



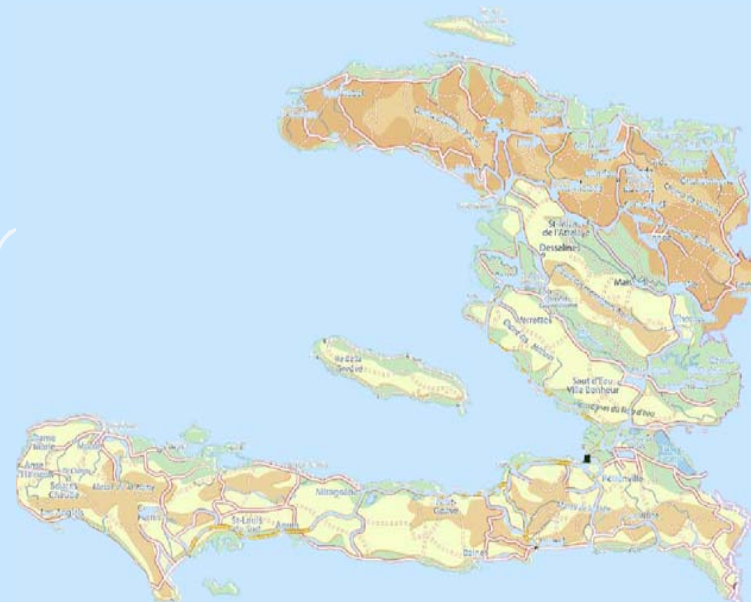
REPUBLIQUE D'HAÏTI

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

INSTITUT HAÏTIEN DE STATISTIQUE ET D'INFORMATIQUE (IHSI)

# RAPPORT FINAL

## ENQUÊTE SUR LES SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS DE 2009



DIRECTION DES STATISTIQUES ÉCONOMIQUES (DSE)

SEPTEMBRE 2013

## SOMMAIRE


	<b>PAGE</b>
Avant-Propos.....	7
Introduction.....	9
Chapitre I. Approches méthodologique et stratégique.....	10
1.1. Les questionnaires.....	10
1.2. Les groupes-cibles et l'échantillon final.....	11
1.3. La saisie et le traitement des données.....	12
Chapitre II. Principaux résultats des opérateurs téléphoniques.....	13
2.1. Caractéristiques générales : Configuration du marché - Statut juridique et emplois.....	13
2.2. Services offerts : Offre de services et contribution économique.....	13
2.2.1. Couverture géographique.....	15
2.3. Emploi et genre.....	16
Chapitre III. Stations de radio.....	17
3.1. Caractéristiques générales.....	17

3.1.1. Statut juridique.....	18
3.1.2. Capital social.....	18
3.1.3. Début de fonctionnement.....	19
3.1.4. Tenue d'une comptabilité.....	19
3.1.5. Format des programmes.....	20
3.2. Caractéristiques des services offerts.....	20
3.2.1. Langues de diffusion.....	20
3.2.2. Audience.....	21
3.2.3. Couverture géographique.....	21
3.2.4. Chiffres d'affaires.....	22
3.2.5. Investissements.....	24
3.2.6. Dépenses d'exploitation.....	25
3.3. Emploi et genre.....	27
Chapitre IV. Chaines de télévision.....	28
4.1. Caractéristiques générales.....	28
4.1.1. Statut juridique.....	28
4.1.2. Début de fonctionnement et bande de retransmission.....	28
4.1.3. Tenue d'une comptabilité et taille des entreprises.....	29
4.1.4. Couverture géographique.....	30

4.2. Caractéristiques des services offerts.....	31
4.2.1. Programmes et langues de diffusion.....	31
4.2.2. Chiffres d'affaires.....	31
4.2.3. Investissements.....	32
4.2.4. Dépenses d'exploitation.....	33
4.3. Emploi et genre.....	34
Conclusion.....	36
Références bibliographiques.....	38
Annexes.....	39
A. : Tableaux synoptiques.....	41
B. : Indicateurs et Tableaux relatifs aux stations de radio.....	43
C. : Indicateurs et Tableaux relatifs aux stations de télédiffusion.....	50



## AVANT-PROPOS

 La Direction Générale de l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI) a le plaisir de soumettre à l'appréciation des agents économiques en général et des instances gouvernementales en particulier, les résultats de l'enquête sur le secteur des Télécommunications de 2008-2009 réalisée dans l'Aire Métropolitaine de Port-au-Prince et le reste du pays. Il s'agit d'un ensemble d'informations quantitatives et qualitatives qui faciliteront une meilleure compréhension dudit secteur.

