

MINISTRE DU DEVELOPPEMENT DE  
L'ECONOMIE NUMERIQUE ET DES POSTES

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DES ETUDES  
ET DES STATISTIQUES SECTORIELLES

## TABLEAU DE BORD DE LA SATISFACTION DES USAGERS DES SERVICES POSTAUX



## Abréviations

<b>SONAPOST</b>	:	Société Nationale des Postes
<b>DHL</b>	:	Chambre de Commerce et d'Industrie
<b>SNTB</b>	:	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
<b>SILSON</b>	:	Direction Générale des Etudes et des Statistiques Sectorielles
<b>TCV</b>	:	Transport Confort et Voyage
<b>STAF</b>	:	Société de Transport Aorema et Frères
<b>CNE</b>	:	Caisse Nationale d'Epargne
<b>SA</b>	:	Société Anonyme
<b>ARCEP</b>	:	Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes
<b>SNI</b>	:	Semaine Nationale de l'Internet et des autres TIC
<b>TIC</b>	:	Technologies de l'Information et de la Communication
<b>UIT</b>	:	Union Internationale des Télécommunications
<b>SOTRADYF</b>	:	Société de Transport Diao Yaya et Frères
<b>UPU</b>	:	Union Postale Universelle
<b>MDENP</b>	:	Ministère du Développement de l'Economie Numérique et des Postes

## **BIBLIOGRAPHIE**

- DGCIS et ARCEP France, Etude sur les pratiques et les besoins socio-économiques des utilisateurs concernant la qualité du service postal et la fourniture d'un service postal prioritaire (J+1), Juin 2011-
- Ministère de l'Economie et des Finances- Sénégal, Enquete de Satisfaction Auprès Des Usagers Des Services Financiers De La Poste. Décembre 2011
- Union Postale Universelle Communiqué De Presse  
<http://www.timbresmag.com/2014/12/01/universal-postal-union-press-release-union-postale-universelle-communique-de-presse/>
- ARCEP Burkina Faso, Observatoire du marché postal, 2è trimestre 2016.
- WIK Consult, Bilan du marché postal trois années après la libéralisation totale du 1er janvier 2011, février 2015
-

## Table des matières

<b>Abréviations</b> .....	1
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	2
<b>I. CONTEXTE GENERAL DU SECTEUR POSTAL</b> .....	4
1.1 Contexte international.....	4
1.2 Cadre législatif du secteur postal au Burkina Faso.....	4
1.3 Cadre institutionnel.....	5
1.4 Etat des lieux du secteur postal au Burkina.....	5
1.5 Objectifs de l'enquête de satisfaction.....	5
<b>II. METHODOLOGIE DE L'ETUDE</b> .....	6
2.1 Méthode de collecte des données.....	6
2.2 Questionnaires et mise en œuvre de la collecte des données.....	7
<b>III. RESULTATS DE L'ETUDE</b> .....	8
3.1 Profil des usagers enquêtés.....	8
3.1.1 Caractéristiques socio-démographiques des usagers.....	8
3.1.2 Caractéristiques socio-professionnelles.....	8
3.1.3 Répartition spatiale des enquêtés.....	9
3.2 Usage et satisfaction des services postaux.....	10
3.2.1 Usage des services postaux.....	10
3.2.2 Utilisation des envois.....	11
3.2.3 Les services financiers.....	12
3.3.4 Satisfaction des usagers des envois postaux.....	13
3.3.5 Elements d'insatisfaction.....	16
3.3.6 Satisfaction des usagers des services financiers.....	17
<b>IV. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS</b> .....	20
4.1 La modernisation de l'activité postale :.....	21
4.2 L'amélioration de la communication d'entreprise :.....	21

## **I. CONTEXTE GENERAL DU SECTEUR POSTAL**

### **1.1 Contexte international**

Le secteur postal regroupe l'ensemble des activités des services postaux (courriers, messageries, transferts de fonds) offerts par les opérateurs publics et privés. Au niveau mondial, il est coordonné par l'Union Postale Universelle. Cet organisme est l'agence spécialisée des Nations Unies chargée de la coopération entre les acteurs du secteur au niveau international et regroupe en son sein 640 000 établissements représentant 192 pays. Il joue un rôle de conseil, de médiation et de liaison et fournit, s'il y a lieu, l'assistance technique. Elle fixe les règles des échanges de courrier international et formule des recommandations pour stimuler la croissance des volumes de la poste aux lettres, des colis et des services financiers et pour améliorer la qualité de service offerte aux clients.

En 2014, l'activité a été caractérisée par 327,4 milliards d'envois de la poste aux lettres dont 3,46 milliards imputables aux envois internationaux. Pour ce qui concerne le colis, 7,38 milliards de colis ont été traités dont 101 millions relatifs aux échanges inter-Etats. Quant aux revenus postaux dans le monde, ils ont atteint 330 milliards d'USD en 2014 répartis comme suit en termes de proportion: lettres (41,8%), services financiers postaux (17,1%), colis et services logistiques (19,1%), autres services postaux (22%).

### **1.2 Cadre législatif du secteur postal au Burkina Faso**

La législation postale est composée de trois (03) lois fondamentales qui assurent au service postal l'aval de l'Etat et aux clients la garantie de la protection, de l'intégrité de leurs correspondances et du secret des transactions qu'ils font avec la poste. Ces trois lois sont : la loi postale, la loi sur l'inviolabilité des correspondances et la loi sur le secret professionnel. Ainsi :

- la loi n° 27-2010/AN du 25 Mai 2010 portant modification de la loi n°61-2008/AN du 27 Novembre 2008 portant réglementation générale des réseaux et des services de communications électroniques au Burkina Faso ;
- la loi n° 28-2010/AN du 25 Mai 2010 portant réglementation générale des activités postales au Burkina Faso ; cette dernière a consacré la libéralisation partielle du secteur ainsi le choix de la SONAPOST comme l'opérateur postal désigné. elle a aussi favorisé l'émergence d'opérateurs privés ;

- la prise des décrets d'application des lois ci-dessus.

