

Évaluation des besoins et de l'usage de la connectivité dans les contextes humanitaires

Guide d'utilisation de la
boîte à outils « CoNUA »



GSMA

La GSMA est une organisation mondiale unifiant l'écosystème du mobile pour découvrir, développer et proposer des innovations fondamentales pour des environnements commerciaux positifs et un changement sociétal. Notre vision est de libérer toute la puissance de la connectivité afin que les personnes, l'industrie et la société prospèrent. Représentant les opérateurs de téléphonie mobile et les organisations de l'écosystème du mobile et des industries adjacentes, la GSMA offre à ses membres trois grands piliers: la Connectivité pour le bien, des Services et Solutions pour l'Industrie, et la Sensibilisation. Cette activité consiste notamment à faire progresser les politiques publiques, à relever les plus grands défis sociétaux d'aujourd'hui, à étayer la technologie et l'interopérabilité qui font fonctionner la technologie mobile, et à fournir la plus grande plateforme au monde pour réunir l'écosystème du mobile lors des séries d'événements MWC et M360.

Nous vous invitons à en savoir plus sur www.gsma.com



REACH est une initiative conjointe de deux organisations non gouvernementales internationales - ACTED et IMPACT Initiatives - et du Programme des Nations Unies pour les applications satellites opérationnelles (UNOSAT). Elle a pour mission de favoriser une prise de décision fondée sur les faits au niveau des acteurs de l'aide humanitaire en assurant une collecte, une gestion et une analyse efficaces des données avant, pendant et après les situations d'urgence. REACH contribue ainsi à garantir que les communautés touchées par des situations d'urgence reçoivent le soutien dont elles ont besoin. Toutes les activités de REACH sont menées dans le cadre des mécanismes de coordination de l'aide inter-agences et visent à les renforcer.

Pour en savoir davantage, visitez notre site Web : www.reach-initiative.org.

Vous pouvez nous contacter directement à : geneva@reach-initiative.org nous suivre sur Twitter : [@REACH_info](https://twitter.com/REACH_info)



Conformément à son mandat, le Groupe des Télécommunications d'Urgence (ETC en anglais) fournit des services qui permettent aux populations touchées par des crises d'accéder à des informations vitales et de communiquer grâce à la technologie.

GSMA Mobile for Humanitarian Innovation

Le programme « Mobile for Humanitarian Innovation » (la téléphonie mobile au service de l'innovation humanitaire) de la GSMA s'efforce d'accélérer la distribution et l'impact de l'aide humanitaire en élaborant un programme d'apprentissage et de recherche qui permettra d'orienter l'avenir de la réponse humanitaire numérique. Il vise ainsi à favoriser les partenariats et l'innovation pour de nouveaux services humanitaires numériques, à encourager un cadre politique favorable, à suivre et à évaluer la performance, à diffuser des informations utiles et à faire connaître les caractéristiques des expériences réussies. Ce programme bénéficie du soutien du ministère britannique du développement international (Foreign, Commonwealth & Development Office - FCDO).

Pour en savoir davantage, visitez www.gsma.com/m4h ou contactez-nous à l'adresse suivante : m4h@gsma.com

Suivez GSMA Mobile for Development sur Twitter : [@GSMAM4d](https://twitter.com/GSMAM4d)



Cette initiative a été financée par le gouvernement britannique dans le cadre d'UK aid, avec le soutien de la GSMA et de ses adhérents. Les opinions exprimées ne reflètent pas nécessairement les politiques officielles du gouvernement britannique.

Contributeurs GSMA :

Belinda Baah – précédente Insights Manager
Matthew Downer – Senior Insights Manager

Contributeur REACH :

Łukasz Kruk – Assessment Specialist

Remerciements :

La GSMA tient à remercier l'ensemble des participants à l'étude pour leur temps et leurs suggestions dans le cadre de l'essai de terrain de la présente Boîte à Outils. Nous remercions également les nombreux collègues de différentes organisations pour le temps et l'expertise qu'ils ont apportés à ce projet :

Croix-Rouge américaine, BBC Media Action, CARE, Réseau CDAC, CALP Network, Conseil danois pour les réfugiés, Groupe des télécommunications d'urgence (ETC), Fondation Grameen, Ground Truth Solutions, CICR, OIM, Comité international de secours, Internews, Joint IDP Profiling Service, Jangala, Mercy Corps, Norwegian Refugee Council, Overseas Development Institute, People in Need, Solidarités International, The Research People, Traducteurs sans frontières, United Healthcare Distributors, ULEARN, HCR, PAM.

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| Liste des sigles et abréviations | 3 |
| <hr/> | |
| 1 Introduction | 4 |
| 1.1 Origine et contexte | 5 |
| 1.2 Ce document | 5 |
| <hr/> | |
| 2 Principales considérations à prendre en compte | 6 |
| 2.1 Quand et pourquoi utiliser la Boîte à Outils ? | 7 |
| 2.2 Préoccupations et risques relevant de la protection des personnes pour l'utilisation de la Boîte à Outils | 9 |
| <hr/> | |
| 3 Principaux sujets couverts par la Boîte à Outils | 11 |
| 3.1 Couverture de réseau | 12 |
| 3.2 Enregistrement des cartes SIM et règles de vérification d'identité (KYC) | 13 |
| 3.3 Accès à la téléphonie mobile et obstacles à l'accès | 13 |
| 3.4 Argent mobile | 14 |
| 3.5 Communication avec les communautés et besoins d'information | 15 |
| 3.6 Niveau d'alphabétisation et culture numérique | 15 |
| <hr/> | |
| 4 Se préparer à utiliser la Boîte à Outils | 16 |
| 4.1 Analyse de données secondaires (ADS) et informations contextuelles | 17 |
| 4.2 Adapter les outils au contexte | 19 |
| 4.3 Groupe de discussion zéro (FGD 0) | 19 |
| 4.4 Traductions | 19 |
| 4.5 Scénarios d'utilisation | 20 |
| 4.6 Préparation de la Boîte à Outils : exemple théorique | 23 |
| 4.7 Boîte à outils ODK/Kobo | 23 |
| <hr/> | |
| 5 Analyses et rapport | 24 |
| 5.1 Nettoyage et traitement des données | 25 |
| 5.2 Analyse des données | 25 |
| 5.3 Formats de présentation et lectorat | 27 |
| <hr/> | |
| 6 Guides d'utilisation spécifiques à chaque outil | 28 |
| 6.1 Guide spécifique à l'enquête auprès des utilisateurs finaux | 29 |
| 6.2 Guide spécifique aux groupes de discussion avec les utilisateurs finaux | 33 |
| 6.3 Guide spécifique aux exercices avec des utilisateurs finaux | 36 |
| 6.4 Guide spécifique à l'enquête auprès des commerçants et guide d'entretien approfondi | 38 |
| 6.5 Guide spécifique à la cartographie des commerçants | 39 |
| 6.6 Guide spécifique à l'évaluation du marché | 40 |
| 6.7 Guide spécifique à la cartographie de la puissance du signal | 41 |

Évaluation des besoins et de l'usage de la connectivité dans les contextes humanitaires

Guide d'utilisation de la Boîte à Outils « CoNUA »

Version 2 publiée en avril 2023

Version 1 publiée en janvier 2021

Remarques préliminaires

Ce document contient des conseils et recommandations pratiques pour l'utilisation de la boîte à outils « CoNUA » (pour *Connectivity, Needs and Usage Assessment* : évaluation de la connectivité, des besoins et de l'usage) dans le cadre des enquêtes de terrain. La boîte à outils complète, ainsi que le rapport de présentation générale, sont disponibles à l'adresse URL suivante : www.gsma.com/mobilefordevelopment/conua.

Il s'agit de la deuxième itération de cette boîte à outils, qui s'appuie sur la version bêta publiée en janvier 2021. Depuis la publication de cette première version, la boîte à outils a fait l'objet de plusieurs essais pilotes, tests et déploiements par un certain nombre d'organisations partenaires dans différents contextes humanitaires. Cette seconde version a été révisée sur la base des enseignements tirés de ces expériences.

Dans l'ensemble de la boîte à outils,

l'expression « utilisateur de la boîte à outils » désigne l'agence ou l'organisation qui utilise la boîte à outils CoNUA pour réaliser une évaluation. Le terme « utilisateur final » désigne quant à lui l'« utilisateur final d'un téléphone portable et de services associés ». Cette expression désigne ainsi une personne affectée par une crise humanitaire. Le terme humanitaire le plus proche est « bénéficiaire ».

Si vous avez des questions concernant la boîte à outils, si vous l'avez utilisée ou si vous avez l'intention de le faire, n'hésitez pas à nous contacter. Vous pouvez joindre l'équipe de la GSMA à l'adresse suivante : conua@gsma.com.

Liste des sigles et abréviations

| | | | |
|--------------|--|--------------|--|
| ADS | Analyse de données secondaires | HRP | <i>Humanitarian Response Plan</i> : Plan de Réponse Humanitaire |
| BCAH | Bureau de la coordination des affaires humanitaires (OCHA en anglais) | IDI | <i>In-depth Interview</i> : entretien approfondi |
| CoNUA | <i>Connectivity, Needs and Usage Assessment</i> : évaluation de la connectivité, des besoins et de l'usage | KYC | <i>Know Your Customer</i> : Connaissance Du Client, en référence aux obligations de vérification de l'identité des clients |
| ETC | <i>Emergency Telecommunications Cluster</i> : Groupe des Télécommunications d'Urgence | ODK | OpenDataKit |
| FGD | <i>Focus Group Discussion</i> : groupe de discussion (sur un thème donné) | ORM | Opérateur de réseau mobile |
| HCR | Haut-commissariat des Nations unies pour les réfugiés | PNUAD | Plan-cadre des Nations Unies pour l'aide au développement |
| HNO | <i>Humanitarian Needs Overview</i> : Aperçu des Besoins Humanitaires | RPA | Redevabilité envers les populations affectées |
| HPC | <i>Humanitarian Programme Cycle</i> : Cycle de programme humanitaire | SIM | <i>Subscriber Identification Module</i> : module d'identification des abonnés |



01

Introduction



1.1 Origine et contexte

Des données supplémentaires sont nécessaires pour mieux comprendre la manière dont les personnes touchées par des crises humanitaires accèdent à la téléphonie mobile et l'utilisent, ainsi que les obstacles auxquels elles sont confrontées. Dans un contexte de numérisation croissante de l'aide humanitaire, il est extrêmement important que les décisions du secteur s'appuient sur des données solides concernant l'accès au numérique et l'inclusion des communautés, et non sur une connaissance anecdotique de la manière dont ces populations interagissent avec la technologie.

Il y a eu ces dernières années une augmentation régulière du nombre d'études visant à combler cette lacune. Deux projets conjoints de la GSMA et du HCR, *La vie numérique des réfugiées* et *The Digital Worlds of Displacement-Affected Communities*, figurent parmi les études qui examinent le plus en profondeur l'usage de la téléphonie mobile dans les contextes humanitaires et les déficits d'accès.

La GSMA, en collaboration avec REACH et avec le soutien du Groupe des Télécommunications d'Urgence (ou Emergency Telecommunication Cluster en anglais - ETC), a conçu la Boîte à Outils « CoNUA » (pour *Connectivity, Needs and Usage Assessment* ou évaluation de la connectivité, des besoins et de l'usage) pour permettre aux acteurs du secteur de reproduire des données. Cette Boîte à Outils s'efforce de remédier au manque général de données probantes en offrant aux acteurs humanitaires et aux principales parties intéressées des outils qui leur permettront de mesurer de façon robuste et standardisée l'accès à la téléphonie mobile et son usage, ainsi que les préférences et les compétences des populations concernées.

1.2 Ce document

Ce document fournit des conseils pour l'utilisation de la Boîte à Outils sur le terrain. Les quatre premiers chapitres présentent les considérations et les éléments clés de la mise en oeuvre d'une évaluation adaptée à l'objectif dans un contexte donné. Le cinquième chapitre contient des conseils pour l'analyse des données collectées et la présentation des conclusions. Le dernier chapitre fournit un guide d'utilisation spécifique pour chacun des huit outils qui composent la Boîte à Outils.

Lectures conseillées :

- > [La vie numérique des réfugiés](#)
- > [Apping and resilience: How smartphones help Syrian refugees in Lebanon negotiate the precarity of displacement](#)
- > [Connecting Refugees](#)
- > [Digital lives in Ghana, Kenya, and Uganda](#)
- > [Displaced and Disconnected](#)
- > [Refugee Connectivity: A Survey of Mobile Phones, Mental Health, and Privacy at a Syrian Refugee Camp in Greece](#)
- > [ICT4Refugees. A report on the emerging landscape of digital responses to the refugee crisis.](#)
- > [Internet governance in displacement](#)
- > [The untapped resource: Protecting and leveraging refugee social capital in protracted displacement](#)

02

**Principales
considérations
à prendre en
compte**



2.1

Quand et pourquoi utiliser la Boîte à Outils ?

La Boîte à Outils contient une série d'outils qui permettent d'examiner les différents aspects de l'utilisation de la téléphonie mobile à des fins humanitaires.

Comme indiqué dans le titre, ces outils peuvent être mis à profit pour réaliser des diagnostics détaillés lorsque les organisations conçoivent des interventions qui utilisent la connectivité ou la téléphonie mobile. Lorsqu'ils sont utilisés en totalité, ces outils permettent de dresser un tableau complet de l'usage de la téléphonie mobile et de son contexte dans le cadre d'une crise particulière. La Boîte à Outils facilite ainsi la prise de décision pour la mise en oeuvre de projets visant à améliorer la connectivité et l'accès à la technologie mobile ou à distribuer des produits et services qui s'appuient sur la téléphonie mobile.