Cette enquête constitue l'une des grandes réalisations conçues par l'IHSI toujours dans son souci permanent d'améliorer et d'enrichir davantage les informations diffusées, touchant les différents domaines de la vie nationale. Elle entre dans le cadre des travaux préparatoires à l'établissement d'une nouvelle base des Comptes Nationaux qui nécessite des informations sectorielles diverses.

Outre l'objectif principal relatif à la comptabilité nationale, les résultats de cette enquête faciliteront une connaissance approfondie de ce secteur, favorisant ainsi la mise en place de programmes et d'actions gouvernementaux ainsi que les investissements privés de nature à promouvoir et à améliorer le système des télécommunications dans le pays.

La Direction Générale de l'IHSI remercie vivement tous ceux qui ont contribué à la réussite de cette opération. Elle rend tout d'abord un hommage mérité à l'effort consenti par le Gouvernement Haïtien pour son appui financier combien important. Ses remerciements s'adressent également, de façon toute particulière, au Conseil National des Télécommunications (CONATEL) pour l'excellent appui technique fourni notamment lors de la phase conceptuelle de l'enquête.


*La Direction Générale de l'IHSI se veut aussi reconnaissante envers les opérateurs de télécommunication, particulièrement les opérateurs de téléphonie et les stations de radio et de télévision qui ont chaleureusement offert leur précieuse collaboration pour la réussite de cette opération. Par contre, elle déplore le fait qu'un nombre relativement élevé de fournisseurs d'accès à internet aient refusé de répondre aux questionnaires qui leur étaient administrés.*

*Elle en profite également pour présenter ses félicitations à la Coordination du projet, aux Consultants Nationaux, aux cadres permanents et contractuels de la Direction des Statistiques Economiques (DSE) qui ont tous œuvré à la réussite de cette enquête.*

*Enfin, la Direction Générale de l'IHSI, souhaite vivement que cette nouvelle publication puisse servir de guide aux utilisateurs de données statistiques en général, dans la compréhension de la problématique du secteur des télécommunications en Haïti et, en particulier, aux instances gouvernementales et au secteur privé, dans la formulation d'une meilleure politique de communication et dans les décisions d'investir.*

*Danilia M. ALTIDOR  
Directrice Générale*

## INTRODUCTION

 Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) constituent l'une des principales innovations scientifiques de la fin du XX<sup>e</sup> siècle. En Haïti, la vulgarisation des NTIC et la multiplication des stations de radios et de télévision au cours des dernières décennies ont porté l'IHSI à réaliser une enquête sur le secteur des télécommunications en 2009. Ce secteur, de par sa transversalité, joue un rôle moteur de plus en plus prépondérant dans la vie nationale, aussi bien sur le plan économique que social.

Cette opération statistique qui entre dans le cadre des activités de changement de base de la Comptabilité Nationale d'Haïti a été conçue pour couvrir l'ensemble des opérateurs qui interviennent dans ledit secteur tels que les opérateurs de téléphonie, les fournisseurs d'accès à internet et les stations de radio et de télévision. Ainsi, les objectifs généraux de cette investigation consistaient à recueillir le maximum d'informations économiques et comptables sur les services de télécommunications afin de contribuer à l'établissement de la nouvelle base des comptes nationaux et à l'implémentation du Système de Comptabilité Nationale des Nations-Unies (SCN-2008).