### 1.3 Cadre institutionnel

Au plan national, le suivi et la coordination de la mise en œuvre de la politique postale de l'Etat sont assurés par le Ministère en charge des TIC et des postes. L'exercice d'activités postales est soumis à une demande d'agrément délivrés par l'autorité de régulation des communications électroniques et des postes. Dans le champ postal opèrent deux types d'opérateurs agréés dont les activités couvrent les sphères national et international. Ce sont :

- l'opérateur historique : la Société Nationale des Postes (SONAPOST). Cette structure est la plus vieille et la plus grande des établissements exerçant des activités postales au Burkina Faso ;
- les opérateurs privés : au nombre de quinze (15) à la date du 30 mai 2016. Ce sont : Chronopost, DHL, SNTB, SILSON, TCV, Rakieta, STAF, Faso Mail Express, Air Burkina, GETMA, TELCOM, Burval, TSR, ILS, SOTRADYF.

### 1.4 Etat des lieux du secteur postal au Burkina

Selon les données postales collectées par l'ARCEP portant sur le second trimestre de 2016, on peut retenir les résultats principaux suivants :

- les opérateurs postaux ont traité 596 381 envois postaux dont 565 259 correspondances et 31122 colis ; ces envois sont constitués de 91% d'envois intérieur et 9% d'envois internationaux ;
- au niveau international, la répartition des 25 476 envois postaux est composée de 8 051 colis postaux et 17 425 correspondances ;
- le chiffre d'affaire consolidé des opérateurs pour le trimestre concerné s'est élevé à 1 569 968 544 FCFA pour un total de 1243 emplois créés ;
- les investissements réalisés dans le secteur ont atteint 73 536 442 F.CFA.

### 1.5 Objectifs de l'enquête de satisfaction

Au Burkina Faso, des milliers de clients utilisent chaque année le service public qu'est la poste pour diverses raisons (sociales, économiques,...). Pour la gouvernance du

secteur postal, le ministère en charge des postes se fixe entre autres pour objectifs : (i) de réduire les inégalités d'accès des populations aux services postaux modernes et promouvoir les offres de services adaptées afin de contribuer au développement socio-économique (ii) de développer l'offre de services postaux universels de qualité, efficaces et accessibles à toutes les couches de la population et contribuer à leur inclusion financière. Pour atteindre ces objectifs, l'organisation d'une enquête de satisfaction des usagers permet de disposer d'informations à même d'orienter l'action du département ministériel en charge du secteur postal. Ainsi, au travers de cette collecte de données, il s'agit :

- d'évaluer la satisfaction des clients des opérateurs postaux légalement reconnus sur ses activités traditionnelles (lettre, paquets et colis) ;
- d'évaluer la satisfaction des clients des services financiers postaux.

Pour les besoins de comparaison, les résultats obtenus ont souvent été comparés à ceux de deux études similaires menées respectivement en France en 2011 et intitulée "Etude sur les pratiques et les besoins socio-économiques des utilisateurs concernant la qualité du service postal et la fourniture d'un service postal prioritaire" et au Sénégal dénommé "enquête de satisfaction auprès des usagers des services financiers de la poste" réalisée en 2013.

## **II. METHODOLOGIE DE L'ETUDE**

### **2.1 Méthode de collecte des données**

Pour cette étude, l'on ne disposait pas d'une base de sondage. Pour des raisons pratiques, on a choisi un échantillon par convenance c'est-à-dire que les usagers ont été enquêtés selon la facilité qu'on avait à les atteindre. Les lieux de collecte furent les points de contacts des opérateurs postaux.

Les localités ciblées sont : Ouagadougou, Bobo Dioulasso, Koudougou, Tenkodogo, Ouahigouya, Dédougou, Dori, Fada N'Gourma et Banfora. Elles ont été choisies selon leur importance économique et démographique (chefs-lieux de régions) et selon le budget disponible pour l'enquête. Au total, 1935 individus ont été interrogés selon la répartition suivante :

Tableau 1 : échantillon de collecte

Localités	Taille souhaitée	Taille obtenue	Taux de réponse
Ouagadougou	1000	878	87%
Bobo Dioulasso	400	418	100%
Koudougou	100	100	100%
Tenkodogo	100	102	100%
Ouahigouya	100	70	70%
Dédougou	70	100	70%
Dori	100	100	100%
Fada N’Gourma	99	100	99%
Banfora	98	100	98%

Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

## 2.2 Questionnaires et mise en œuvre de la collecte des données

Le questionnaire a porté sur diverses rubriques comme les caractéristiques des personnes enquêtées, leur opinion sur les différents services postaux (envois postaux, services financiers,...),....

Pour la collecte terrain, vingt enquêteurs ont été mobilisés sur une période de dix jours. Elle fut mobile, c’est-à-dire réalisée avec des appareils électroniques (IPAD, tablette,...). Le mode d’entretien utilisé est le face à face. Le questionnaire de collecte a été déployé sur ces outils via l’application CsEntry. Ce mode de collecte a permis de réaliser des gains de temps (pas de phase de saisie). Le traitement des données a été réalisé avec le logiciel SPSS.

Un programme de contrôle de qualité a permis de détecter et corriger les incohérences.