Elle peut également être utilisée dans le cadre d'une évaluation pour mieux comprendre l'impact d'une intervention touchant à la connectivité ou à la téléphonie mobile. Si les données sont recueillies au moyen d'un outil standard avant et après l'intervention (de manière expérimentale ou quasiexpérimentale), les deux ensembles de données peuvent être comparés pour faire ressortir l'impact de l'intervention.

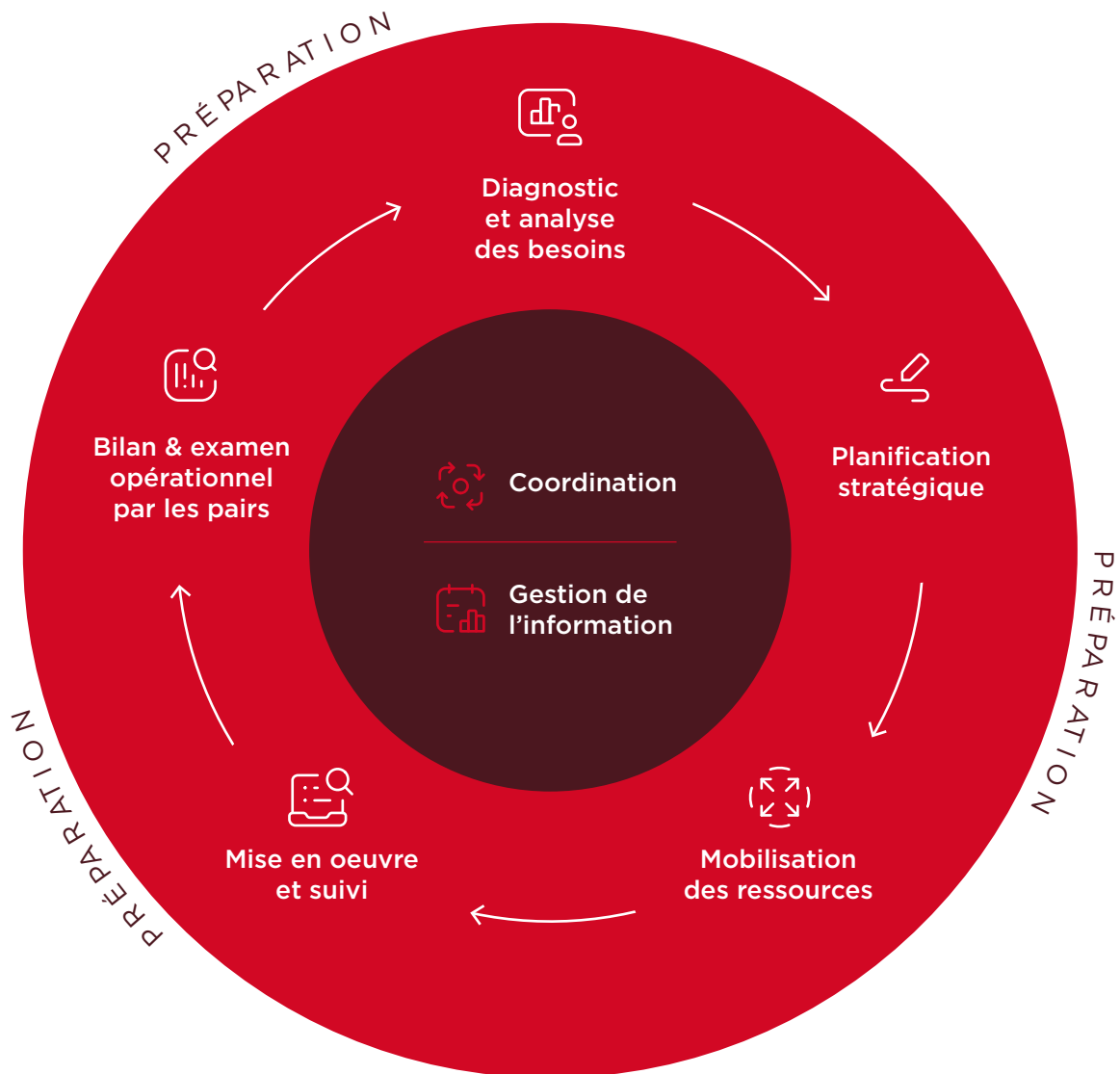
Sachant que les interventions touchant à la connectivité ou à la téléphonie mobile peuvent prendre différentes formes (mise en place d'un nouveau service, utilisation de la connectivité pour distribuer un service existant de façon plus efficace et économique, ou mise en place d'une formation au numérique, entre autres exemples), la Boîte à Outils ne comporte pas d'outil spécifique pour mesurer l'impact d'une intervention particulière. Chaque outil peut toutefois être modifié pour rendre sa portée plus spécifique. Par exemple, si l'objectif de votre intervention est de proposer des ateliers de culture numérique, les questions de l'enquête auprès des utilisateurs finaux sur la éducation numérique devraient permettre de faire ressortir une amélioration des compétences des personnes interrogées. Une question sur l'utilité des ateliers pourrait en outre être ajoutée au FGD 1.

Lectures conseillées pour la préparation de l'évaluation

- > [Needs Assessment Handbook](#)
- > [Humanitarian Needs Assessment. The Good Enough Guide](#)
- > [Handbook on Data Collection](#)
- > [Operational Guidance on Coordinated Assessments in Humanitarian Crises](#)
- > [humanitarianresponse.info - Assessment Registry](#)

Pour éviter les chevauchements ou les évaluations qui pourraient faire double-emploi, nous vous conseillons de vérifier s'il existe déjà des évaluations récentes ou en cours sur le même sujet. La GSMA publiera des liens vers les résultats connus de l'utilisation de la Boîte à Outils CoNUA sur son site web. Les organismes de coordination concernés comprennent généralement [l'OCHA](#), le [groupe de travail local sur la gestion de l'information](#) (IMWG) et [l'ETC](#).

Le cycle des programmes humanitaires



Même si l'intitulé de la Boîte à Outils met l'accent sur sa fonction d'évaluation, elle a vocation à être utilisée tout au long du cycle des programmes humanitaires.

Le [cycle de programme](#) (ou HPC pour *Humanitarian Programme Cycle* en anglais) :

- A Dans la phase de **d'évaluation** du HPC, la Boîte à Outils permet de recueillir des données standardisées sur l'usage de la téléphonie mobile dans les contextes humanitaires. Elle contribue ainsi à définir le contexte et à quantifier les besoins de certaines populations.
- B Dans la phase de **planification**, les données de la Boîte à Outils permettent de guider la conception d'interventions spécifiques et d'informer des documents stratégiques plus généraux, tels que l'Aperçu des Besoins

Humanitaires et le Plan de Réponse Humanitaire (HNO et HRP pour *Humanitarian Needs Overview* et *Humanitarian Response Plan* en anglais)

- C Dans la phase de **mobilisation des ressources**, les données recueillies permettent de mener des actions de plaidoyer et de collecte de fonds par le biais des canaux habituels (HRP ou PNUAD par exemple) ou de « flash appeals ».
- D Dans la phase de **mise en oeuvre et suivi**, les objectifs du programme/HRP sont analysés pour déterminer si les résultats souhaités sont atteints, ce qui permet d'en rendre compte et de modifier la démarche si nécessaire.
- E Dans la phase de **bilan**, la Boîte à Outils propose des questions de perception et de restitution des données pour déterminer dans quelle mesure le programme a atteint ses objectifs.

2.2

Préoccupations et risques relatifs à la protection des personnes pour l'utilisation de la Boîte à Outils

Chaque contexte humanitaire ayant des facteurs spécifiques en jeu, toute personne qui se prépare à utiliser la Boîte à Outils doit avoir la certitude préalable que cette utilisation n'engendrera pas de problème de protection pour les communautés étudiées. Il peut être judicieux d'en parler avec les équipes de l'organisation chargées de la protection ou avec des spécialistes en charge de la région ou de la population concernée par l'évaluation (au sein par exemple du [Global Protection Cluster](#) ou du programme « [Protection](#) » du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés (HCR).

Nous évoquons ci-dessous certains aspects de protection potentiellement liés à la Boîte à Outils, comme par exemple le consentement éclairé, la collecte de données ou les recommandations de protection. Sachez toutefois qu'il peut y avoir d'autres aspects à prendre en compte en fonction des communautés ou des contextes dans lesquels il est prévu d'utiliser la Boîte à Outils.

Lectures conseillées pour la protection des personnes :

- > [Protection Mainstreaming Toolkit](#)
- > [Do No Harm](#)
- > [Data Collection in Humanitarian Response Protection](#)
- > [Handbook on data protection in humanitarian action](#)

2.2.1

Consentement éclairé

Pour chaque démarche de collecte de données, il est indispensable d'obtenir un véritable consentement éclairé de la part de chacune des personnes consultées. Ce consentement éclairé est fondé sur les normes éthiques et garantit le respect des participants en tant qu'agents autonomes dans le cadre de toute activité d'évaluation.

Pour la majorité des outils de la Boîte à Outils, nous avons inclus un modèle visant à obtenir un consentement véritablement éclairé pour chaque outil. Lors de l'utilisation des outils, les utilisateurs doivent veiller à ce que cette déclaration soit adaptée à leur contexte et qu'elle soit facile à comprendre par les participants ciblés.

Les utilisateurs doivent également veiller à être totalement honnêtes quant à l'utilisation prévue des données collectées, car le non-respect de ce principe invaliderait tout consentement donné par les utilisateurs. Il est donc préférable d'indiquer d'emblée les utilisations futures potentielles (comme par exemple l'intégration des données à des articles de recherche pouvant être publiés) pour avoir la certitude de disposer d'un niveau de consentement adéquat.

2.2.2

Enregistrement des cartes SIM et règles de vérification d'identité (KYC)

Les règles générales relatives à l'enregistrement des cartes SIM et au respect des exigences de connaissance du client pour les services financiers (également appelées « KYC », de l'anglais « Know Your Customer ») varient selon les pays. Il est donc fréquent que les réfugiés ou d'autres populations affectées par des crises ne soient pas en mesure de s'inscrire à des services mobiles ou financiers en leur nom propre. C'est la raison pour laquelle les utilisateurs de la Boîte à Outils doivent veiller à ne pas collecter par inadvertance des données susceptibles d'impliquer des utilisateurs finaux, des Opérateurs de Réseaux Mobiles (ORM), des agents ou des commerçants dans des pratiques illégales. Nous conseillons de n'utiliser la Boîte à Outils que dans les communautés qui sont légalement autorisées à accéder aux services qui vous intéressent. Dans le cas contraire, vous avez toujours la possibilité de suivre les recommandations relatives à l'Analyse des Données Secondaires (ADS), la cartographie de la puissance du signal et les outils d'évaluation des marchés, mais les utilisateurs finaux ne doivent pas être interrogés sur leur utilisation de la téléphonie mobile.

En raison de ces aspects sensibles, la Boîte à Outils n'interroge pas explicitement les utilisateurs finaux sur leurs documents d'identité ou les éléments d'information utilisés pour s'inscrire à des services particuliers. La question « Sous quel nom est enregistré votre numéro de téléphone principal ? » peut toutefois servir d'indication sans pour autant signaler explicitement une pratique illégale. Il existe toutefois des contextes dans lesquels même cette question doit être évitée et les utilisateurs de la Boîte à Outils devront faire preuve de discernement à ce sujet. La série de [rapports du HCR sur les personnes déplacées](#) et déconnectées constitue un bon point de départ pour mieux comprendre les règles qui s'appliquent à votre contexte.

2.2.3

Statut légal des utilisateurs finaux

En règle générale, il est impératif de ne pas collecter de données dont vous n'avez pas besoin, en particulier des données à caractère personnel. En pratique, cela signifie que vous ne devez interroger les personnes sur leur origine ethnique ou leur statut légal que si vous avez besoin de comparer les réponses de différentes catégories de répondants. Dans le cas contraire, nous recommandons de ne pas poser ce genre de questions.

Ne posez aucune question sur le statut légal

si le fait d'avoir des catégories telles que « réfugié » ou « sans papiers » risque de signaler la présence de personnes susceptibles d'être ciblées ultérieurement par les autorités ou d'autres personnes.

2.2.4

Sécurité

La Boîte à Outils contient des questions portant sur des activités qui peuvent nécessiter des déplacements à pied pour leur réalisation, comme par exemple trouver du réseau ou charger un téléphone. Ces questions doivent être envisagées avec soin en fonction du contexte étudié, en s'efforçant de déterminer si l'activité en question est susceptible de comporter des risques pour les personnes interrogées – par exemple pour les femmes obligées de marcher de nuit dans des endroits non éclairés. Il peut être souhaitable de consulter des spécialistes de la protection, puis d'ajouter des questions complémentaires pour identifier ce problème, comme par exemple : « Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous vous déplacez à pied pour trouver du réseau ? » ou « Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous vous déplacez à pied pour aller charger votre téléphone ? ».

2.2.5

Protection des données

Toute activité qui implique de générer, stocker, analyser et communiquer des données ou des informations, et notamment des Informations Personnellement Identifiables (IPI), doit accorder une attention toute particulière à la protection de ces données. Pour rappel :

- Seules les données strictement nécessaires doivent être collectées ;
- Les données susceptibles d'être utilisées à l'encontre de personnes vulnérables ne doivent jamais être collectées ;
- Les personnes ayant accès aux données doivent être aussi peu nombreuses que possible ;
- Toutes les données doivent être anonymisées avant d'être communiquées à qui que ce soit.