L'enquête sur le secteur des télécommunications en 2009 devrait également fournir des informations indispensables pour une meilleure compréhension dudit secteur, tant du point de vue de la diversité de ses activités que de son apport à la production nationale. Malheureusement, les fournisseurs d'accès à internet n'ont pas collaboré à l'enquête. De plus, les questionnaires remplis par les opérateurs de téléphonie se sont révélés relativement incomplets, au point que l'IHSI a dû recourir à d'autres sources indirectes pour compléter les informations fournies.

Cette publication présente une analyse succincte des principaux résultats de l'enquête. Les informations publiées dans ce document se rapportent essentiellement aux stations de radio, de télévision et aux opérateurs de téléphonie. Elles permettront d'avoir, entre autres, une idée de la structure des coûts de ces sous secteurs de télécommunication, ainsi que des informations traitant de leur couverture géographique.

Ce document est structuré en quatre chapitres. Le premier fait un bref rappel des approches méthodologique et stratégique utilisées. Le deuxième chapitre fait état des résultats se rapportant aux opérateurs téléphoniques. Finalement, les troisième et quatrième chapitres analysent respectivement les informations relatives aux stations de radio et de télévision.



## CHAPITRE I. APPROCHES MÉTHODOLOGIQUE ET STRATEGIQUE

### 1.1. LES QUESTIONNAIRES

Pour atteindre les objectifs visés, une approche différenciée a été adoptée. Un questionnaire différent a été élaboré pour chaque type d'entreprises retenu initialement dans le cadre de cette enquête : fournisseurs de services internet, opérateurs téléphoniques, radios et télévisions. Le questionnaire qui leur a été administré visait à mieux cerner leur apport dans l'ensemble des activités économiques aussi bien qu'à déterminer la structure de leurs coûts et de leurs revenus. Dans cette optique et pour des fins de comparabilité, les thèmes communs suivants ont été retenus :

- ❖ La localisation de l'opérateur;
- ❖ Les caractéristiques générales;
- ❖ Les emplois et les salaires;
- ❖ Les investissements;
- ❖ Les matières premières et les services utilisés;
- ❖ Les revenus;
- ❖ La population couverte;
- ❖ Les échanges avec l'extérieur;
- ❖ Les informations techniques.

## 1.2. LES GROUPES-CIBLES ET L'ÉCHANTILLON FINAL

Les entreprises visées dans le cadre de cette étude étaient celles dont l'activité principale consistait à fournir des services (marchands) de télécommunications tels que définis par le code 6420 de la Classification Internationale Type par Industrie (CITI) : *transmission de son, des images et de données par câble, radio et télédiffusion, postes-relais ou satellite. Y entrent également les communications par téléphone, télégraphe et télex, ainsi que l'entretien des réseaux.*

Une liste des unités fournissant ce genre de services a été constituée à partir des fichiers disponibles aux Télécommunications d'Haïti (TELECO), à la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Haïti (CCIH), à la Direction Générale des Impôts, notamment à la Direction des Grands Contribuables (DGC), à l'Office National d'Assurance Vieillesse (ONA) et au Conseil National des Télécommunications (CONATEL). Elle comprenait des entreprises offrant des :

- ❖ Services de téléphonie;
- ❖ Services d'accès internet;
- ❖ Services de radiocommunications;
- ❖ Services de radiodiffusion;
- ❖ Services de télédiffusion.

De cette liste, il était prévu de contacter 279 unités dont 88 dans l'Aire Métropolitaine et 191 dans le reste du pays. Cependant, les réalités du terrain ont contraint à enquêter 161 entreprises : 4 opérateurs téléphoniques, 138 stations de radio et 19 stations de télévision. Cette réduction de l'échantillon initialement fixé vient du manque de coopération de la part des responsables des unités contactées et du nombre élevé de questionnaires non exploitables reçus de leurs mains. En définitive, l'échantillon interrogé est réparti comme suit dans le tableau 1 ci-dessous :