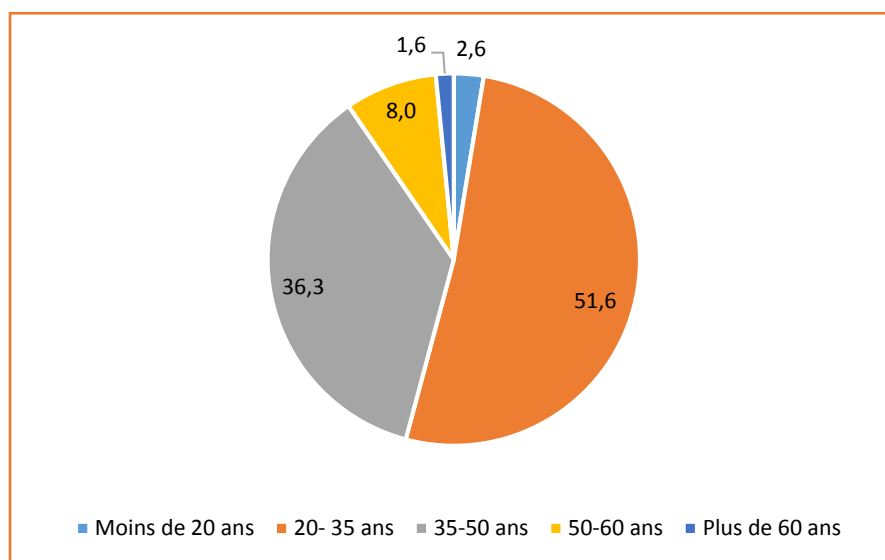
### III. RESULTATS DE L'ETUDE

#### 3.1 Profil des usagers enquêtés

##### 3.1.1 Caractéristiques socio-démographiques des usagers

L'enquête sur la satisfaction des usagers des services postaux a concerné 1935 individus, ce qui correspond à un taux de réponse de 92,14% car la taille de l'échantillon était fixée à 2100. Parmi ces enquêtés, on compte 37,1% de femmes et 62,9% d'hommes. On note la prédominance des hommes par rapport aux femmes, ce qui est contraire aux caractéristiques démographiques du pays selon lesquelles les femmes sont majoritaires. De plus, les clients ont majoritairement entre 20 et 35 ans (51,6%), puis entre 35 et 50 ans (36,3%).

Graphique 1 : répartition par tranche d'âge des usagers



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

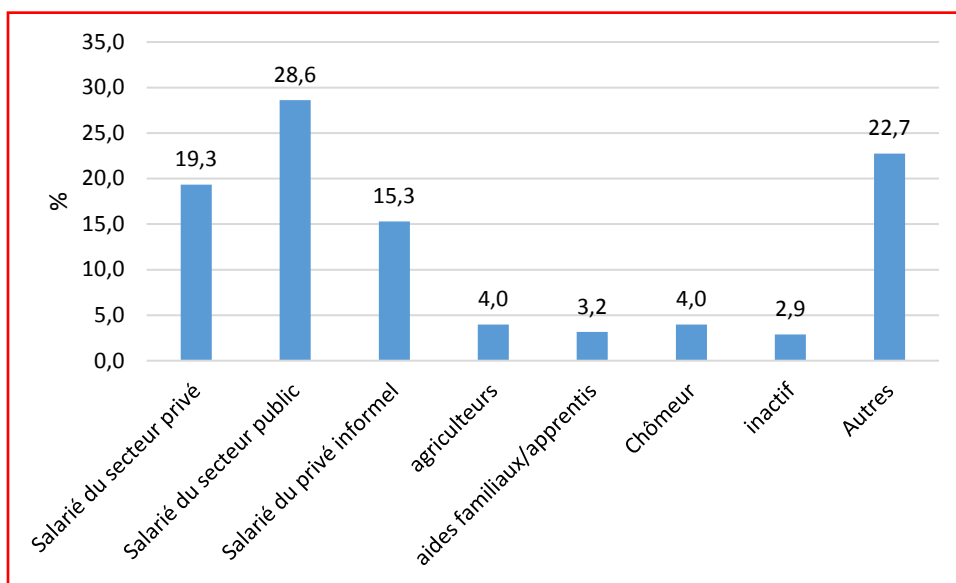
##### 3.1.2 Caractéristiques socio-professionnelles

Les activités postales (colis, courriers, services financiers,...) sont étroitement liées à l'activité économique. Ainsi, 28,3% des clients sondés sont des travailleurs de l'administration publique, 19,3% sont des salariés du secteur privé formel et 15,3% du secteur privé informel. On y observe une forte proportion d'individus (élèves, étudiants,...) qui ne relèvent pas du milieu salarial (22,7%) et très peu d'agriculteurs (4%).

La forte présence de salariés des secteurs privé et publique et la faible proportion d'agriculteurs pourraient s'expliquer par : (i) la tenue de la collecte de données en

milieu urbain (ii) la nature de l'activité postale qui semble plus adaptée aux besoins du monde salarié qu'à celui du monde rural.

Graphique 2 : Répartition socio-professionnelle

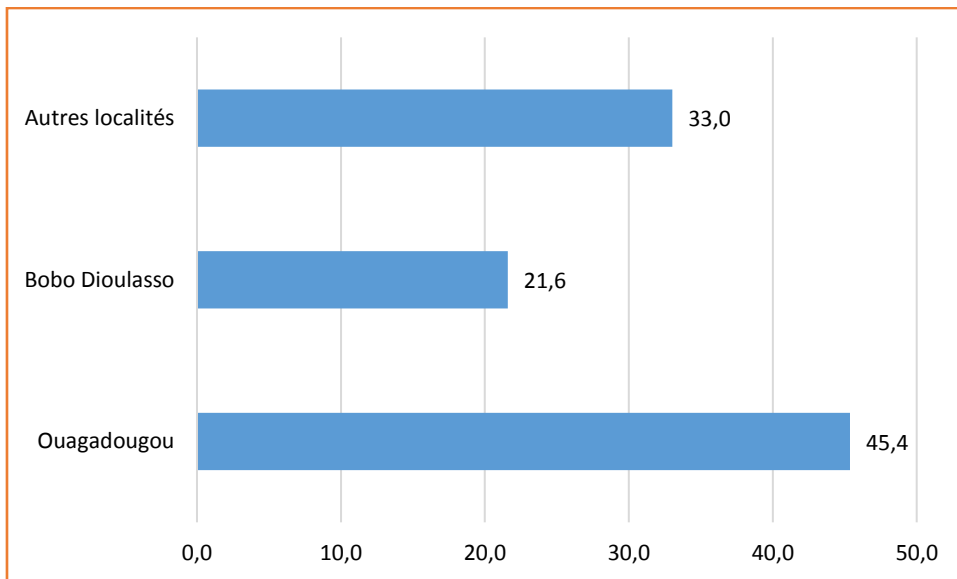


Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

### 3.1.3 Répartition spatiale des enquêtés.

Pour ce qui concerne la répartition géographique, 45,4% des clients ont été interrogés à Ouagadougou, 22,6% à Bobo Dioulasso et 33% dans les "autres localités" (Koudougou, Banfora, Ouahigouya, Tenkodogo, Dori, Dedougou et Fada N’Gourma). La proportion de femmes enquêtées est plus élevée à Ouagadougou (42,1%) que dans les "autres localités" (36,5%) et Bobo Dioulasso (27,3%).