2.2.6

Mineurs

La Boîte à Outils n'a pas vocation à être utilisée pour recueillir des données concernant des mineurs. Même si beaucoup de questions sont aussi pertinentes pour les mineurs que pour les adultes, les considérations relatives à la protection des données sont beaucoup plus strictes dans le cas de données concernant des enfants.

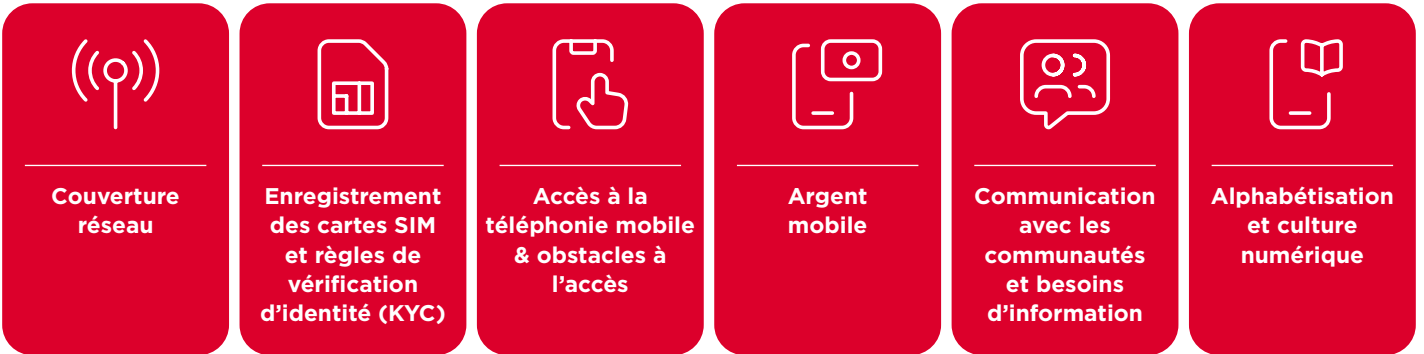
03

**Principaux
sujets couverts
par la Boîte à
Outils**



Pour faciliter l'utilisation de la Boîte à Outils, nous avons classé les outils qu'elle contient par méthode de collecte de données. Certains sujets peuvent donc apparaître dans plusieurs outils parce qu'il est souhaitable de les étudier au moyen de plusieurs méthodes en parallèle. Ainsi, s'il est préférable d'évaluer la fréquence d'utilisation des SMS au moyen de l'outil d'enquête quantitative auprès des utilisateurs finaux, les raisons et les objectifs de cette utilisation seront mieux mis en évidence par un groupe de discussion qualitatif avec des

utilisateurs finaux, tandis que les modalités précises d'utilisation pourront être observées dans le cadre d'un exercice avec ces derniers. Nous conseillons de passer en revue l'ensemble des éléments de la Boîte à Outils avant de choisir les outils devant être utilisés pour une évaluation donnée. Nous présentons ci-dessous certains des grands sujets couverts par plusieurs outils, ainsi que les principales considérations à prendre en compte pour chacun.



3.1 Couverture réseau

Pour accéder à la plupart des services mobiles, il est nécessaire d'avoir une couverture de réseau. Les informations relatives à cette couverture peuvent être collectées sous forme de données secondaires ou manuellement sur le terrain. Il est également possible d'en avoir une indication en interrogeant les utilisateurs finaux sur leur expérience en matière d'accès au réseau. Les données détaillées par les opérateurs de réseau mobile seront probablement les plus utiles pour la conception et le fonctionnement du projet, car les utilisateurs de la Boîte à Outils auront besoin de savoir quels sont les réseaux mobiles qui fonctionnent sur leur lieu d'intervention. Par conséquent, les évaluations doivent non seulement demander : « Est-ce qu'il existe une couverture de réseau mobile ici ? », mais également : « Quels sont les réseaux mobiles qui ont une couverture ici ? ».

La GSMA propose plusieurs ressources de cartographie de la couverture des réseaux et il existe également des outils externes qui permettent de mesurer la puissance du signal et la qualité du service. Certains de ces outils affichent les données collectées sur une carte, ce qui constitue une plateforme efficace pour la cartographie de la couverture.

Dans la mesure du possible et de ce qui est approprié, discutez et convenez de vos projets de test de la couverture avec les ORM partenaires et faites attention à la communication des

résultats. Les données de couverture peuvent être considérées comme des informations sensibles, notamment dans les zones de conflit, et la publication de résultats qui ne sont pas cohérents avec les informations officielles ne constitue pas forcément la meilleure manière de les diffuser. Pensez à utiliser des mentions qualificatives concernant la couverture, comme par exemple « d'après les utilisateurs », ou indiquez qu'il n'était pas possible d'utiliser certains services dans une zone donnée au lieu de faire état d'une absence de couverture.

Lectures conseillées concernant la couverture de réseau :

- > [Cartes de couverture des réseaux publiées par la GSMA](#)
- > [Cartes de couverture de la téléphonie mobile publiées par la GSMA](#)
- > [Opensignal](#)
- > [nPerf](#)
- > [Speedtest by Ookla](#)
- > [Cell audit app](#)
- > « Data for Good » de Facebook contient des [cartes de couverture des réseaux](#)

3.2

Enregistrement des cartes SIM et règles de vérification d'identité (KYC)

Comme indiqué plus haut, il est important pour des raisons de protection de ne pas collecter des informations qui pourraient associer des personnes à des pratiques illégales, comme par exemple l'enregistrement de cartes SIM ou de comptes d'argent mobile en l'absence des pièces d'identité requises. Lorsque la collecte de ces données est possible, il peut être intéressant de comparer différentes perspectives. Par exemple, la réglementation d'un pays peut permettre aux réfugiés d'enregistrer légalement des cartes SIM, mais si la majorité de la population concernée ne possède pas les documents requis, elle ne sera pas en mesure de le faire. Il est donc utile d'examiner la question de la légalité de l'accès aux services du point de vue :

1) des ORM (dans le cadre d'une analyse de données secondaires ou d'entretiens si toutes les autres possibilités ont été épuisées et que ces données sont indispensables),

- 2) des commerçants (au moyen de l'outil d'entretien approfondi avec les commerçants) et
- 3) des utilisateurs finaux eux mêmes (au moyen de l'outil d'enquête et des FGD 0, 1 et 4).

Lectures conseillées concernant l'enregistrement des cartes SIM et les règles de vérification d'identité (KYC) :

- > [Displaced and Disconnected](#)
- > [Enabling Access to Mobile Services for the Forcibly Displaced](#)
- > [Proportionate regulation in Uganda: A gateway for refugees accessing mobile services in their own name](#)
- > [ELAN Humanitarian KYC Case Studies](#)

3.3

Accès à la téléphonie mobile et obstacles à l'accès

Il existe différents types d'obstacles à l'accès aux services mobiles :

- physiques (si le service n'est pas disponible dans un endroit donné)
- économiques (si le service est trop cher)
- culturels (si le service n'est pas couramment utilisé par certains groupes)
- éducationnels (si le service exige un niveau plus élevé d'alphabétisation ou de culture numérique), et d'autres encore.

S'il est possible de quantifier ces obstacles grâce à l'outil d'enquête auprès des utilisateurs finaux (par catégorie démographique le cas échéant), ils seront toutefois mieux compris en utilisant des outils qualitatifs tels que le FGD 1 et les exercices pour utilisateurs finaux. Vous pourrez également obtenir des renseignements complémentaires (concernant notamment les obstacles physiques et économiques) en utilisant les outils « Commerçant », « Évaluation du marché » et « Cartographie de la puissance du signal ».

Lectures conseillées concernant les obstacles à l'accès

- > [Indice de connectivité mobile de la GSMA : 2020](#)
- > [The humanitarian 'digital divide'](#)
- > [La vie numérique des réfugiés](#)

3.4 Mobile money

Pour être considérés comme un service de mobile money au sens de l'outil de suivi « [Mobile Money Deployment Tracker](#) » de la GSMA, les services financiers utilisant la téléphonie mobile doivent répondre aux critères suivants :

- le service implique d'utiliser un téléphone portable pour transférer de l'argent et recevoir ou effectuer des paiements ;
- le service doit être accessible aux personnes non bancarisées, c'est-à-dire aux personnes qui ne disposent pas d'un compte formel auprès d'une institution financière ;
- le service doit offrir un réseau de points de service physiques (pouvant inclure des agents, des succursales non bancaires et des distributeurs automatiques) qui rendent le service largement accessible à tous ;
- les services bancaires ou de paiement qui utilisent la téléphonie mobile comme un simple canal complémentaire pour accéder à des produits ou services financiers traditionnels, comme Apple Pay ou Google Wallet, ne sont pas inclus.

Lorsqu'il est envisagé d'utiliser des services de mobile money comme mécanisme de distribution des transferts monétaires, il est indispensable au préalable d'analyser la manière dont ces services sont utilisés et la maturité de l'écosystème de du mobile money dans le contexte concerné. Un programme de transferts monétaires utilisant le mobile money aura des chances de succès plus importantes s'il peut s'appuyer sur des infrastructures et des pratiques existantes. La première étape de la planification d'un programme de cette nature doit donc consister à analyser le contexte des opérations sous différents angles. L'accès au mobile money, son utilisation et les obstacles à son utilisation sont couverts dans l'ensemble des outils. Ces aspects sont indiqués en vert pour être facilement supprimés lorsqu'ils ne sont pas nécessaires ou conservés en priorité pour les évaluations portant sur les services de mobile money.

La Boîte à Outils se veut succincte et largement applicable. Elle ne contient donc pas de questions approfondies pour évaluer le niveau de culture financière des bénéficiaires. La question « Quel est votre niveau d'études ? » peut être considérée comme un indicateur de cet aspect, mais si l'évaluation du niveau de culture financière est une

priorité pour votre évaluation, nous vous conseillons d'utiliser d'autres outils pour obtenir des données plus précises.

Les questions relatives au mobile money peuvent également être précisées. Dans le cas par exemple de la question « À quoi vous sert le compte de mobile money ? », la réponse « Recevoir une aide monétaire » peut être remplacée par des réponses plus spécifiques, comme par exemple : « Recevoir une aide monétaire de [nom d'une organisation humanitaire] », « Recevoir une aide monétaire d'autres organisations humanitaires » et « Recevoir une aide monétaire des autorités locales ou nationales ».

Dans certains endroits, il peut exister plusieurs services de mobile money. En raison des contraintes d'espace, les questions relatives à leur utilisation n'apparaissent qu'une seule fois dans la Boîte à Outils, ce qui revient à combiner les réponses relatives à chaque système. Cependant, si un niveau de détail supplémentaire est nécessaire, en vue par exemple de comparer la popularité de chacun des systèmes, ces questions peuvent être posées séparément pour chaque service de mobile money.

Il convient enfin de noter que les éléments de la Boîte à Outils portant sur le mobile money n'ont pas vocation à constituer un outil complet d'évaluation de la faisabilité du mobile money comme mécanisme de distribution de l'aide monétaire. Les questions qui sortent du champ d'application de la Boîte à Outils, comme par exemple celles qui se rattachent à l'évaluation traditionnelle des programmes de transferts monétaires, doivent être traitées au moyen d'autres outils d'évaluation.

Lectures conseillées concernant le mobile money

- > [Cash Delivery Mechanism Assessment Tool](#)
- > [Cash in Emergencies Toolkit](#)
- > [Boîte à Outils pour la qualité des programmes](#)
- > [Les transferts monétaires mobiles : Considérations de base pour les professionnels du secteur humanitaire](#)
- > [GSMA Mobile Money Metrics](#)
- > [Mobile money assessment and contracting guide and Question Guide: Assessing Your Operator](#)
- > [Seeking Solutions: New Roles For Technology In Cash And Voucher Programs](#)

3.5

Communication avec les communautés et besoins d'information

La communication est un sujet d'intérêt manifeste et une raison fréquente d'envisager une évaluation de la connectivité. La Boîte à Outils n'a pas vocation à se substituer aux évaluations consacrées à la communication avec les communautés ou aux besoins d'information, mais peut les compléter pour obtenir des informations plus détaillées sur l'utilisation de la téléphonie mobile en tant que canal de communication spécifique.

Vous pourrez trouver des références explicites à la communication dans les questions relatives à l'usage de la téléphonie mobile dans l'ensemble des outils concernant les utilisateurs finaux. Ces questions permettent d'obtenir des renseignements détaillés sur le canal utilisé, l'objectif et la fréquence de cette communication.

3.6 Niveau d'alphabétisation et culture numérique

Le niveau d'alphabétisation et la culture numérique ont une influence directe sur le niveau et le mode d'utilisation de la téléphonie mobile. Lorsque les populations concernées ne possèdent pas dans leur ensemble les compétences nécessaires pour utiliser une technologie spécifique de manière sûre et efficace, les programmes humanitaires qui tentent d'utiliser des technologies mobiles peu familières ont toutes les chances d'échouer. Par exemple, si la population cible compte peu de personnes ayant déjà l'habitude des services de mobile money et ne reçoit pas la formation nécessaire en matière de culture numérique, l'efficacité de ces services en tant que mécanisme de distribution de l'aide et d'un soutien à plus long terme pour l'inclusion financière à long terme sera limitée. La Boîte à Outils aborde ce sujet de différentes manières.