**Tableau 1 : Distribution de l'échantillon par Département**

<b>Département</b>	<b>Opérateurs téléphoniques</b>	<b>Stations de radio</b>	<b>Stations de télévision</b>
Ouest	4	22	3
Sud	-	11	1
Sud-Est	-	13	2
Grande-Anse	-	18	2
Artibonite	-	32	5
Centre	-	10	2
Nord	-	16	2
Nord-Ouest	-	9	1
Nord-Est	-	5	-
Nippes	-	2	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>138</b>	<b>19</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Les opérateurs téléphoniques ont remis dans leur grande majorité des questionnaires peu exploitables statistiquement. Néanmoins, en raison de leur importance durant cette période, il a été décidé de mener des recherches d'études de synthèse intéressantes sur la question et de rencontrer des experts dans le domaine. Ajouté aux données provenant des sources administratives, le recoupement des informations glanées au cours de ces démarches a permis de livrer des ordres de grandeur sur ce sous-secteur des services de télécommunications.

Pour les stations de radio et de télévision, un échantillon stratifié a été retenu. Dans chacune de ces strates, un échantillon aléatoire a été tiré de la liste des stations les composant. Après la collecte, des redressements ont été effectués sur les questionnaires en se servant d'un ensemble de données secondaires.

### **1.3. LA SAISIE ET LE TRAITEMENT DES DONNÉES**

Après décompte et critique des questionnaires remplis, les données ont été saisies à l'aide du logiciel Microsoft Access. A chaque station de radiodiffusion, à chaque station de télédiffusion, il a été associé un coefficient d'extrapolation

égal à l'inverse de sa probabilité de tirage dans sa strate respective. Le poids des 118 non réponses (279 échantillonnés, 161 réponses) a été affecté aux coefficients d'extrapolation des répondants proportionnellement à leur répartition dans l'Aire Métropolitaine et le reste du pays. Le traitement ainsi que les tableaux qui ont suivi cette phase ont été réalisés avec le logiciel «Statistical Package for the Social Sciences» (SPSS).

## **CHAPITRE II. PRINCIPAUX RESULTATS DES OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES**

### **2.1. CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES : CONFIGURATION DU MARCHÉ - STATUT JURIDIQUE ET EMPLOIS**

Durant la période 1998-2006, la structure du secteur des télécommunications est devenue complètement concurrentielle. Le marché qui contenait un seul opérateur (évoluant dans la téléphonie fixe) est passé à quatre, dont trois fournisseurs de services de téléphonie mobile utilisant différentes technologies telles que la technologie numérique «Code Division Multiple Access» (CDMA) et la technologie «Global System for Mobile communication» (GSM).

Le secteur des télécommunications est constitué de sociétés anonymes privées et publiques. Elles sont surtout installées dans le Département de l'Ouest, plus particulièrement dans l'Aire Métropolitaine de Port-au-Prince. Elles offrent leurs services aux autres Départements grâce à l'installation d'équipements, de câbles, d'antennes et de la mise en place de réseaux de distribution, notamment pour les sociétés de téléphonie cellulaire.

Par ailleurs, ces opérateurs qui tiennent une comptabilité dont l'exercice va d'Octobre à Septembre, ont créé en 2008 un total de plus de 2 500 emplois.

### **2.2. SERVICES OFFERTS : OFFRE DE SERVICES ET CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE**

L'entrée sur le marché des opérateurs de téléphonie cellulaire a provoqué une croissance accélérée de la demande de services téléphoniques dans le pays qui a touché tous les opérateurs du secteur. Tandis que la capacité

installée de lignes fixes s'établissait à 159 500, celle de téléphonie cellulaire représentait plus de 3 millions de lignes (3.3 millions). Au total, 3.4 millions de lignes fixes et mobiles étaient disponibles durant cette période.

Ce grand développement qu'a connu le marché des télécommunications a eu pour résultat immédiat une augmentation du taux de pénétration de la téléphonie dans le pays de 5 % à 37 %. La vigueur de cette croissance s'est aussi illustrée dans la contribution des chiffres d'affaires réalisés dans le secteur au Produit Intérieur Brut (11 %) et son apport à la création d'emplois (4 369 emplois directs et 55 000 emplois indirects)<sup>1</sup>. Le tableau 2 suivant montre tout d'abord que les retombées de l'augmentation de la demande pour les services du secteur ont été positives pour tous ses opérateurs. Ensuite et surtout, que l'économie nationale en a grandement bénéficié.