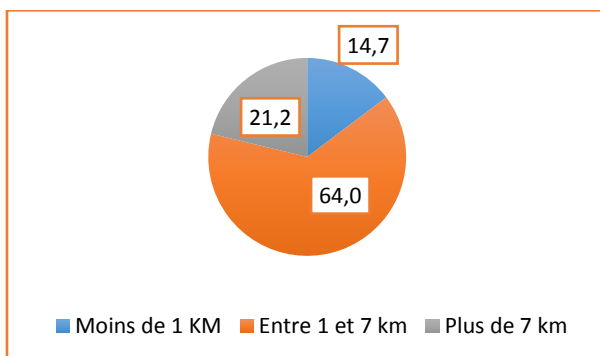
Graphique 3 : Répartition selon la localité



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

La distance parcourue mesure le trajet moyen parcouru par le client pour atteindre le lieu de service postal. La norme internationale en matière d'accessibilité des centres postaux stipule que le client ne devrait pas parcourir plus de 7 km pour accéder à un bureau de poste. Seuls 21,2% des clients ont parcouru plus de 7 km pour atteindre un point de contact. Cet excellent score est à nuancer car les localités visitées sont les plus nanties en structures postales. De plus, à Bobo Dioulasso, seconde ville du pays on trouve la plus grande proportion d'individus ayant effectué plus de 7 km, soit (32,1%) contre 21,5% à Ouagadougou et 13,8% dans les "autres localités".

Graphique 4 : distance au point de contact



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

## 3.2 Usage et satisfaction des services postaux

### 3.2.1 Usage des services postaux

Les services postaux concernés par la collecte de données sont : les envois et les services financiers. Pour ce qui concerne leur fréquence d'utilisation, 17,6% des clients ont utilisé ces services au plus 2 fois, 30,2% entre 3 et 5 fois et la majorité des clients (52,1%) plus de 5 fois. Cette tendance se confirme dans les villes de Ouagadougou (56,6%) et Bobo Dioulasso (68,6%). Par contre dans les "autres localités", seuls 35% des usagers ont utilisé les services postaux plus de 5 fois ces douze (12) derniers mois. La fréquence plus élevée de clients qui ont utilisé les services postaux plus de 5 fois dans les deux plus grands centres urbains pourrait s'expliquer par l'activité économique qui y est plus forte.

Par ailleurs, les structures dans lesquelles les services postaux ont été utilisés comprennent entre autres : Chronopost (4,1%), DHL (3,4%), SNTB (0,9%), la SILSON (0,4%), TCV (4,2%), Rakieta (4,8%), STAF (14,8%), Faso Mail Express (0,2%), Air Burkina (0,7%) et Sonapost (70,3%),...

### *3.2.2 Utilisation des envois*

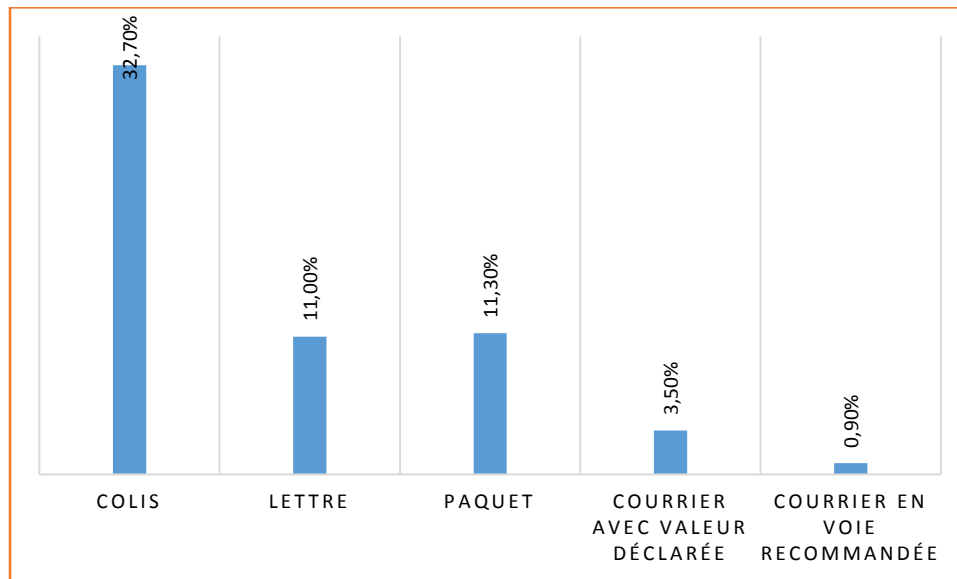
Un envoi est un document ou marchandise emballé et confié à l'opérateur pour être remis à un destinataire indiqué.

Parmi les envois, on distingue :

- la lettre : c'est une correspondance écrite ;
- le colis : c'est un envoi de documents ou de marchandises avec ou sans valeur commerciale dont le poids est relativement élevé ;
- le courrier avec valeur déclarée : C'est un envoi postal assuré à concurrence de la valeur déclarée par l'expéditeur contre les risques de perte, de vol, ou de détérioration ;
- le paquet : C'est un envoi postal contenant des documents ou de la marchandise dont le poids est inférieur à 5Kg ;
- le courrier recommandé : c'est un envoi postal garanti forfaitairement contre les risques de perte, vol ou détérioration et il est délivré à l'expéditeur une preuve de dépôt.