- Le questionnaire destiné aux utilisateurs finaux comporte des sections consacrées au niveau d'alphabétisation et de culture numérique. La première d'entre elles porte sur les langues pratiquées et les compétences d'écriture, et la seconde sur les compétences et les connaissances spécifiquement liées à l'utilisation de la téléphonie mobile. Ces questions sont essentielles pour détailler si nécessaire l'usage de la téléphonie mobile en fonction des capacités d'écriture de la population étudiée.
- Le manque de compétences (à savoir : « je ne sais pas me servir d'un téléphone portable/ de

Lectures conseillées concernant la communication et l'information

- > [CDAC A Quick and Easy Guide for Those Working in Humanitarian Response and Common Needs Assessment Tools](#)
- > [Information and Communication Needs Assessment Tool](#)
- > [Why Information Matters](#)
- > [Signpost](#)
- > [Finding a Voice Through Humanitarian Technologies? Communication Technologies and Participation in Disaster Recovery](#)
- > [Regional Information And Communication Needs Assessment](#)
- > [Study on Sources and Circulation of Information in North-Kivu, DRC](#)

l'internet par moi-même ») est l'une des réponses aux questions sur les obstacles à l'utilisation d'un téléphone et de l'internet.

- L'outil « Exercices » permet aux utilisateurs de la Boîte à Outils d'organiser des séances pratiques pour déterminer les activités que les utilisateurs finaux ne savent pas réaliser sur leur téléphone.

Le sujet devient plus complexe lorsque plusieurs langues sont parlées dans la région étudiée. Dans certains cas, il peut être utile de demander quelles sont les langues pratiquées par la personne, à l'oral ou à l'écrit. Dans les contextes où l'ensemble de la population étudiée n'utilise qu'une seule langue, les questions « Quelle est la principale langue que vous parlez chez vous ? » et « Quelles sont les autres langues que vous connaissez ? » ne seront probablement pas nécessaires.

Lectures conseillées concernant l'alphabétisation et la culture numérique

- > [Outil de formation à l'internet mobile de la GSMA \(disponible en français\)](#)
- > [How to Design a Mobile Internet Skills Training Toolkit](#)
- > [Applied Digital Skills: Teach & Learn Practical Digital Skills](#)
- > [Toolkit | Education Cluster](#)

04

**Se préparer
à utiliser la
Boîte à Outils**



La Boîte à Outils est conçue pour être modulaire et adaptable. Il est possible d'utiliser la totalité des outils qui la composent ou de n'en sélectionner que quelques uns en laissant les autres de côté. Il est également possible d'extraire des questions spécifiques parmi celles qui figurent dans les outils afin de compléter une autre évaluation. S'il est théoriquement possible d'utiliser certaines questions sans les modifier dans n'importe quelle situation de crise, d'autres devront être adaptées, notamment celles qui se rapportent à un contexte précis. Les utilisateurs auront ainsi probablement besoin de mentionner des sites web et/ou des réseaux sociaux pertinents au niveau local dans la question suivante de l'enquête auprès des utilisateurs finaux : « Est-ce que vous possédez actuellement un téléphone et est-ce que vous utilisez l'internet mobile (réseaux sociaux, applications et sites web comme WhatsApp, Facebook, etc.) ? ».

La Boîte à Outils peut être utilisée dans différents buts et scénarios et devrait pouvoir s'adapter à quasiment tous les contextes. Nous présentons ci-dessous quelques exemples parmi ceux qui semblent les plus probables.

4.1

Analyse des données secondaires et informations contextuelles

Avant de s'engager dans une évaluation, il est important de déterminer si des évaluations similaires ont déjà été réalisées dans la zone concernée. Afin d'éviter un effet de lassitude au sein des communautés concernées par les évaluations, il convient de s'appuyer autant que possible sur les évaluations existantes et de ne collecter des données supplémentaires que lorsque celles-ci sont nouvelles et indispensables.

Évaluations existantes

Vous trouverez ci-dessous une liste de répertoires où il est possible de trouver des évaluations déjà réalisées. Il est également important de vérifier auprès de vos collègues et partenaires locaux qui peuvent avoir connaissance d'autres ressources.

- > [BBC Media Action](#)
- > [CDAC Network](#)
- > [CaLP](#)
- > [ETC](#)
- > [Humanitarian Data Exchange](#)
- > [Humanitarian Response](#)
- > [Internews](#)
- > [Red Cross Cash Hub](#)
- > [Relief Web](#)

Il est possible de se procurer des informations préliminaires sur l'usage de la téléphonie mobile, l'accès aux téléphones et la connectivité avant d'engager des activités de collecte de données sur le terrain. Il convient ainsi de commencer par étudier la réglementation relative à l'enregistrement des cartes SIM, rassembler des informations sur les services des opérateurs de réseaux mobiles (ainsi que leurs implications en termes de coût) et se rapprocher d'autres organismes d'aide. Si l'ADS ne vous permet pas d'obtenir les informations dont vous avez besoin de la part des ORM, il est conseillé de se rapprocher d'autres acteurs de votre contexte pour savoir s'ils disposent déjà des réponses à des questions clés. S'il vous reste des questions sans réponse, contactez les ORM locaux de façon coordonnée afin d'éviter toute démarche faisant double emploi. Les questions à envisager couvrent notamment les aspects suivants :

Accès légal

- Quels sont les documents dont les clients ont besoin pour enregistrer une carte SIM ?
- Ces exigences constituent-elles un obstacle pour les populations affectées par des crises ?
- Quels sont les documents dont les clients ont besoin pour ouvrir un compte de mobile money (obligations de connaissance des clients/KYC) ?
- Ces exigences constituent-elles un obstacle pour les populations affectées par des crises ?

Interventions/produits et services spécifiques des ORM visant les populations affectées par des crises

- Est-ce que les ORM locaux ont déjà mis en oeuvre par le passé des projets en collaboration avec des organisations humanitaires ou en collaboration avec celles-ci ?
- Dans l'affirmative, quels étaient ces projets ?
- Est-ce que les ORM disposent de produits ou de services spécialement destinés aux populations affectées par des crises (forfaits SMS par exemple) ?
- Dans l'affirmative, en quoi diffèrent-ils des autres produits et services des ORM ? Quel est leur degré de succès/popularité ?

Informations que les ORM sont susceptibles de communiquer dans un but humanitaire

- Couverture du réseau et couverture des agents de mobile money : nombre, densité, localisation des agents, services offerts.
- Les ORM sont-ils opposés ou non à la collecte de données sur le terrain auprès des représentants des réseaux, des agents de mobile money, des détaillants qui vendent des téléphones et des cartes SIM, etc. ?

Lectures conseillées concernant l'ADS et les informations contextuelles

- > [Displaced and Disconnected](#)
- > « [Mobile Money Deployment Tracker](#) » de la GSMA
- > [Secondary Data Review](#)
- > [Language Data Infographic](#)
- > [Access to Mobile Services and Proof of Identity](#), les pages 22-27 contiennent des renseignements par pays
- > [Mobile Money Regulatory Index](#)



4.2

Adapter les outils au contexte

En fonction du contexte d'utilisation des outils, certaines questions seront plus pertinentes que d'autres. Par exemple, les questions portant sur la nécessité de se déplacer à pied pour recharger son téléphone seront probablement plus adaptées à un camp de réfugiés de l'Afrique de l'Est qu'à un environnement urbain au Moyen-Orient, dans lequel les questions relatives aux pannes de courant seront probablement plus pertinentes. La Boîte à Outils contient également un certain nombre d'outils et de questions portant sur les services de mobile money, qui ne sont pas disponibles partout.

D'autres questions peuvent s'appliquer à tous les contextes, mais seront plus facilement comprises si elles sont adaptées au contexte étudié en utilisant une formulation conforme aux habitudes locales et/ou des exemples de services locaux. Les termes susceptibles d'être adaptés sont encadrés par des crochets (« < » et « > »). Par exemple, si vous travaillez en Irak, remplacez « <monnaie locale> »

par « dinars irakiens ». Il peut également être nécessaire de procéder à des modifications qui ne sont pas forcément signalées dans les outils. Par exemple, vous pouvez avoir besoin d'une question spécifique sur la source d'électricité utilisée pour charger les téléphones ou d'ajouter des choix de réponse supplémentaires à la question « Quel est votre sexe ? ».

Dans l'ensemble, même si nous nous sommes efforcés de rendre les questions applicables à divers scénarios, il est toujours important de donner la priorité aux réalités locales pour garantir la pertinence de l'évaluation. Les deux principales approches que nous recommandons pour adapter les outils au contexte sont les suivantes : ADS pour rassembler des informations utiles à partir des ressources existantes, puis groupe de discussion « zéro » (FGD 0) pour recueillir des informations utiles directement auprès des utilisateurs finaux.

4.3

Groupe de discussion « zéro »

Le « FGD 0 » (pour *Focus Group Discussion Zero* : groupe de discussion « zéro ») se compose de questions d'ordre général qui visent à obtenir un aperçu général des services utilisés par les utilisateurs finaux afin d'adapter les outils en conséquence. Il ne s'agit pas tant d'obtenir des données finales que des informations contextuelles de la part des utilisateurs finaux.

Par exemple, pour les utilisateurs finaux ayant accès à l'internet mobile, le FGD 0 demande « Quels sont les services de messagerie instantanée les plus couramment utilisés ? », car certaines applications sont populaires dans le monde entier (comme WhatsApp par exemple), tandis que d'autres sont

plus utilisées dans certains contextes (Viber par exemple).

Selon les réponses à cette question, vous remplacerez le champ « <messagerie instantanée utilisée localement> » par « WhatsApp et Viber » ou simplement « WhatsApp » dans l'outil d'enquête auprès des utilisateurs finaux.

En plus des réseaux et des services de mobile money utilisés localement (« <ici> »), il y a aussi des questions portant sur les services utilisés dans la région d'origine des personnes déplacées pour savoir si elles sont susceptibles de continuer à utiliser leur carte SIM depuis l'étranger, d'envoyer de l'argent chez elles, etc.

4.4

Traductions

Tous les outils destinés à être utilisés en présence des personnes interrogées doivent être traduits dans la ou les langues maîtrisées par les utilisateurs finaux et les utilisateurs de la Boîte à Outils. Cette étape peut s'avérer complexe dans les contextes dans lesquels plusieurs langues sont utilisées. Il convient de veiller à ce que les outils de collecte de données soient eux-mêmes traduits et que des listes complètes de choix de réponse soient

prévues pour les questions telles que :

« Quelle est la principale langue que vous parlez chez vous ? » et « Quelles sont les autres langues que vous maîtrisez ? ». Cette version bêta de la Boîte à Outils comprend une version en arabe élaborée au Liban. Une première traduction en français sera disponible début de 2021 (sans avoir été testée sur le terrain).

4.5

Scénarios d'utilisation

Les scénarios d'utilisation de la Boîte à Outils peuvent varier selon les contextes, les régions et les objectifs de la recherche. Dans le cadre de la contextualisation des outils, il est important de toujours garder à l'esprit l'objectif principal de la collecte des données.

Nous présentons ci-dessous quelques scénarios courants dans lesquels une agence humanitaire est susceptible de vouloir réaliser une évaluation liée à la téléphonie mobile, ainsi que les principaux sujets de recherche possibles. Le tableau 1 indique les éléments de la Boîte à Outils les plus adaptés à chaque thème de recherche (même si nous recommandons que les utilisateurs se fient à leur propre jugement pour sélectionner les outils dont ils ont besoin).

– **Diagnostic d'ordre général** : les sujets de recherche possibles comprennent l'analyse de base de la cartographie de la couverture des réseaux et de la puissance du signal ; l'accès à la téléphonie mobile et son usage ; les obstacles à l'accès aux téléphones portables et aux services mobiles, l'utilisation des téléphones portables et des services mobiles, le niveau d'alphabétisation et de culture numérique et la capacité à utiliser des services mobiles, la sensibilisation aux risques posés par l'utilisation des téléphones portables et de l'internet mobile ;

• Une version plus concise de ce type d'évaluation peut être utilisée dans les situations d'urgence pour une évaluation rapide **de la connectivité de réseau et de l'accès aux services** (ce scénario figure dans la dernière rangée du tableau ci-dessous) ;




– **Transferts monétaires** (ou « CVA » pour *Cash and Voucher Assistance* en anglais) : les sujets de recherche possibles comprennent l'usage des services de mobile money, la disponibilité de ces services sur le marché, l'accès plus général à la téléphonie mobile et aux services associés, le niveau d'alphabétisation, l'usage de la téléphonie mobile à des fins professionnelles et de subsistance ;

– **Communication** : les sujets de recherche possibles comprennent l'accès à la téléphonie mobile et aux services associés, les téléphones portables pour communiquer avec les populations concernées, le niveau d'alphabétisation et de culture numérique et la capacité à utiliser les services ;

– **Produits et services utilisant la téléphonie mobile** : les sujets de recherche possibles comprennent l'usage de services tels que le mobile money ou les produits solaires utilisant la téléphonie mobile. La Boîte à Outils peut également permettre d'évaluer la disponibilité de ces services sur le marché étudié.