**Tableau 2 : Indicateurs significatifs des activités des Opérateurs  
Téléphoniques en 2007-2008**

Indicateurs	Valeurs
Nombre de lignes pour 100 habitants (fixe et mobile)	37.4
Ratio (%) Investissement Secteur Télécom/Invest. Total	7
Excédent Brut d'Exploitation/PIB (%)	3
Nombre d'abonnés (fixe et mobile)	2 842 000
Trafic local (fixe et mobile)	677 012 509 minutes
Impôts payés par les opérateurs de téléphonie mobile (TCA et impôts sur le revenu)	5 740 500 000 Gourdes <sup>2</sup>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

La majeure partie de l'amélioration de la situation du secteur durant l'exercice 2007-2008 est due principalement à l'arrivée d'un nouvel opérateur sur le terrain qui allait bouleverser les données du marché de téléphonie.

<sup>1</sup> FAFO International, 2009. *Socio Economic Impacts of Mobile Phones in Haiti, report for AFD/Proparco; IHSI-DSE/Enquête Télécommunications 2007-2008.*

<sup>2</sup> FAFO-2009.

### 2.2.1. COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE

La présence des opérateurs de téléphonie cellulaire en 2008 a permis d'apporter le signal téléphonique à plus de 90 % des communes du pays qui sont au nombre de 142. Pour vingt-trois pour cent de ces dernières, le signal était de très mauvaise qualité en 2008. Les communes qui ne recevaient aucun signal à l'époque sont résumées dans le tableau 3 ci-après.

**Tableau 3 : Communes sans signal téléphonique par Département**

Département	Communes
Ouest	Anse à Galets
	Pointe à Raquette
Sud-Est	Bainet
	Belle Anse
	Grand Gosier
	Anse à Pitre
Nord	Pignon
Nord-Est	Perches
Artibonite	Verrettes
Centre	Thomonde
Sud	Chantal
	Maniche
	Port-Salut
	St Jean du Sud
	Côteaux
	Port-à-Piment
	Roche à Bateau
	Chardonnières
	Les Anglais
Tiburou	

**Tableau 3 : Communes sans signal téléphonique par Département (Suite)**

Département	Communes
Grande-Anse	Abricots
	Bonbon
	Moron
	Chambellan
	Dame Marie
	Les Irois
	Roseaux
	Beaumont
	Pestel
	Baradères
	Asile
Nord-Ouest	Baie de Henne

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Comme il ressort de ces chiffres, les départements de la Grande-Anse et du Sud ont été très faiblement touchés par les opérateurs téléphoniques. Plus de 9 communes sur 10 (91.7 %) ne recevaient pas de signal dans la Grande-Anse et environ 56 % étaient dans la même situation dans le département du Sud. Pour le reste des départements, presque la totalité de leurs communes recevait un signal plus ou moins de qualité à l'exception de 40 % des communes du Sud-Est.

### 2.3. EMPLOI ET GENRE

Le peu d'informations recueillies sur les opérateurs téléphoniques ne permettent pas de présenter une distribution par sexe de leur personnel. Toutefois, elles permettent de constater que 4 369 emplois directs ont été créés dans ce sous-secteur. Les données recueillies au cours de l'enquête sur les emplois existants chez deux opérateurs téléphoniques (un public et un privé), montrent que les femmes ont été représentées au niveau des différents types d'emplois chez ces deux opérateurs téléphoniques avec des pourcentages plus élevés au sein du personnel administratif et de soutien (tableau 4).