Durant les douze derniers mois, qui correspondent à la période de référence de l'étude, la fréquence d'utilisation des envois a produit les résultats suivants : le colis (32,7%), le paquet (11,3%), la lettre (11%), le courrier avec valeur déclarée (3,5%) et le courrier en voie recommandée (0,9%).

Graphique 5 : Usage des envois postaux



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

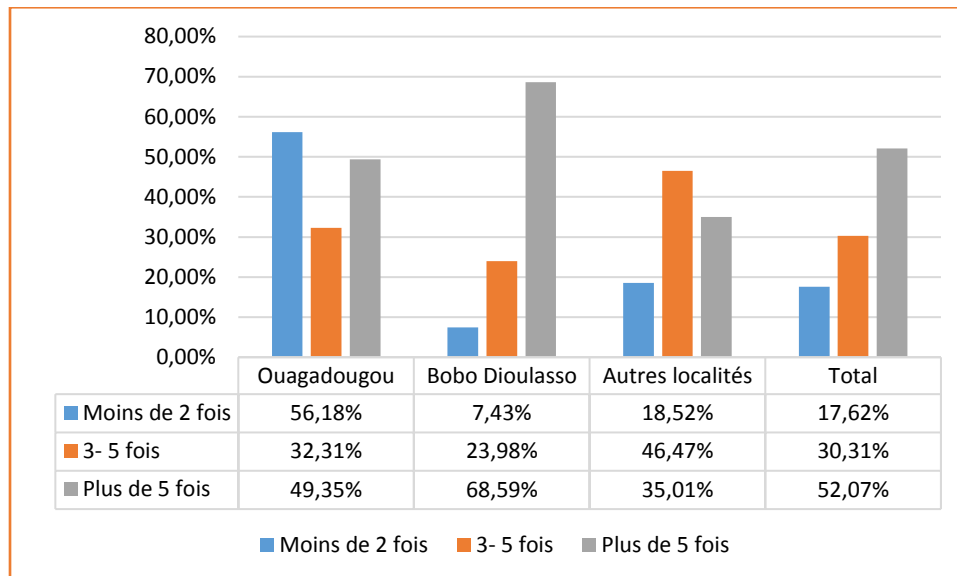
L'analyse de l'utilisation des colis révèle que celui-ci est plus utilisé par les agents du secteur privé (43,5%) que par les autres usagers (travailleurs du secteur public, agriculteurs, chômeurs, ...). Cela pourrait s'expliquer par la nature des activités de ce secteur qui nécessite l'usage de ce service.

### 3.2.3 Les services financiers

Les services financiers de la poste concernent le transfert d'argent, l'épargne, et les chèques postaux. Durant les douze derniers mois, 72,2% des usagers interrogés ont utilisé ces produits.

La prédominance des services financiers postaux par rapport aux envois s'explique par la mutation qu'a connue l'activité postale depuis l'essor des TIC. Cela s'est caractérisé par une baisse progressive du volume des envois notamment les correspondances. Cette baisse des envois est attestée par les statistiques mondiales publiées par l'Union Postale Universelle.

Graphique 6 : Fréquence d'utilisation des services postaux



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

Pour ce qui concerne les services postaux financiers, seul le transfert d'argent est offert par tous les opérateurs. Les autres produits financiers comme le compte courant postal, le compte d'épargne sont l'apanage de l'opérateur désigné qui est la Sonapost. Durant les douze derniers mois, 39,3% des usagers ont eu recours au transfert d'argent.

Pour les produits financiers spécifiques de la Sonapost, il ressort que les plus utilisés sont : le compte courant postal (10,1%), le compte d'épargne (63,4%) ainsi que les autres produits (le change, certification d'avoir, mandat postal, cartes Africards,...) (7,2%).

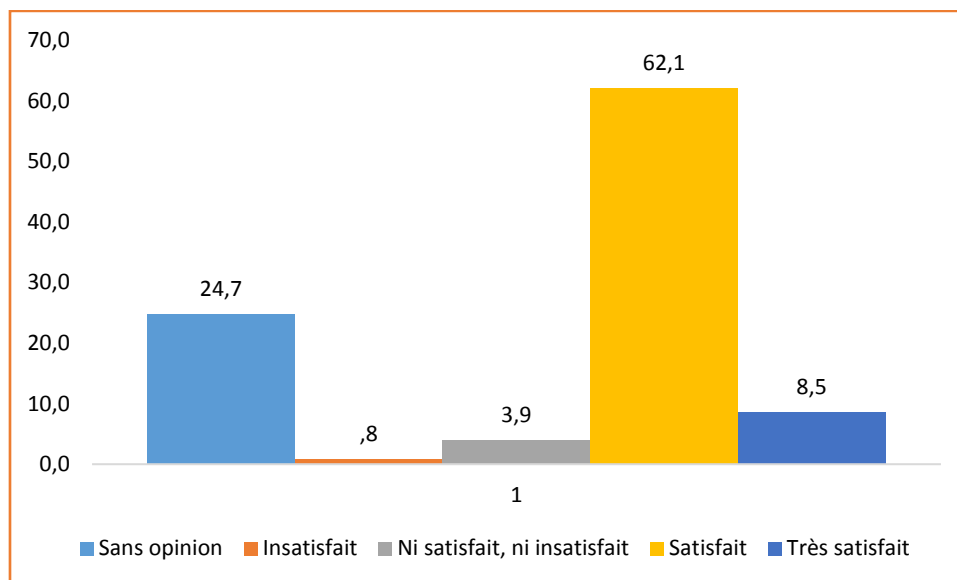
De plus, 61,2% des usagers possèdent au moins un compte auprès d'autres structures financières. Cette statistique est plus élevée chez les salariés du secteur public (87,8%) et du secteur privé formel (83,2%) que chez les individus du secteur privé informel (55,8%) et les agriculteurs (9,3%). Cette situation pourrait s'expliquer par le besoin de crédit qui n'est pas satisfait par les services financiers postaux pour le moment.