Tableau 1

Principaux sujets de recherche : outils conseillés et sections correspondantes

| Sujet de recherche | Outils suggérés et sections correspondantes | Recommandations |
|--|--|--|
| Analyse de base de l'environnement de la téléphonie mobile |  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 0  Évaluation du marché – Services disponibles, options de connectivité – Disponibilité des téléphones portables et des autres produits liés à la téléphonie mobile | Utilisez ces services comme point de départ de l'utilisation de la Boîte à Outils |
| Cartographie de la couverture de réseau et évaluation de la puissance du signal |  Cartographie de la puissance du signal | Permet d'obtenir des mesures géo-référencées de la qualité de la couverture. Peut être utilisée dans différents endroits pour établir une carte de couverture. |

Les sujets de recherche ci-dessous doivent être étudiés en s'appuyant sur les informations contextuelles obtenues au moyen de l'ADS, du FGD 0 et (le cas échéant) de l'évaluation du marché et de la cartographie de la puissance du signal.

| Sujet de recherche | Outils suggérés et sections correspondantes | Recommandations |
|--|---|---|
| Accès aux téléphones portables et aux services mobiles (par catégorie démographique) |  Utilisateurs finaux – Enquête – Profil démographique et situation de handicap – Accès aux téléphones, aux cartes SIM, à la couverture  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 1  Commerçants – Enquête – Renseignements de base – Documentation | Partie essentielle de la Boîte à Outils, permet d'évaluer la pénétration des téléphones portables et d'autres aspects de l'accès à la téléphonie mobile. Permet d'identifier les catégories de population potentiellement défavorisées ou mal desservies, en quantifiant par exemple les inégalités liées au sexe ou au handicap. |
| Obstacles à l'accès aux téléphones portables et aux services mobiles (par catégorie démographique) |  Utilisateurs finaux – Enquête – Profil démographique et situation de handicap – Accès aux téléphones, aux cartes SIM, à la couverture – Obstacles à l'utilisation de la téléphonie mobile  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 1  Utilisateurs finaux – Exercices et cartographie participative  Commerçants – Entretiens approfondis | Partie essentielle de la Boîte à Outils, permet d'évaluer les différents obstacles à l'utilisation de la téléphonie mobile, ainsi que les problèmes potentiels dans le cadre de la préparation d'une intervention. Permet d'identifier les catégories de population confrontées à des obstacles particuliers ou plus importants pour accéder aux services mobiles. |
| Utilisation et accès aux téléphones portables (par catégorie démographique) |  Utilisateurs finaux – Enquête – Profil démographique et situation de handicap – Usage des téléphones  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 1 | Partie essentielle de la Boîte à Outils, permet d'évaluer de quelle manière la téléphonie mobile est effectivement utilisée. Permet d'identifier les disparités d'utilisation au sein de certaines catégories de population. |
| Alphabétisation et culture numérique, capacité à utiliser les services mobiles (par catégorie démographique) |  Utilisateurs finaux – Enquête – Profil démographique et situation de handicap – Alphabétisation – Culture numérique  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 1, notamment les questions de résolution des problèmes  Utilisateurs finaux – Exercices | Permet d'évaluer le niveau d'alphabétisation fonctionnelle et de culture numérique pour déterminer si certains produits ou certaines interventions reposant sur la téléphonie mobile sont appropriés. Permet de déterminer si certaines catégories de population courent le risque de d'être exclues par inadvertance. |
| Utilisation de la téléphonie mobile à des fins professionnelles ou de subsistances |  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion – FGD 2 | Permet d'évaluer le rôle joué par la téléphonie mobile dans les moyens de subsistance et les activités économiques des populations étudiées. |

| Sujet de recherche | Outils suggérés et sections correspondantes | Recommandations |
|---|--|--|
| La téléphonie mobile au service de la communication avec les communautés |  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion - FGD 1 - FGD 3  Utilisateurs finaux – Exercices | Permet de comprendre les pratiques de diffusion de l'information au moyen de la téléphonie mobile. |
| Usage des services de mobile money (par catégorie démographique) |  Utilisateurs finaux – Enquête - Profil démographique et situation de handicap - Alphabétisation - Culture numérique - Mobile money  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion - FGD 4 | Permet d'évaluer dans quelle mesure les services de mobile money sont répandus et utilisés au sein des populations étudiées et d'identifier les enjeux correspondants du point de vue des bénéficiaires. |
| Disponibilité des services de mobile money sur le marché étudié |  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion - FGD 4  Commerçants – Enquête  Commerçants – Entretiens approfondis  Commerçants – Cartographie  Évaluation du marché - Mobile money | Permet de cartographier le réseau des agents de mobile money et la capacité du marché. Permet aux utilisateurs de la Boîte à Outils d'analyser la capacité des agents de mobile money de faire face à une augmentation des opérations si le mobile money était retenu comme mécanisme de décaissement pour un programme de transferts monétaires. |
| Sensibilisation aux risques posés par l'utilisation des téléphones portables et de l'internet mobile |  Utilisateurs finaux – Enquête - Confidentialité et sécurité  Utilisateurs finaux – Groupes de discussion - FGD 1 | Permet d'évaluer le degré de sensibilisation aux risques posés par l'utilisation de la téléphonie mobile en matière de confidentialité et de sécurité. |
| Évaluation rapide de la connectivité de réseau et de l'accès de la population aux services dans les situations d'urgence |  Cartographie de la puissance du signal  Utilisateurs finaux – Enquête - Profil démographique et situation de handicap - Accès aux téléphones, aux cartes SIM, à la couverture - Obstacles à l'utilisation de la téléphonie mobile  Utilisateurs finaux – Enquête - FGD 1 | Sans viser spécifiquement des contextes volatiles/urgents, une version abrégée des mêmes outils peut être utilisée dans les situations de crise soudaine. |

4.6

Préparation de la Boîte à Outils : un exemple théorique

L'organisme « X » souhaite savoir si le mobile money est un mécanisme approprié pour la distribution d'une aide monétaire au sein d'un camp de réfugiés et décide d'approfondir différents sujets de recherche tels que l'accès aux téléphones portables et aux services mobiles, le niveau d'alphabétisation et de culture numérique, l'usage des services de mobile money et la disponibilité de ces services sur le marché.

Après avoir rassemblé des connaissances de base sur le contexte, comme par exemple des statistiques démographiques concernant la population du camp, l'organisme X pourrait commencer par réaliser une revue documentaire afin d'identifier les prestataires de services et les services à la disposition des utilisateurs finaux. Il pourrait également essayer de déterminer quelles sont les réglementations locales en matière d'enregistrement des cartes SIM et de vigilance à l'égard des clients (KYC) pour l'ouverture de comptes de mobile money au nom des destinataires des transferts monétaires envisagés. L'organisme pourrait ensuite demander aux responsables du camp quels sont les prestataires de services présents au sein de celui-ci (ORM et autres). Il est possible que les responsables du camp (voire les ORM le cas échéant) soient en mesure de fournir également des informations sur les produits et services utilisant la téléphonie mobile qui ont été mis en oeuvre par le passé et les enseignements tirés de cette expérience. Cette démarche pourrait être suivie d'une étude des produits et services disponibles (couvrant notamment le coût des SMS, des appels téléphoniques, des forfaits internet et des opérations de mobile money). Le FGD 0 permettrait de compléter le tableau en offrant aux réfugiés la possibilité d'indiquer eux-mêmes les services qui sont à leur disposition.

Ces informations contextuelles permettent ensuite d'adapter les autres éléments de la Boîte à Outils au contexte de l'évaluation. Des outils comme la section consacrée au mobile money au sein de l'enquête auprès des utilisateurs finaux, les FGD 1 et 4, et les outils d'enquête, de cartographie et d'entretiens approfondis concernant les commerçants sont ensuite sélectionnés et traduits dans la ou les langues utilisées en adaptant les textes entre crochets au contexte local (noms de services spécifiques par exemple).

4.7

ODK/Kobo Toolbox

Les outils d'enquête ont été formatés au moyen de Kobo Toolbox basée sur [ODK](#) (il est néanmoins possible de programmer les questions au moyen d'autres logiciels si nécessaire). La présentation de l'outil Kobo et son mode d'emploi sortent du cadre du présent document, mais il existe une documentation complète et des conseils d'utilisation en ligne. Pour commencer, il est utile de se référer aux ressources sur [la configuration de KoboCollect](#) et le [téléchargement des données](#) à partir du serveur. Il est également possible d'utiliser [xlsform](#) pour modifier les outils en vue de les adapter au contexte d'utilisation. Une [formation complète](#) à KoBo est également disponible en ligne.

Des ressources complémentaires ([traduction](#) des supports de formation, par exemple) sont disponibles à partir de la page d'[assistance](#). Vous pouvez également télécharger le [manuel complet](#), qui contient une description détaillée de tous les outils de base et de nombreux autres outils de l'écosystème ODK, en format PDF [ici](#).

05

**Analyses et
rapports**



La Boîte à Outils étant modulaire et adaptable, chaque évaluation sera probablement unique en termes de taille, de contenu, de profil des répondants et d'actions envisagées sur la base des résultats. Il n'y a donc pas une seule manière d'analyser les données de l'évaluation ou de produire des rapports ou d'autres résultats destinés à un public interne ou externe. Ce chapitre fournit des conseils d'ordre général pour aider les utilisateurs de la boîte à outils dans l'analyse et la diffusion des résultats de leur évaluation. Il n'est pas exhaustif et suppose que ces utilisateurs ont déjà une certaine expérience de l'analyse de données et de la rédaction de rapports.

5.1

Nettoyage et traitement des données

Pour chaque évaluation, les utilisateurs de la boîte à outils devront nettoyer et traiter les données issues de l'enquête de terrain. Il s'agit d'une démarche d'assurance qualité qui simplifie l'analyse et la préparation des rapports. Des conseils utiles pour cette étape peuvent être consultés sur le site web de REACH.¹

À ce stade, les utilisateurs devraient formater leurs données de manière à pouvoir utiliser les logiciels et les méthodes d'analyse dont ils ont l'habitude.

Les données CoNUA ont déjà fait l'objet d'analyses au moyen d'Excel, R, SPSS, MaxQDA et Dovetail, entre autres.

Il peut également s'avérer nécessaire de pondérer les données quantitatives pour s'assurer qu'elles soient représentatives des catégories couvertes par l'étude ou pour permettre une analyse comparative entre des catégories susceptibles d'avoir été échantillonnées de manière indépendante.

5.2

Analyse des données

En fonction de l'ampleur de l'évaluation, l'analyse des données sera probablement plus facile si elle est structurée autour de questions de recherche ou de sujets qui se rapportent aux objectifs généraux de l'étude. Par exemple, les évaluations relatives au mobile money peuvent envisager de structurer l'analyse autour de l'accès aux téléphones, de l'utilisation des services financiers et des niveaux d'éducation financière.

Cela permettra à l'analyse de répondre aux besoins d'informations factuelles et de s'appuyer sur les différents outils de collecte de données utilisés pour, dans l'idéal, trianguler et valider des résultats fondés sur des données quantitatives et qualitatives

qui permettront de tirer des conclusions valables. Cette triangulation peut s'effectuer en combinant les données collectées dans les enquêtes auprès des utilisateurs finaux, les discussions de groupe et les entretiens avec les informateurs clés afin d'obtenir un tableau plus complet sur un résultat particulier.

Une autre approche possible consiste à analyser d'abord les données issues de l'outil principal, probablement l'enquête auprès des utilisateurs finaux lorsque celle-ci est utilisée. Les données issues des autres outils peuvent être utilisées dans un second temps pour vérifier et étayer des résultats intéressants ou inattendus.

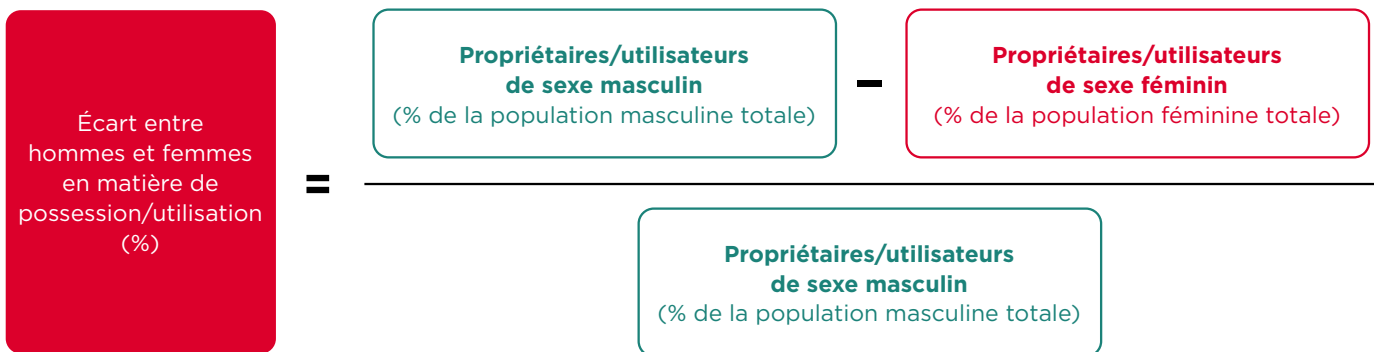
¹ Impact Initiative (2020) [Data Cleaning Guidelines for Structured Data](#). Genève.

5.2.1

Analyse des différences entre catégories

Si des données quantitatives représentatives sont utilisées pour analyser les différences entre des catégories démographiques liées au genre, à l'âge ou au handicap, par exemple, il est recommandé de présenter ces différences sous forme proportionnelle plutôt que sous la forme d'un chiffre brut. Cela permet de produire des chiffres correspondant à des « écarts », comme par exemple l'« écart entre hommes et femmes en matière de téléphonie mobile », qui est une analyse fréquemment effectuée dans les études consacrées aux enjeux de l'inclusion numérique ou financière.²

La figure X ci-dessous montre comment calculer l'écart entre hommes et femmes concernant la possession d'un téléphone portable. Cette analyse peut être reproduite pour toute variable ou critère démographique qui présente un intérêt. L'indicateur analysé et le critère démographique doivent être tous les deux binaires pour que l'analyse fonctionne.