**Tableau 4 : Pourcentage des femmes employées chez les opérateurs téléphoniques par type d'emplois**

Type d'emplois	% de Femmes
Directeurs et hauts cadres	24
Techniciens/Cadres moyens	22
Employés administratifs	32
Personnel de soutien	28

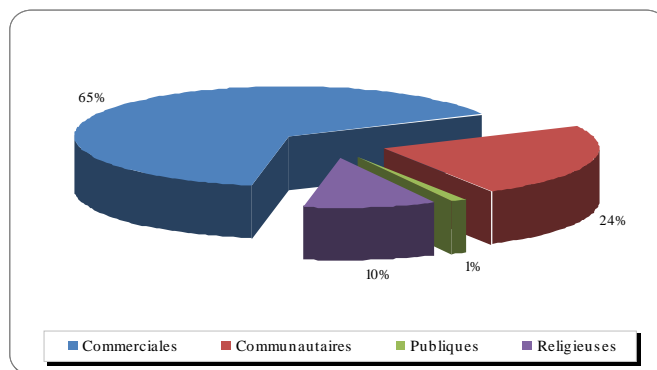
Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## CHAPITRE III. STATIONS DE RADIO

### 3.1. CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES

Les informations recueillies en 2008 ont permis d'identifier quatre grandes catégories d'opérateurs évoluant dans la production des émissions radiophoniques : il s'agit de radios commerciales, publiques, communautaires et religieuses. Environ deux sur trois de ces stations sont privées (65 %). Près d'un quart (24 %) sont des radios communautaires. Le pourcentage restant regroupe les stations de radios publiques et religieuses (graphique 1).

**Graphique 1 : Répartition en pourcentage des radios selon le type**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009



### 3.1.1. STATUT JURIDIQUE

Les pourcentages calculés montrent que plus de la moitié de ces stations de radio (55 %) sont des entreprises individuelles. Il est intéressant de noter qu'un pourcentage non négligeable (22 %) n'a fait référence à aucun statut juridique, 19 % sont des sociétés et 4 % des coopératives (tableau 5).

**Tableau 5 : Répartition en pourcentage des stations de radio selon le statut juridique**

Statut Juridique	%
Société Étrangère	1
Société en Nom Collectif	7
Société Anonyme	11
Entreprise Individuelle	55
Coopérative	4
Autre	22
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.1.2. CAPITAL SOCIAL

La quasi totalité de celles qui sont des sociétés ou des coopératives ont un capital social de moins de 100 000 gourdes (tableau 6).

**Tableau 6 : Répartition en pourcentage des stations de radio selon le montant du capital social**

Montant du capital social (Gourdes)	%
Moins de 100 000	94
100 000 - 500 000	1
500 001 - 1 000 000	2
1 000 001 et plus	3
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.1.3. DÉBUT DE FONCTIONNEMENT

Les résultats indiquent aussi qu'environ 4 stations de radio sur 5 (85 %) ont débuté leur fonctionnement entre les années 1993 et 2007 et 11 % entre 1977 et 1992. Il est aussi important de noter que 2 % d'entre elles ont plus de 40 ans d'existence et qu'un pourcentage similaire qui a commencé à émettre entre les années 1945 et 1960 dépasse cet âge (tableau 7).

**Tableau 7 : Répartition en pourcentage des stations de radio selon la période du début de fonctionnement**

Années de début des activités	%
1993-2007	85
1977-1992	11
1961-1976	2
1945-1960	2
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.1.4. TENUE D'UNE COMPTABILITÉ

Il convient de remarquer que plus de deux tiers des stations de radio interrogés ne disposaient pas d'une comptabilité (69 %). Cette situation est largement expliquée par les 34 % de stations de radio de petite taille (communautaires et religieuses) opérant sur la base du bénévolat et des dons (tableau 8).