### 3.3.4 Satisfaction des usagers des envois postaux

La satisfaction mesure le rapport entre les attentes de l'utilisateur et son ressenti après la consommation du service. Pour cet indicateur global, 76,3% des personnes sondées sont au moins satisfaites par la prestation globale des opérateurs postaux. Une étude similaire menée en France en 2011 auprès de particuliers produit un résultat de

68,9%. Cependant, une minorité de clients (15,1%) ne se prononcent pas sur la satisfaction tandis que l'on constate 7,1% d'indécis.

Graphique 7 : Satisfaction globale des usagers des services postaux



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

L'analyse selon les localités montre que cet indicateur est plus élevé dans les "autres localités" (80,9%), qu'à Bobo Dioulasso (75,7%) et Ouagadougou (71,8%). Cela pourrait s'expliquer par le fait que les usagers des grands centres urbains sont plus exigeants en matière de qualité que ceux des centres urbains moyens ou petits. L'offre de service étant plus variée, les usagers de Ouagadougou et Bobo Dioulasso ont plus de possibilités de faire des comparaisons et d'apprécier. Par ailleurs, les points de contact des grands centres urbains semblent connaître une plus forte affluence que celles des localités plus petites, ce qui accroît la pression sur les prestataires et impacte négativement la qualité de services.

Les clients ayant envoyé ou réceptionné des colis (32,8%) exhibent une satisfaction plus élevée (78,8%) que l'échantillon global (76,3%).

De façon désagrégée, les indicateurs de satisfaction mesurés pendant la collecte de données sont :

✓ La rapidité : c'est le délai d'exécution de la prestation demandée par le client. 66% des clients sont au moins satisfaits (satisfaits ou très satisfaits) par la rapidité des services postaux. Cette statistique vaut 70,2% à Ouagadougou, 46,6% à Bobo Dioulasso et 71,9% dans les autres localités. Pour ce paramètre, les agriculteurs sont

plus satisfaits (52,3%) suivis par les travailleurs de l'administration publique (68,2%), les travailleurs du secteur privé (66,5%).

- ✓ La sécurité : c'est la capacité à garantir les envois et réceptions postaux contre les risques de pertes, de détérioration et de spoliations.

72,4% des usagers sont au moins satisfaits par le niveau de sécurité des services postaux. Pour l'acheminement des colis, 73,5% des clients sont au moins satisfaits par le niveau de sécurité. Cette proportion est moins élevée que celle de l'étude de référence conduite en France pour le même produit (82,6%). Pour ce qui concerne la lettre, service utilisé par 11% des usagers les douze derniers mois, 69,5 % d'entre eux sont au moins satisfaits. Cet indicateur est inférieur à celui obtenu en France pour le même produit (82,5%).

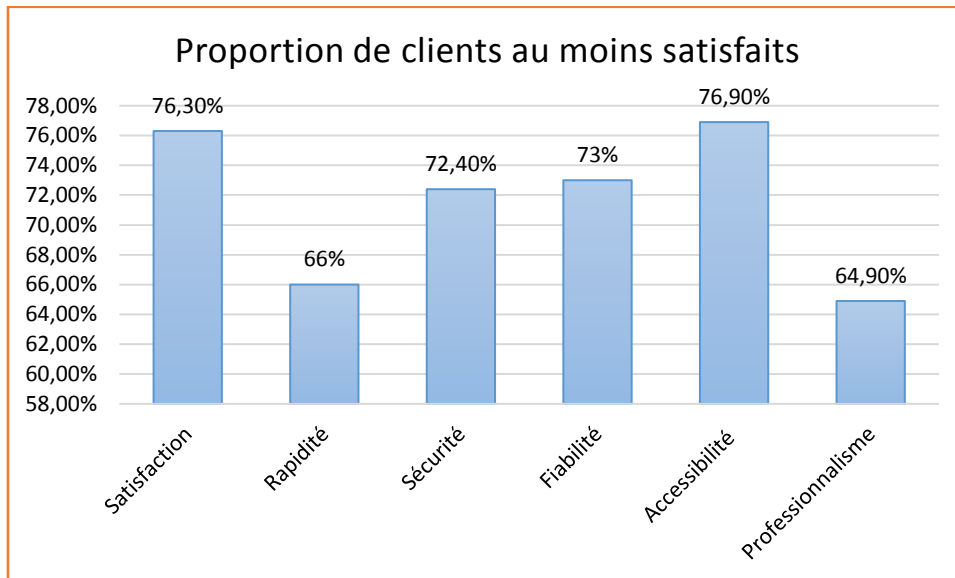
Tableau 2 : Résumé des indicateurs

Indicateurs	Proportion de clients au moins satisfaits
Satisfaction	76,3%
Rapidité	66%
Sécurité	72,4%
Fiabilité	73%
Accessibilité	76,9%
Professionalisme	64,9%

Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016



Graphique 8 : Résumé des indicateurs de satisfaction



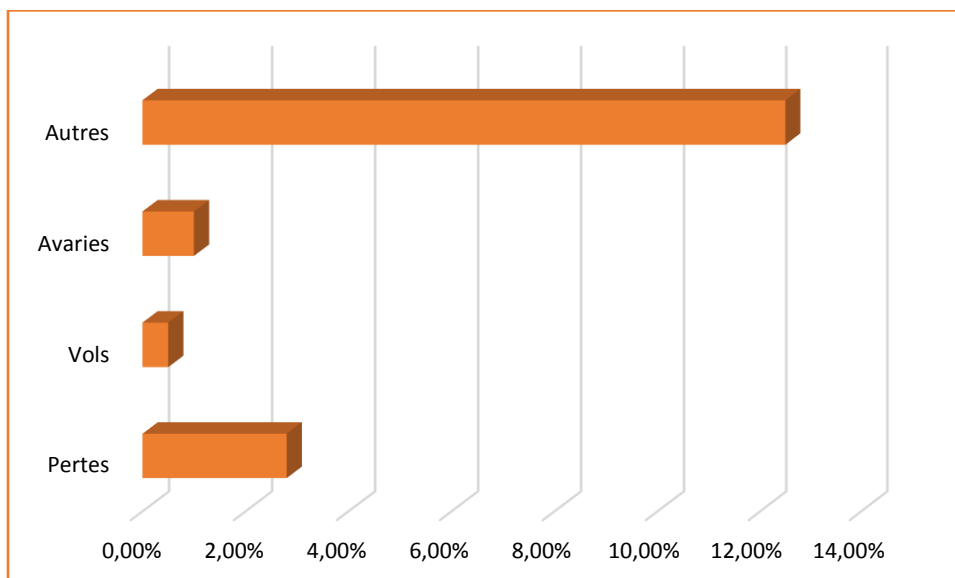
Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