Exemple d'analyse :

les obstacles à l'accès au téléphone au Soudan

La GSMA s'est associée à NRC Soudan pour faire une évaluation de l'accès au numérique et des obstacles rencontrés par les communautés affectées par les déplacements de population au Soudan³ L'un des éléments clés de cette évaluation était une analyse de l'accès à la téléphonie mobile parmi les réfugiés et les communautés d'accueil de l'État du Nil Blanc, y compris les obstacles rencontrés.

Pour étudier les difficultés rencontrées spécifiquement par les femmes, l'analyse a pu trianguler les données de l'enquête auprès des utilisateurs finaux avec les informations communiquées par les personnes interrogées dans le cadre des groupes de discussion pour en tirer la conclusion suivante :

« Par rapport aux hommes, les femmes réfugiées sont 18 % moins susceptibles de posséder un téléphone portable et 70 % moins susceptibles de posséder un smartphone. Selon les participants aux groupes de discussion, cela peut s'expliquer par le fait qu'il leur est plus difficile de pouvoir s'offrir un téléphone portable et que la dynamique familiale, comme par exemple la désapprobation du mari ou du partenaire, peut avoir un effet dissuasif ».

² Shanahan, M (2022) *The Mobile Gender Gap Report 2022*. GSMA. Londres.

³ GSMA and NRC (2022) *Digital Access and Barriers in Displacement-affected Communities in Sudan*. Londres.

Exemple d'analyse : les compétences numériques en Ouganda

En 2022, U-Learn⁴ a combiné les données recueillies au moyen de l'outil d'enquête auprès des utilisateurs finaux avec une analyse des capacités des répondants basée sur les exercices de la boîte à outils pour mieux comprendre le niveau de culture numérique des réfugiés de différents camps situés en Ouganda. U-Learn s'est servi des données tirées des exercices pour trianguler les données de l'enquête, ce qui lui a permis d'aboutir à la conclusion suivante :

« Les tâches qui exigent non seulement des compétences de base en lecture, en écriture et en calcul, mais aussi des compétences numériques complexes (à savoir la capacité d'utiliser un téléphone avec connexion Internet) sont jugées trop difficiles par rapport au niveau de compétence de la plupart des personnes interrogées. [...] Les personnes interrogées estiment que l'alphabétisation et la formation au numérique entraîneront une augmentation de la demande de services financiers numériques et pourraient être développées au moyen des pratiques culturelles courantes de partage des connaissances au sein des communautés ».

Si les exercices destinés aux utilisateurs finaux ont été conçus dans une optique d'analyse qualitative, l'équipe U-Learn a adopté une approche quantitative pour les interpréter, en utilisant des tableaux croisés dynamiques Excel, ventilés par sexe et par âge, pour déterminer le pourcentage d'utilisateurs finaux capables d'envoyer un courrier électronique de manière indépendante ou semi-indépendante. L'équipe a toutefois reconnu que l'échantillonnage de ces exercices n'était pas représentatif et que les chiffres correspondants n'avaient donc qu'une valeur indicative.

| Genre | Capable avec de l'aide | Capable sans aide | Pas d'internet | Incapable | Total |
|--------------|------------------------|-------------------|----------------|----------------|-----------------|
| Femmes | 15,38 % | 15,38 % | 0,00 % | 69,23 % | 100,00 % |
| Hommes | 11,11 % | 22,22 % | 3,70 % | 62,96 % | 100,00 % |
| Total | 13,21 % | 18,87 % | 1,89 % | 66,04 % | 100,00 % |

5.3 Formats de présentation et lectorat

Comme pour toute recherche ou évaluation, il est important de réfléchir à la nature des résultats que vous souhaitez produire, y compris les modes de visualisation des données qui aideront les lecteurs à interpréter votre analyse. Bien que nous encourageons vivement la publication des résultats des évaluations chaque fois que cela est possible, cet aspect reste important même lorsque vos données d'évaluation ne sont destinées qu'à un usage interne.

Un aspect important à prendre en compte est le public auquel s'adresse votre évaluation, ainsi

que l'influence que vous espérez avoir. Si un rapport complet permettra de fournir aux parties intéressées les informations précises dont elles ont besoin, il peut s'avérer utile de publier également un résumé ou une fiche d'information à l'intention des dirigeants ou d'autres personnes d'influence.

Si vous recherchez des idées pour présenter et communiquer les résultats de votre évaluation, des liens vers plusieurs rapports et fiches d'information utilisant les données de la boîte à outils CoNUA sont disponibles à l'adresse suivante : www.gsma.com/mobilefordevelopment/conua.

4 U-Learn (2022) *Financial Services in the Uganda Refugee Response – An Assessment of User Perspectives*. Kampala.

06

Guides d'utilisation spécifiques à chaque outil

Chacun des outils de la Boîte à Outils possède son propre guide d'utilisation, qui se trouve dans le chapitre suivant ainsi que dans les fichiers de référence du dossier Toolkit.zip. Ces documents précisent le guide d'utilisation général en fournissant des renseignements spécifiques pour chaque méthode de collecte de données. Ils comprennent des conseils pratiques pour leur utilisation à chacune des phases de la collecte de données. Ils ne sont pas liés au contenu thématique des outils (qui est couvert par le guide d'utilisation général et le document de présentation générale de la Boîte à Outils).

6.1



Outil 1

Guide spécifique à l'enquête auprès des utilisateurs finaux

L'enquête est conçue comme une enquête au niveau individuel (et non au niveau des ménages) qui doit être réalisée en face à face. Bien qu'il soit possible de recueillir des données par téléphone, cette méthode introduit inévitablement un biais d'échantillonnage, car l'outil porte avant toute chose sur l'accès à la téléphonie mobile et son utilisation. Si vous collectez des données par téléphone, il est donc impératif de réfléchir aux implications que cette décision aura sur les résultats (en éliminant par exemple la possibilité de déterminer véritablement le pourcentage de personnes interrogées qui n'utilisent pas la téléphonie mobile).

La présentation de l'enquête et la question relative au consentement éclairé doivent être personnalisées en y ajoutant le nom de votre organisation et le but de la collecte des données. Vous devez vous assurer que cette description est à la fois exacte et facile à comprendre par les personnes interrogées afin de pouvoir recueillir un consentement véritablement éclairé.

Pour les questions à choix multiples, les options de réponse ne doivent pas être proposées, sauf indication contraire. Les recenseurs devront faire correspondre les réponses des personnes interrogées aux choix proposés dans la liste des réponses possibles. Si la personne interrogée demande des suggestions, il est nécessaire de les énoncer en totalité avant d'enregistrer une réponse.

L'enquête évite autant que possible les questions qualitatives, les groupes de discussion étant une méthode plus appropriée pour collecter ce type de données. Il existe quelques questions ouvertes, mais la majorité d'entre elles sont des questions fermées.

Il est important de se rappeler que même les enquêtes les plus robustes ne parviennent pas forcément à refléter les préoccupations de l'ensemble des individus d'une communauté, mais produisent plutôt des moyennes. Prévoyez d'utiliser des méthodes qualitatives (groupes de discussion par exemple) pour capturer les nuances propres à certains groupes, notamment si ceux-ci représentent un petit sous-ensemble de la communauté étudiée.

Selon la manière dont le questionnaire est administré (système de collecte de données basé sur ODK/ Kobo ou questionnaire papier), il peut être nécessaire d'indiquer clairement les questions à choix unique et les questions à choix multiples. Dans la version ODK/Kobo du questionnaire, il s'agit de la différence entre les « boutons radio » et les cases à cocher visibles par les recenseurs, mais dans le cas de questionnaires administrés par un autre canal, cette distinction n'est pas nécessairement évidente.

Déploiement rapide de l'enquête au moyen de KoboToolbox

1. Vérifiez que l'évaluation se déroulera dans une langue déjà disponible ; à défaut, faites-la traduire dans la langue souhaitée et testez la compréhension.
2. Modifiez « 1.1 - Outil 1 - Enquête auprès des utilisateurs finaux » dans le fichier Excel de l'enquête pour n'inclure que les questions que vous avez sélectionnées et personnalisez toutes les cellules avec des <crochets angulaires> pour le contexte.
Par exemple : Si vous effectuez une évaluation en Ouganda pour AgenceX, remplacez la cellule G2 de la feuille de calcul de l'enquête indiquant :
« Je travaille pour <nom de l'organisation>. Je mène une enquête sur l'utilisation des téléphones portables <dans/en/à nom du lieu ou de la zone> afin de... » par :
« Je travaille pour AgenceX. Je mène une enquête sur l'utilisation des téléphones portables en Ouganda afin de... »
Si vous réalisez une évaluation au Niger, remplacez la ligne 56 de la feuille de calcul des choix contenant : « <Liste à adapter au contexte - inclure les réseaux des pays voisins et les réseaux des pays d'origine des réfugiés> ».
par 4 lignes indiquant : « Sahelcom », « Zamani », « Airtel » et « Moov »
3. Allez sur <https://kobo.humanitarianresponse.info/> et connectez-vous.
Conseil : vous pouvez utiliser votre adresse électronique .org pour créer un compte si vous n'en avez pas.
4. Cliquez sur « créer un nouveau projet » et sélectionnez « télécharger un formulaire XLS ».
5. Votre outil de collecte de données est prêt à fonctionner !

6.1.1 Format de l'enquête

L'enquête est disponible sous deux formes :

- a) une base de questions contenant l'ensemble des questions formulées pour l'enquête, dans laquelle les questions et les choix de réponse se trouvent sur la même page pour en faciliter l'utilisation. La colonne de hiérarchisation indique les questions les plus susceptibles d'être essentielles, tandis que la colonne de commentaire fait ressortir les relations logiques entre questions ;
- b) un outil en format xlsform s'appuyant sur la base de questions. Elle se compose des questions prioritaires « essentielles » et « recommandées » en omettant les questions « facultatives ». Elle est conçue pour être complète et indépendante, mais ne comporte qu'un minimum de métadonnées et informations contextuelles.

Utilisation de questions au niveau individuel dans les questionnaires au niveau des ménages :

Les évaluations humanitaires sont fréquemment basées sur des questionnaires au niveau des ménages, ce qui n'est pas le cas de l'enquête auprès des utilisateurs finaux, qui pose des

questions au niveau individuel. Par exemple, la question « Quel type de téléphone possédez-vous à titre personnel ? » ne s'applique pas à la totalité d'un ménage, mais seulement au membre du ménage qui est interrogé. Si vous souhaitez utiliser certaines des questions de l'enquête auprès des utilisateurs finaux dans un questionnaire réalisé au niveau du ménage, il convient de suivre l'une des consignes suivantes :

- a) modifiez la formulation et le sens de la question pour qu'elle s'applique à l'ensemble d'un ménage, comme par exemple « Quels sont les types de téléphone possédés à titre personnel par les membres du ménage ? » ;
- b) utilisez ces questions en faisant clairement référence à chaque individu composant le ménage, comme cela est possible dans une enquête auprès des ménages qui détaille l'âge ou le niveau d'études de chacun des membres du ménage interrogé ; ou
- c) posez la question uniquement à la personne interrogée ou au chef de famille. Cette approche risque de recueillir des informations incomplètes et n'est donc pas idéale – on peut par exemple imaginer qu'un membre plus jeune du ménage possède un smartphone, mais que le chef de famille plus âgé n'en possède pas.

6.1.2

Méthodologie d'échantillonnage

La méthodologie de collecte des données est un sujet complexe qui sort du cadre du présent guide. Nous n'en donnons ici qu'un bref aperçu.

Il est important de sélectionner une taille d'échantillon adaptée pour les entretiens afin que cet échantillon soit représentatif de la population étudiée. C'est ce qui permet ensuite de généraliser les résultats d'une évaluation basée sur un échantillon à la population dont l'échantillon a été tiré. En bref, votre échantillon pourra être considéré comme fortement représentatif si vous interrogez 384 personnes sélectionnées de manière aléatoire. Si vous n'avez pas besoin d'un niveau de précision scientifique, 96 entretiens seront souvent suffisants. Ces tailles d'échantillon sont calculées en supposant des tailles de population inconnues (ou très importantes), et peuvent donc être utilisées à titre indicatif dans la plupart des contextes. Si la taille de la population est connue, vous pouvez calculer avec précision la taille minimale requise de l'échantillon à l'aide d'un calculateur de taille d'échantillon. Les paramètres recommandés sont un niveau de confiance de 95 % et une marge d'erreur de 5 % (pour un niveau de précision élevé des données) ou de 10 % (pour un niveau de précision des données un peu inférieur mais souvent suffisant tout en nécessitant beaucoup moins d'entretiens).

Il est fortement recommandé de prévoir une taille d'échantillon supérieure de 10 % à celle de l'échantillon recommandé par le calculateur afin de limiter l'impact des non-réponses (entretiens non réalisés en raison de l'absence des personnes interrogées, de leur refus de répondre, etc.). Pour garantir le caractère aléatoire de l'échantillon, il est préférable de disposer d'une base d'échantillonnage complète et à jour (liste des résidents du camp par exemple pour une évaluation réalisée dans un camp de réfugiés) à partir de laquelle il sera possible de sélectionner de manière aléatoire les personnes devant être interrogées.

Il est possible si nécessaire d'utiliser des méthodes d'échantillonnage autres que la sélection aléatoire à partir d'une liste existante. Des renseignements sur ces autres méthodes et sur les circonstances dans lesquelles il est approprié de les utiliser sont disponibles dans les lectures conseillées ci-contre. Dans le cas d'un échantillonnage probabiliste, l'échantillonnage en grappes est considéré comme celui qui génère les données les moins représentatives. Il peut être préférable d'utiliser un échantillonnage ciblé pour identifier où et comment

les besoins et les capacités divergent de manière significative.

