiabilité du système, le cryptage des données personnelles

Instituer une double identification et obliger les usagers à répondre aux questions de sécurité pour accéder à certains services en ligne

- Sécuriser les tentatives de faux et usages de faux en documents administratifs, commerciaux etc.
- Sécuriser les transactions

### 4.12. Attentes en termes d'opportunités

- Réduire les lenteurs administratives et la réduction des charges liées au coût de traitement des dossiers
- Croissance de notre chiffre d'affaires,

- Rapidité et sécurité des transactions,
- Diversité des services utilisant des moyens de paiement virtuels
- Une interconnexion internationale et moins de paperasses
- Gain sur le transport et le temps (Effectuer certaines activités sans se déplacer)
- Facilité d'accès aux différentes plateformes et services disponibles sur le net
- Création de nouveaux emplois dans le domaine du numérique
- Dématérialisation de certaines procédures administratives
- Faciliter l'accès aux documents importants et les échanges
- La mise en place d'un vaste écosystème autour de la notion d'identité,
- Transférer les transcrits des professeurs d'université sans que l'étudiant se déplace de même que les dossiers médicaux
- Opportunité de recherche de partenaires
- Accès aux services bancaires et administratifs
- Accessibilité de l'administration centrale,
- Opportunités de contrôle citoyen, meilleure gouvernance et meilleure gestion des bases de données
- Réduire la fracture numérique
- Opportunités de formation

#### 4.13. Attentes en termes de protection

- Sécuriser les achats en ligne mais également les données à caractère personnel, et surtout les données sensibles dont celles en santé et biométriques
- Confidentialité et protection de la vie privée
- Identifier et traquer les contrevenants pour dissuader la fraude et pour éviter les usurpations d'identité
- Etablir des lois qui pourront garantir une protection des données personnelles
- Réglementer le périmètre d'identité numérique par une double action d'identification « qui suis-je » et d'authentification « comment je prouve qui je suis ».
- Protéger les accès aux informations des utilisateurs
- Effectuer des services de maintenance du système régulièrement
- Lutter contre la cybersécurité et la cyber criminalité
- Donner des opportunités de recours en cas d'usurpation d'identité ou de fraude
- Protéger de façon optimale les données personnelles et les mineurs
- Voter une loi allant dans le sens de la protection des personnes, des données et des transactions

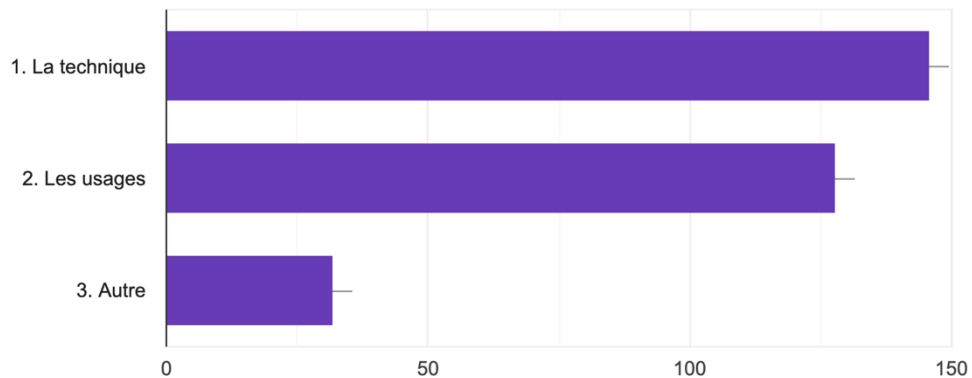


#### 4.14. Besoins en renforcement de capacités

Les usagers sont unanimement d'avis que leurs capacités nécessitent d'être renforcées aussi dans la technique que les usages.

Quelles sont les besoins en renforcement de capacités au niveau de votre organisation par rapport à l'identité numérique?

177 réponses



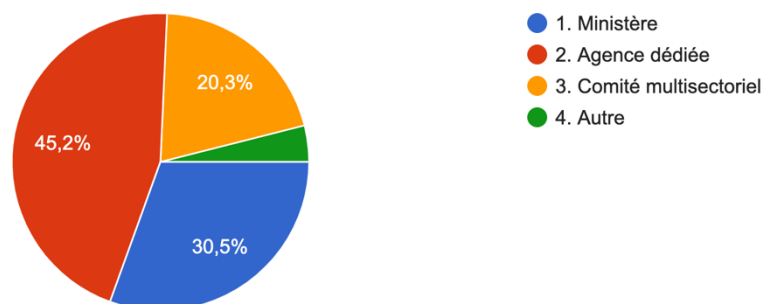
#### 4.15 Gouvernance

Selon les usagers, l'entité devant coordonner la mise en œuvre du projet d'identité numérique devra être :

- Une agence (45%)
- Le MENT (30%)
- Un comité multisectoriel (20%)

Dans l'hypothèse d'une identité numérique unique, quelle entité doit selon vous coordonner la mise en œuvre de l'identité numérique ?

177 réponses



## 5. Synthèse

Cette enquête de perception a permis de recueillir l'avis des usagers sur le contenu et l'utilité de l'identité numérique. Elle a noté participation des usagers de toutes les régions du pays et des sénégalais de la diaspora de tous âges et de tous sexes. Toutes les catégories socio professionnelles y ont participées.

Les principaux constats issus de cette enquête sont :

- Les usagers du numérique sont principalement constitués de personnes de la population active de la tranche d'âge comprise entre 25 et 60 ans.
- Il existe une fracture de l'utilisation du numérique entre les différentes régions du pays. Plus de la moitié des usagers sont des résidents de la capitale.
- Le sexe masculin est plus actif dans le numérique au Sénégal que le sexe féminin

Les résultats issus de l'enquête sont satisfaisants du fait qu'ils sont en phase avec ceux obtenus des focus groupes des usagers lors de l'atelier de formulation de la vision. On y retrouve les mêmes préoccupations en termes de protection des données personnelles, de la vie privée des mineurs, de la fiabilité et la sécurité du système. Les usagers ont aussi exprimés leurs attentes en termes de nouvelles opportunités d'emploi, de services, de rapidité des transactions, de croissance de leurs chiffres d'affaires et surtout de gains de temps et d'argent dans la recherche des documents administratifs et commerciaux.

Aussi les usagers ont souhaité voir le cadre juridique réadapté au contexte de l'évolution du numérique et les compétences renforcées aussi bien au niveau de la technique que des usages.