On note que la satisfaction globale est plus élevée que les indicateurs de satisfaction définis dans l'étude. Cela semble indiquer que les notes de satisfaction des clients sur d'autres facteurs de satisfaction non spécifiés dans l'étude (rapport qualité-prix, délai d'attente au bureau de poste, accueil au bureau de poste,...) seraient supérieures à 76,3%.

### 3.3.5 Elements d'insatisfaction

Le taux d'insatisfaction (insatisfaits ou très insatisfaits) équivaut à 0,8%. Cela peut être dû à des réclamations. Durant la période de référence, 15,8% des sondés ont effectué au moins une réclamation auprès des opérateurs postaux portant sur les pertes (2,8%), les vols (0,5%), les avaries (1%) et sur d'autres motifs (12,5%).

Graphique 9 : Motifs de réclamation pour les envois postaux



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

Le traitement des réclamations dénote de l'importance accordée à la clientèle et une surveillance de la qualité des prestations offertes. 75,7% des personnes ayant adressé une réclamation ont déclaré être au moins satisfaites par la suite réservée à cette dernière.

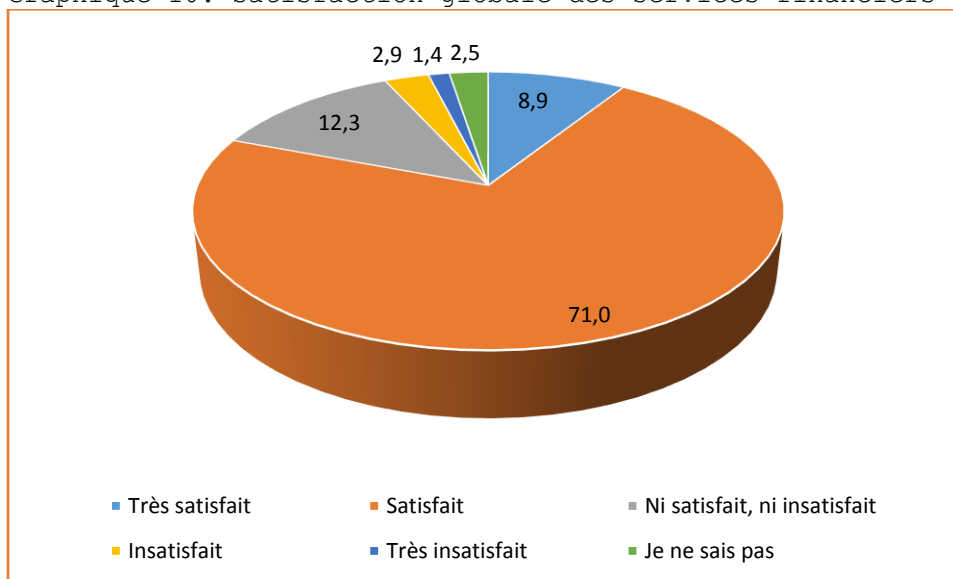
### 3.3.6 Satisfaction des usagers des services financiers.

Pour ce qui concerne les services financiers postaux, la satisfaction a porté sur la rémunération de l'épargne, l'accessibilité des services par téléphone, le coût des produits et services, le traitement des réclamations.

#### ✓ Satisfaction globale des services financiers

Pour cet indicateur, 80% des usagers ayant utilisé les services financiers les douze derniers sont au moins satisfaits. Il s'élève à 51,7% pour les clients ouagalais, 71,7% pour les clients bobolais et 88,9% pour les autres localités. C'est la même tendance qui a été remarquée au niveau des envois postaux et cela pourrait s'expliquer par les mêmes raisons que celles mentionnées plus haut (confère envois postaux).