Lectures conseillées concernant les méthodes d'échantillonnage

- › [Research Design Guidance: Sampling](#)
- › [Indikit Resources](#)
- › [Guide rapide pour l'échantillonnage d'une enquête](#)
- › [Calculateur de taille d'échantillon](#)
- › Se reporter également aux ressources mentionnées dans la section « Contexte » des recommandations générales

6.1.3

Profil démographique et handicaps

La section relative au profil démographique des personnes interrogées est une partie importante de toute enquête. Dans sa forme la plus simple, elle fournit des statistiques démographiques de base, comme par exemple la ventilation par sexe des personnes interrogées. Elle peut également servir à comparer les données entre différentes catégories démographiques (écarts de possession d'un téléphone portable entre hommes et femmes, par exemple). Assurez-vous dans ce cas de disposer d'un échantillon de taille suffisante pour tirer des conclusions représentatives des sous-groupes de la population étudiée, plutôt que de la population entière. Il est recommandé de disposer d'ensembles de données représentatifs des utilisateurs de sexe masculin et féminin.

La liste de questions du Groupe de Washington permet de savoir quel est le pourcentage de personnes atteintes par certains handicaps. Ces données sont particulièrement utiles pour déterminer si les personnes en situation de handicap rencontrent des obstacles particuliers ou plus importants pour accéder aux produits et services mobiles. En l'absence de données spécifiquement représentatives des personnes en situation de handicap, il ne sera pas possible de tirer des conclusions générales concernant l'ensemble du sous-groupe démographique. Des résultats indicatifs peuvent malgré tout faire ressortir certaines tendances.

Selon le contexte ou les personnes que vous prévoyez d'interroger, il peut être utile d'ajouter l'option « Autre » à la question « Quel est votre sexe ? » le cas échéant ou inclure des choix supplémentaires propres au contexte étudié.

6.1.4

Accès aux téléphones et aux services

Cette section porte sur la possession et l'accès à un téléphone portable. Si d'autres types d'appareils connectés (tablettes, ordinateurs portables, appareils portables) présentent un intérêt, ils peuvent également être ajoutés. Par souci de simplicité, il n'y a pas de questions destinées aux utilisateurs finaux concernant les cartes SIM (pour éviter d'avoir à expliquer de quoi il s'agit). Les questions font toutefois la distinction entre « téléphones » et « numéros de téléphone ».

L'une des questions de cette section est légèrement différente des autres, au sens où elle ne concerne pas uniquement la personne interrogée, mais également son foyer : la question « Combien de téléphones portables possédez-vous dans votre foyer ? » peut être utile dans certains contextes pour déterminer si l'ensemble du ménage est susceptible d'avoir accès à un téléphone en cas d'urgence, même si un seul membre du ménage utilise effectivement le téléphone au quotidien.

6.1.5

Sections sur l'accès physique et les déplacements à pied

Il y a cinq sections consacrées à l'accès physique à certains services :

- achat de crédit téléphonique ;
- couverture de réseau pour passer des appels ou envoyer des SMS ;
- couverture de l'internet mobile (données) ;
- rechargement des téléphones ;
- agent de mobile money (plus bas, dans la section consacrée au mobile money).

Ces sections sont toutes présentées de la même manière pour simplifier leur consultation et se concentrent sur l'accès physique, la nécessité de se déplacer à pied, ainsi que le temps et la fréquence nécessaires. Les questions peuvent se recouper avec celles qui ont trait à la sécurité (voir guide général sur la protection) - Il est donc nécessaire d'avoir réfléchi à cet aspect avant de formuler les questions destinées au contexte étudié.

6.1.6

Les obstacles à l'accès sont couverts par trois séries de questions

Selon le motif précis de la collecte de données, il peut s'agir de l'un des sujets les plus importants de l'enquête. Les obstacles sont classés en trois catégories en fonction des personnes concernées :

- personnes qui ne possèdent pas de téléphone portable ;
- personnes qui possèdent un téléphone portable, mais n'utilisent pas l'internet mobile ;
- personnes qui possèdent un téléphone portable et utilisent l'internet mobile, mais pas autant qu'elles le souhaitent.

Ces catégories d'obstacles sont mutuellement exclusives pour n'avoir à poser qu'une seule série de questions lors des entretiens, mais les réponses sont harmonisées entre elles dans toute la mesure du possible. Dans chacune des séries, des questions de suivi permettent d'identifier les obstacles les plus importants.

6.1.7

Culture numérique

L'une des compétences couvertes dans cette section (« Recherche d'informations particulières au moyen de Google ou [d']< un moteur de recherche utilisé localement > ») a pour but de déterminer si les personnes interrogées utilisent l'internet au-delà des écosystèmes d'information autonomes tels que Facebook (en utilisant un navigateur internet pour trouver des informations).

6.1.8

Confidentialité et sécurité

Cette section vise à mieux comprendre les perceptions des personnes interrogées concernant les risques associés à l'utilisation de la téléphonie mobile et les mesures qu'elles sont susceptibles de prendre pour s'en protéger. Il s'agit probablement de la section qui a le plus besoin d'une collecte de données quantitatives au moyen de l'outil visant les utilisateurs finaux et d'une collecte de données qualitatives au moyen du FGD 1.

6.2



Outil 2

Guide spécifique aux groupes de discussion avec les utilisateurs finaux

La Boîte à Outils est conçue pour être applicable dans différents contextes géographiques. Les guides de discussion sont conçus de manière à pouvoir être utilisés avec parcimonie lorsque les conversations se déroulent facilement, mais ils fournissent également des indications complètes lorsque ce n'est pas le cas. Ces questions de suivi s'organisent en trois niveaux progressivement plus spécifiques :

- Questions de départ ;
- Questions de suivi d'ordre général ;
- Questions de suivi plus spécifiques à utiliser lorsqu'il est nécessaire de faire avancer la discussion.

L'animateur doit aborder chaque sujet en posant la question correspondante et les réponses du groupe sont ensuite enregistrées. Lorsque le groupe a donné tous ses commentaires sans épuiser le sujet, les questions de suivi d'ordre général peuvent être utilisées pour faire avancer la discussion. Lorsque la discussion a traité l'ensemble des aspects pertinents, la question suivante peut être posée. Dans le cas contraire, des questions de suivi plus spécifiques peuvent être posées pour solliciter des précisions complémentaires. L'objectif est de traiter tous les sujets répertoriés (en fonction du contexte) à tous les niveaux de question - le nombre de questions nécessaires variera selon les groupes. Les questions de suivi spécifiques sont relativement détaillées et la taille relativement limitée des groupes (nous suggérons 5 à 6 participants) devraient permettre à chacun de participer.

Exemple :

Une question du FGD 2

Question de départ

Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans l'utilisation de votre téléphone portable pour votre activité professionnelle ?

Question de suivi d'ordre général

Les mêmes difficultés que celles que vous rencontrez lorsque vous utilisez votre téléphone portable à titre personnel ?

Questions de suivi plus spécifiques

Problèmes de couverture ?

Problèmes d'achat de crédit téléphonique ?

Problèmes de chargement du téléphone ?

Question de suivi d'ordre général

Problèmes propres à l'usage professionnel de votre téléphone portable ?

Questions de suivi plus spécifiques

Coût d'utilisation du téléphone à des fins professionnelles ?

Volume élevé d'appels, de messages, de contacts ?

Il a été demandé au groupe : « Quelles sont les difficultés que vous rencontrez dans l'utilisation de votre téléphone portable pour votre activité professionnelle ? ». Le groupe a répondu que les problèmes les plus courants avaient trait à la couverture du réseau, à la facilité d'accès au crédit téléphonique et aux coupures de courant qui les empêchaient de recharger leur téléphone. Ces réponses couvrent la première question de suivi d'ordre général, qui n'est donc pas été utilisée. La facilitatrice poursuit en demandant : « Êtes-vous confrontés à des problèmes propres à l'usage professionnel de votre téléphone portable ? » et apprend ainsi que les coûts sont très élevés. Pour couvrir le dernier sujet, elle demande aux participants s'ils rencontrent des difficultés liées au « volume élevé d'appels, de messages, de contacts ? » et apprend que cela n'est pas un problème. Les sujets sont ainsi tous traités, la question reçoit une réponse complète, et les questions de suivi plus spécifiques n'ont été utilisées que lorsque cela était nécessaire.

Les groupes de discussion n'utilisent pas de mesures statistiques comme le font les données quantitatives, mais il est malgré tout important que les participants à la discussion représentent l'ensemble de leur communauté. Il faut donc veiller autant que possible à éviter les biais dans la sélection des participants, dans le souci notamment de ne pas sous-représenter les groupes les plus marginalisés.

L'objectif de chaque FGD est indiqué dans le champ en rouge de l'en-tête, avec des suggestions relatives aux participants à inviter pour chaque discussion. S'il est prévu de réaliser une analyse comparative entre différents groupes, il est nécessaire de discuter des mêmes sujets avec des représentants de ces différents groupes. Des suggestions pour des groupes de cette nature figurent dans les champs en rouge plus clair.

Les questions de départ et de suivi sont toutes formulées de façon ouverte pour susciter des réponses naturelles. Dans la mesure du possible, la formulation des questions de suivi est proche de celle des questions de l'enquête pour que les données quantitatives et qualitatives sur un même sujet puissent être comparées et synthétisées en vue d'étayer les conclusions tirées de l'analyse des données. Il est probable que les réponses qualitatives et les discussions auront davantage la forme de témoignages que de simples affirmations et il est donc utile d'enregistrer les discussions. Vous devez pour cela obtenir l'autorisation de tous les participants, sous la forme d'autorisations

signées ou d'un accord verbal au début de l'enregistrement. En plus du facilitateur de la discussion, il est également conseillé de prévoir un preneur de notes, qui sera chargé de noter les réponses à mesure du déroulement de la discussion.

La meilleure façon de savoir si le nombre de groupes de discussion organisés pour chaque type de FGD était suffisant consiste à déterminer si la saturation des données a été atteinte, ce qui signifie qu'aucune nouvelle réponse ou idée supplémentaire n'est enregistrée lors des derniers groupes de discussion effectués. Cela implique d'organiser autant de séances que nécessaire jusqu'à ce que les participants ne fournissent plus de réponses nouvelles par rapport à celles déjà enregistrées lors des séances antérieures du FGD concerné.

Selon le contexte dans lequel l'évaluation est organisée, il peut être utile de la réaliser dans plusieurs langues afin d'avoir une vision complète de la situation. Sachant qu'il est préférable que chaque séance de discussion se déroule dans une seule langue, le nombre de séances à organiser peut augmenter très rapidement. Prenons l'exemple du FGD 1, qui est susceptible de se diviser en plusieurs séances comme suit : 2 par sexe x 4 langues x 6 séances pour arriver à saturation, ce qui se traduirait par 48 séances pour ce seul FGD. Il est donc important de réfléchir aux dimensions démographiques les plus importantes à prendre en compte afin de limiter le nombre de séances nécessaires.

Lectures conseillées concernant l'animation de discussions de groupe (FGD)

- > [How to ... Conduct a Focus Group Discussion \(FGD\)](#)
 - > [OIRA Assessment Methods/Tools - Conducting Effective Focus Groups](#)
 - > [Focus group data saturation: A new approach to data analysis | Request PDF](#)
-

6.2.1

Activités de mise en train

Il est recommandé de commencer les séances par des activités de mise en train, qui aident les participants à réfléchir au sujet de discussion et les encouragent également à prendre la parole. La Boîte à Outils contient quelques suggestions d'activités utilisables pour tous les FGD. Il existe également une série d'activités de mise en train propres au FGD 3 qui reposent sur des exemples adaptés à ce FGD.

Les animateurs expérimentés peuvent choisir d'adapter des activités qu'ils ont déjà utilisées précédemment. N'hésitez pas à nous faire part de toute activité de mise en train que vous avez imaginée et qui fonctionne particulièrement bien.

6.2.2

FGD 0

Ce FGD vise à mieux comprendre le contexte de l'évaluation pour adapter en conséquence les autres outils de collecte de données. Ce processus est décrit plus en détail dans le guide d'utilisation général.

Il comprend également une section avec des recommandations sur la meilleure manière de communiquer les résultats de l'évaluation à la communauté.

6.2.3

FGD 1

Ce FGD sert à obtenir des informations approfondies sur :

- les technologies, les services, les réseaux et les applications utilisés, leur mode d'utilisation et le but de leur utilisation ;
- les problèmes rencontrés par les utilisateurs finaux dans l'accès à la téléphonie mobile et son utilisation ;
- les différences entre groupes en termes d'utilisation et d'obstacles ;
- les solutions proposées par les utilisateurs pour résoudre les problèmes.

Le mode d'emploi contient une longue liste de questions de départ et de suivi. Il est conseillé de les passer au crible pour ne retenir que les questions les plus pertinentes/utiles dans le souci de limiter la durée des discussions.

6.2.4

FGD 2

Ce FGD examine le rôle de la téléphonie mobile dans les activités professionnelles et les moyens de subsistance des personnes interrogées. Les sujets abordés comprennent le rôle de la téléphonie mobile dans la gestion des entreprises et son utilisation pour des opérations de mobile money. Il couvre également les problèmes propres à l'usage professionnel de la téléphonie mobile et les moyens potentiels de les résoudre.

6.2.5

FGD 3

Ce FGD examine le niveau de confiance à l'égard des canaux de communication et des sources d'information à l'appui des décisions portant sur la meilleure façon de communiquer des informations au moyen de la téléphonie mobile. Il se concentre sur les services de communication de masse les plus courants, partant du principe qu'une méthode de communication réussie doit reposer sur des systèmes que le public visé utilise déjà.