Graphique 10: Satisfaction globale des services financiers



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

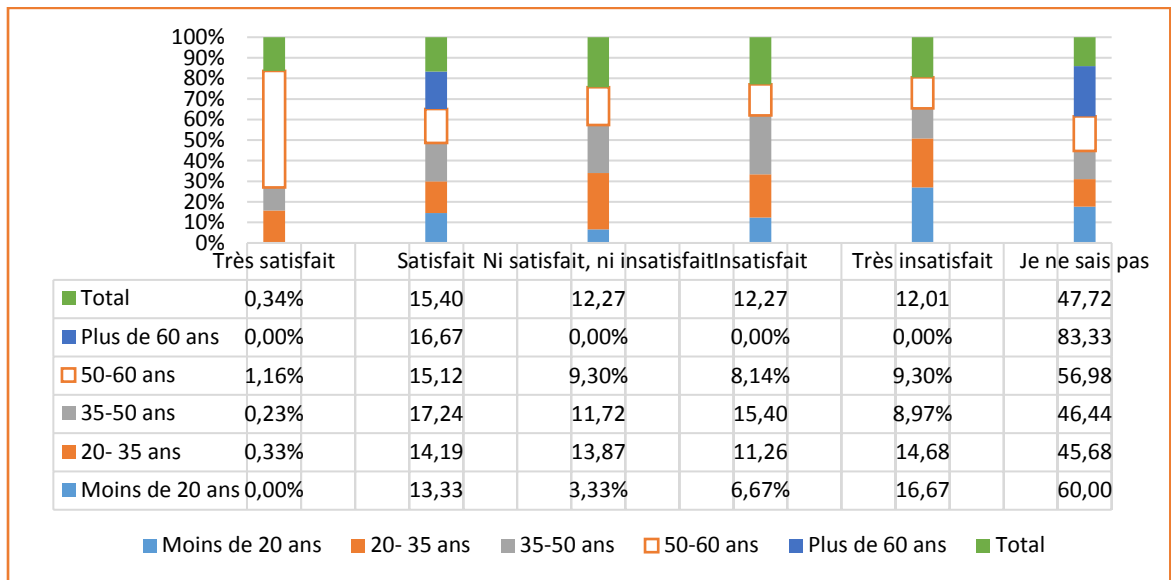
#### ✓ Rémunération de l'épargne

Pour ce produit, 56,8% des clients sont au moins satisfaits. Une étude similaire menée au Sénégal fournit 34,2% pour la même statistique. Au niveau national, il est en moyenne plus élevé dans le milieu salarié que dans celui non salarié. Les individus du milieu salarié apprécient mieux la rémunération de l'épargne au niveau de la poste qui est la plus élevée sur le marché car défiscalisée. En outre, 74,8% des détenteurs de compte d'épargne sont au moins satisfaits par le niveau de rémunération.

#### ✓ Accessibilité par internet

L'accessibilité par internet est la problématique de l'accès aux services et contenus financiers en ligne pour les usagers. Il peut s'agir des informations sur les services, consultation de solde, virement effectué au travers de plateformes en ligne. Pour cet aspect, seuls 15,7% des clients sont satisfaits et on note aussi une forte proportion d'individus ignorants cette l'existence de ce service. Dans les grands centres urbains où le taux d'accès à internet est le plus élevé du pays, ce taux n'atteint guère 24%. Chez les jeunes âgés de 20 à 35 ans, catégorie sociale la plus enthousiaste pour les TIC, il atteint seulement 14,5%.

Graphique 11 : satisfaction de l'accès à internet selon la tranche d'âge



Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

✓ Coûts des produits et services financiers

Une majorité des usagers (56,7%) estime qu'elle est au moins satisfaite par les coûts des produits et services financiers postaux. L'étude de référence au Sénégal fournit une moyenne de satisfaction de 64,2%. Il faut souligner que 21,1% des usagers desdits services ne se prononcent pas sur le sujet. Pour les détenteurs de compte courant postal, il s'élève à 61,3% tandis que 57,1% des individus ayant réalisé un transfert d'argent sont satisfaits.

Tableau 3 : Résumé des indicateurs de satisfaction des services financiers

Indicateurs	Proportion de clients au moins satisfaits
Satisfaction globale	80%
Rémunération de l'épargne	56,8%
Accessibilité par internet	15,7%
l'accessibilité par téléphone	28,9%
Coût des produits et services	56,7%
Traitement des réclamations	31,1%

Source : DGESS MDENP, Enquête postes 2016

Comme dans l'analyse des envois postaux, il ressort que la satisfaction moyenne des indicateurs ciblés par l'étude est inférieure à la satisfaction globale. Il en découle que d'autres facteurs (accessibilité physique des services, l'offre de services,...) influant sur la satisfaction n'ont pas été appréhendés par la collecte de données.

#### IV. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

L'étude sur la satisfaction des usagers des services postaux révèle les points positifs ci-après :

- ✓ La bonne couverture postale des localités couvertes par l'enquête : seulement 21,2% des usagers enquêtés ont parcouru plus de 7 km pour accéder à un point de contact. Cela a sans doute été favorisé par la libéralisation partielle du secteur et par la mise en œuvre du service postal universel en 2010.
- ✓ Une très forte satisfaction des usagers des services financiers postaux : cette dernière s'élève à 80%. Cela est d'autant plus surprenant que les services financiers connaissent une concurrence rude de la part des autres structures (banques commerciales, institution de microfinance,...).
- ✓ Une attention particulière accordée aux traitements des réclamations : cette recommandation de l'activité postale semble être suivie par les opérateurs. 75,7% des usagers sont satisfaits par la suite donnée à leurs réclamations.

Les points négatifs soulignés par l'enquête sont :

- ✓ Une assez faible satisfaction des usagers des envois postaux : elle s'élève à 76,3%, ce qui est en déca du taux de 80% relatif aux services financiers ;
- ✓ La faible intégration des TIC dans l'activité postale : en effet, 84,3% et 71,1% des usagers affirment ne pas être satisfaits par l'accès aux produits financiers au travers respectivement de l'internet et du téléphone.

A la lumière des éléments évoqués ci-dessus, deux recommandations fortes émergent :

#### 4.1 La modernisation de l'activité postale :

Cette action peut passer par les axes suivants :

- ✓ Une meilleure intégration des TIC : cela passe par l'amélioration de la connexion à internet, la création de produits innovants et la numérisation des prestations. Ce point est en parfaite cohérence avec le 3<sup>ème</sup> axe de la stratégie de Doha.
- ✓ La mise en œuvre effective du service financier décentralisé (microfinance) qui est réclamée par 4,2% des usagers ayant émis des recommandations. Cela favorisera l'inclusion financière d'un plus grand nombre de citoyens et par conséquent, améliorera le taux de bancarisation très faible, soit (13,4%) en 2014.
- ✓ l'accompagnement des autorités en charge du secteur postal en faveur des prestataires privés : cet accompagnement s'impose compte tenu de l'absence de formation professionnelle des acteurs. Elle passe par l'élaboration d'un code de déontologie et d'éthique professionnelle à même d'améliorer la qualité de services offerts.

#### 4.2 L'amélioration de la communication d'entreprise :

Elle se fera au travers de :

- ✓ campagnes de sensibilisation et d'information qui permettra de faire connaître les différents produits en particulier financiers au plus grand nombre ;
- ✓ Renforcement de la gestion de la relation avec le client : cette mesure réclamée par 2% des clients enquêtés permettra de mieux assurer ce service public.