6.2.6

FGD 4

Ce FGD a pour but d'étudier l'utilisation du mobile money. Il peut s'utiliser de deux manières, selon l'intérêt porté aux aspects suivants :

- Si l'objectif consiste à obtenir un tableau général de la manière dont le mobile money est utilisé et des raisons pour lesquelles il est utilisé ou non au sein de toute la population étudiée, il est préférable d'utiliser une seule série de FGD (avec un échantillon de participants représentant à la fois les utilisateurs et les non-utilisateurs des services de mobile money) ;
- Si l'objectif consiste à analyser la situation des personnes qui utilisent le mobile money par rapport à celles qui ne l'utilisent pas (y compris les raisons de l'utilisation du mobile money ou les obstacles à son utilisation), il est alors préférable d'organiser deux séries distinctes de FGD : une pour les utilisateurs et une autre pour les non-utilisateurs.

6.3



Outil 3

Guide spécifique aux exercices avec des utilisateurs finaux

Cet outil associe groupes de discussion et observations des utilisateurs. L'objectif n'est pas de tester les compétences des participants, mais plutôt d'observer la manière dont ils accomplissent certaines activités. Cela permet d'identifier les problèmes spécifiquement liés à l'utilisation de la technologie. Si les participants réalisent les activités de différentes manières, discutez des méthodes utilisées et des résultats obtenus. Pour ceux qui ne parviennent pas à réaliser les activités, notez les problèmes rencontrés.

Pour réaliser ces exercices, il est nécessaire d'avoir des groupes de plus petite taille que pour les FGD, de l'ordre de 2 à 4 personnes. Il est souvent pratique de les associer aux FGD de la Boîte à Outils.

Exemple

Une ONG envisage d'utiliser un service de mobile money pour la distribution d'une aide monétaire. Bien qu'il existe un service de cette nature dans la zone concernée, elle ne sait pas dans quelle mesure il est accessible ou connu par les bénéficiaires potentiels. Les exercices permettent de révéler que la création et l'utilisation de codes confidentiels distincts pour déverrouiller le téléphone et accéder au service de mobile money représente un point de blocage courant.

L'animateur doit se procurer les ressources et les services nécessaires au bon déroulement des exercices. Selon les activités sélectionnées, il aura notamment besoin des éléments suivants :

- adresse e-mail et numéro de téléphone à son nom (si possible temporaires), ainsi que les comptes correspondants pour les exercices d'envoi de messages ;
- connexion wifi ;
- recharges/cartes d'unités téléphoniques (le cas échéant), qui peuvent également servir d'incitatifs pratiques pour les participants ;
- dans certains cas, il peut s'avérer plus judicieux de demander aux participants d'utiliser leur propre téléphone, alors que dans d'autres, il est nécessaire de leur fournir le téléphone.

Pour éviter que la séance ne dure trop longtemps, il est préférable de passer les activités/tâches dont les utilisateurs n'auront probablement jamais besoin ou qui ne sont pas pertinentes dans le contexte étudié. Par exemple, l'envoi de courriers électroniques peut ne pas être une pratique courante dans les contextes où les applications de messagerie sont davantage utilisées. Il peut donc être souhaitable dans ce cas de sauter l'exercice consacré à l'envoi d'emails.

Les exercices peuvent également être une excellente occasion de découvrir les canaux précis que les participants utilisent pour se tenir informés (groupes WhatsApp particuliers, par exemple).

6.3.1

Cartographie participative

La cartographie participative est un type d'exercice particulier qui peut se décrire comme un « FGD géographique » dans lequel les participants sont interrogés sur les centres d'intérêt et les endroits qui ont, pour une raison donnée, une importance particulière à leurs yeux. Les sujets pouvant faire l'objet d'une cartographie peuvent concerner n'importe quel type de service lié à la téléphonie mobile, comme par exemple les zones de bonne et de mauvaise couverture, les points de recharge des téléphones, les commerçants qui vendent du crédit/ des unités téléphoniques, les agents de mobile money ou les moyens d'accès à ces différents services. Des informations thématiques complémentaires, comme par exemple les horaires d'ouverture des commerçants, peuvent également être enregistrées.

Ces séances de cartographie peuvent être organisées autour d'une grande variété d'outils et d'approches. Sous la forme la plus simple, à partir d'une page blanche, il est possible de dessiner des cartes très simplifiées qui ne montrent que les contours des quartiers/zones et les principaux points de repère et d'intérêt. Il est également possible d'utiliser des cartes existantes comme base de travail. Des cartes de référence utilisables de cette manière sont disponibles entre autres auprès du [UNHCR](#), de [ReliefWeb](#), [HumanitarianResponse](#), [REACH](#), [OpenStreetMap](#) et [FieldPapers](#).

Il convient de faire preuve de prudence en se renseignant sur des endroits ou des itinéraires potentiellement dangereux. Par exemple, un endroit situé à la périphérie d'un camp peut avoir la meilleure couverture de réseau en soirée, mais il peut s'agir d'un endroit dangereux s'il est mal éclairé.

Lectures conseillées concernant la cartographie participative

- > [Good practices in participatory mapping: a review prepared for the International Fund for Agricultural Development \(IFAD\)](#)
 - > [Participatory Mapping and Visualization of Local Knowledge: An Example from Eberbach, Germany](#)
 - > [Discover sensitive mapping: a high-potential participatory approach](#)
-

6.4



Outil 4

Enquête auprès des commerçants

Outil 5

Entretien approfondi avec des commerçants

Le terme « commerçant » désigne l'ensemble des revendeurs, détaillants, représentants de réseaux, revendeurs de cartes SIM/cartes d'unités téléphoniques et agents de mobile money qui commercialisent des produits et services liés à la téléphonie mobile et au mobile money. Un commerçant peut être une épicerie locale qui vend des unités/recharges de crédit téléphonique pour le compte d'un ou plusieurs réseaux de téléphonie mobile, un point de vente à l'enseigne d'un réseau, un agent de mobile money qui est en mesure d'ouvrir des comptes de mobile money pour les nouveaux clients ou toute autre fonction similaire.

Les deux outils d'entretien avec des commerçants sont très similaires en ce qui concerne les questions qu'ils posent, mais ils diffèrent en ce qui concerne le mode d'enregistrement des données. L'outil d'enquête vise à recueillir des données quantitatives, de façon comparable à l'enquête auprès des utilisateurs finaux (se référer au [guide d'utilisation de l'enquête auprès des utilisateurs finaux](#) pour la méthodologie). Il se prête à des évaluations à grande échelle portant sur un grand nombre de commerçants et comporte des listes de choix de réponse pour l'ensemble des questions avec peu d'espace pour des réponses qualitatives. En revanche, l'outil d'entretien approfondi (ou IDI pour In-Depth Interview en anglais) se prête à une approche plus conversationnelle, en s'appuyant sur des questions très similaires mais qui laissent davantage de place à des réponses non structurées. L'outil d'entretien approfondi est susceptible d'être mieux adapté aux évaluations à petite échelle portant sur un nombre restreint de personnes interrogées. Ces deux outils peuvent être utilisés conjointement dans une évaluation, l'outil IDI

venant compléter l'outil d'enquête auprès des commerçants, ou de façon séparée comme des outils indépendants.

Ils visent tous les deux à faciliter l'analyse de l'offre de téléphones, de cartes SIM et d'autres services sur le marché et ont vocation à être utilisés conjointement avec les outils concernant les utilisateurs finaux pour dresser un tableau plus complet de la situation. L'outil d'entretien approfondi contient une question qui demande au commerçant s'il « serait (...) en mesure de servir davantage de clients qu'il ne le fait à l'heure actuelle ». Cette question peut notamment permettre d'évaluer la capacité du marché à absorber un projet de distribution de transferts monétaires utilisant le mobile money.

Selon l'objectif précis de l'utilisation de l'outil d'enquête auprès des commerçants, il peut être utile d'envisager un échantillon stratifié, en veillant par exemple à avoir une bonne représentation de l'ensemble des opérateurs de réseaux mobiles au sein des commerçants, afin de ne pas fausser les résultats en direction d'un ORM particulier. Veuillez consulter à ce sujet les lectures recommandées sur la méthodologie d'échantillonnage dans le [guide d'utilisation de l'enquête auprès des utilisateurs finaux](#).

Avant d'utiliser ces outils, il est conseillé aux utilisateurs de vérifier si les agents ont le droit d'être interrogés. En fonction du contexte, il peut être nécessaire d'en informer les ORM et/ou les autorités locales. Nous recommandons d'interroger les commerçants de façon individuelle s'ils ont la possibilité de s'éloigner un moment de leur commerce.

6.5



Outil 6

Guide spécifique à la cartographie des commerçants

Les outils d'enquête auprès des commerçants et d'entretien approfondi avec les commerçants ne contiennent aucune question sur la localisation de ces derniers. Cela est intentionnel afin de permettre aux personnes interrogées de rester anonymes et de se sentir libres de répondre comme elles le souhaitent. L'outil de cartographie des commerçants permet de déterminer le nombre de commerçants qui offrent des services spécifiques dans un endroit ou une région donnée. Il permet de créer une carte de densité des commerçants et d'identifier les zones potentiellement mal desservies.

Il utilise les coordonnées GPS, et les outils Kobo Toolbox contiennent une [fonction intégrée d'affichage des données sous forme de carte](#). Pour une visualisation plus efficace, les données

peuvent également être téléchargées dans un Système d'Information Géographique (SIG) pour se superposer à l'outil de cartographie de la puissance du signal.

Dans certains contextes, les agents sont susceptibles de se déplacer pour offrir des services à leur clientèle dans différents endroits. Dans ces scénarios, il peut être utile d'utiliser les entretiens approfondis (plutôt que cet exercice de cartographie) pour enregistrer les zones desservies par ces agents et identifier ainsi les éventuelles zones d'ombre. Il peut s'avérer nécessaire d'adapter cette approche au contexte étudié, mais elle devrait néanmoins permettre de déterminer s'il existe des zones mal desservies ou non desservies. Les utilisateurs devront peut-être faire preuve de créativité pour y parvenir.

6.6



Outil 7

Guide spécifique à l'évaluation du marché

Cet outil est un peu différent des autres outils de la Boîte à Outils, au sens où il n'indique pas les questions à poser, mais plutôt les informations à recueillir. Cette collecte de données peut s'effectuer de différentes manières – le choix de la meilleure méthode dépendra du contexte, même si l'outil contient quelques suggestions. L'objectif est d'obtenir une analyse du marché local qui va au-delà des questions ciblées posées aux commerçants.

La première section couvre le détail des produits et services proposés par les ORM, dont notamment les forfaits d'appel et de SMS. Il est généralement possible d'obtenir ces informations sur le site web des ORM ou par le biais de leur documentation sur papier. La deuxième section porte sur le matériel de téléphonie mobile disponible sur le marché local. Certaines de ces questions peuvent être

posées dans le cadre de l'outil IDI, mais d'autres vont un peu plus loin dans l'évaluation des appareils concernés et de leurs fonctionnalités. La troisième section vérifie dans quelle mesure le mobile money est couramment accepté dans les commerces autres que les boutiques de téléphonie mobile afin de déterminer si le mobile money peut servir de moyen de paiement ou doit être préalablement retiré en espèces. La dernière section se concentre enfin sur l'accès à l'énergie, dans le but notamment de maintenir les téléphones portables chargés.

Certains de ces sujets (circulation des espèces, accès à l'énergie) peuvent mériter une évaluation complète en tant que tels ou avoir besoin d'être étendus en fonction des besoins. Pour utiliser cet outil, veuillez vous référer à la section « [Analyse des données secondaires](#) » du guide d'utilisation général de la Boîte à Outils.

6.7



Outil 8

Guide spécifique à la cartographie de la puissance du signal

Si cet outil représente le moyen le plus direct d'analyser la couverture du réseau, il est encore plus utile lorsqu'il est associé aux perceptions des utilisateurs finaux enregistrées par les outils d'enquête et de cartographie participative. La checklist des tâches progressivement plus exigeantes est aussi simple que possible, tout en fournissant des informations claires sur les services mobiles (tels que les appels ou les SMS) qui sont accessibles sur le réseau local d'un endroit donné et ceux qui ne le sont pas.

Les mesures doivent généralement être effectuées à l'extérieur, sauf si l'objectif consiste spécifiquement à vérifier la couverture du réseau en intérieur. Dans chaque cas de figure, elles doivent rester cohérentes dans tout l'exercice de cartographie. Il est également conseillé d'utiliser toujours la même marque et le même modèle de téléphone pour les mesures, et de les répéter pour garantir leur fiabilité. Dans certains contextes, la couverture peut varier selon les moments (entre le milieu de journée et la nuit, ou entre les jours de la semaine et les weekends, par exemple). Il est utile dans ce cas de mesurer le signal plusieurs fois pour couvrir tous les scénarios.

Si l'utilisation de cet outil a pour but de dresser une carte de couverture, les points de mesure ne doivent pas être trop espacés. Si la zone étudiée est limitée (un seul camp, par exemple), quelques points espacés de quelques centaines de mètres devraient suffire. Pour cartographier une zone plus vaste (ville et villages environnants, par exemple), il faudra davantage de points, mais ceux-ci peuvent être plus espacés. N'oubliez pas le cas échéant de faire des mesures sur les axes routiers entre agglomérations.

Lecture conseillée concernant la cartographie de la puissance du signal

> <https://www.missingmaps.org/blog/2017/01/06/opensignal-data/>

GSMA Head Office

One Angel Lane
London, U.K.
EC4R 3AB
United Kingdom
Tel: +44 (0)20 7356 0600
Fax: +44 (0)20 7356 0601