**Tableau 8 : Répartition en pourcentage des stations de radio selon le type**

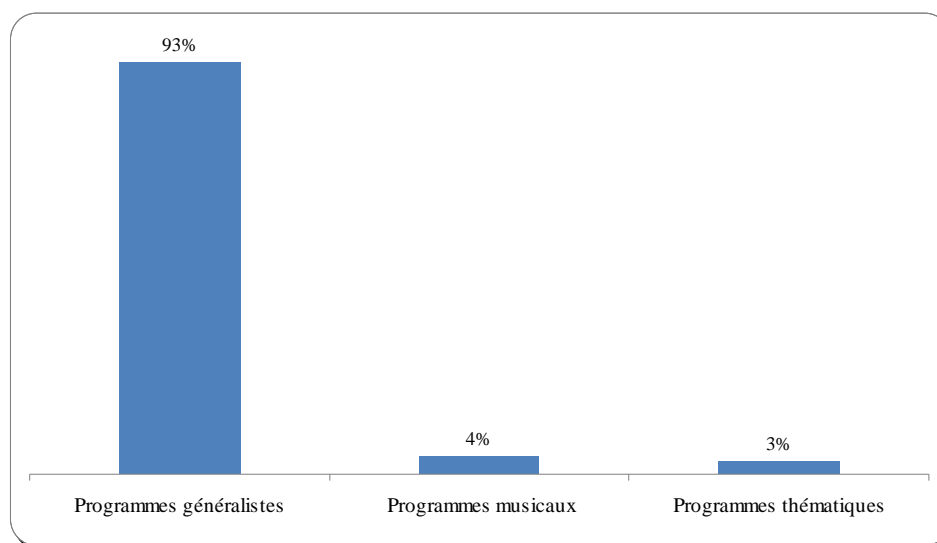
Type de radios	%
Commerciales	65
Communautaires	24
Publiques et Religieuses	11
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.1.5. FORMAT DES PROGRAMMES

Le paysage radiophonique est dominé par les stations avec une programmation généraliste constituée de bulletins d'information, de spots publicitaires et d'émissions culturelles et de divertissement. Elles sont suivies très loin derrière par celles qui ont uniquement des programmes musicaux et celles qui sont tournées autour des thèmes religieux et/ou sociaux (graphique 2).

**Graphique 2 : Répartition en pourcentage des radios selon le format des programmes**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## 3.2. CARACTÉRISTIQUES DES SERVICES OFFERTS

### 3.2.1. LANGUES DE DIFFUSION

Les programmes des différentes stations de radios, comme il ressort plus haut, sont très peu différenciés et sont offerts en quatre langues : créole, français, anglais et espagnol. La majeure partie des émissions radiophoniques sont

diffusées en créole suivies de loin par le français. Il faut aussi noter qu'un pourcentage de temps de diffusion très réduit est consacré à l'anglais et l'espagnol (tableau 9).

**Tableau 9 : Répartition en pourcentage de temps de diffusion selon la langue de radiodiffusion par type de radio**

Type de radios	Créole	Français	Anglais	Espagnol	Total
Commerciales	62	35	2	1	100
Communautaires	80	20	–	–	100
Publiques et Religieuses	34	62	3	1	100

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.2.2. AUDIENCE

Les stations de radio constituent la principale source d'information des haïtiens en raison du fait que 75 % des femmes et 86 % des hommes haïtiens ont l'habitude de les écouter au moins une fois par semaine<sup>3</sup>. Dans leur totalité, elles émettent sur la bande FM. Une infime partie (2 %) émet aussi sur la bande AM.

### 3.2.3. COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE

De fait, les émissions des stations de radio touchent les dix départements du pays. L'Artibonite, l'Ouest, le Nord et le Sud sont, par ordre d'importance, les départements qui abritent le plus de stations de radio. Le Sud-Est et la Grande-Anse représentent à eux deux 15 % du total des stations de radio tandis que le Nord-Ouest, le Nord-Est et le Centre totalisent 10 %. Le département des Nippes vient en dernière position avec 1 % (graphique 3).

A côté de la radio publique localisée uniquement dans le département de l'Ouest, différents types de radio se retrouvent au niveau de chaque département. Leur répartition varie d'un département à l'autre. Toutefois, la prédominance du département

<sup>3</sup> Enquête Mortalité, Morbidité et Utilisation des Services (EMMUS-IV) 2005-2006.

de l'Artibonite comme lieu de localisation des radios commerciales, communautaires et religieuses est à noter. Il faut signaler également le phénomène des radios communautaires et des radios d'obédience religieuse dans tous les départements. De manière spécifique, les 5 départements qui sont les mieux couverts et les 5 qui le sont moins par ordre d'importance figurent ci-dessous (tableau 10).

**Tableau 10 : Couverture des départements en stations de radio**

Type de radios	Départements mieux couverts	Départements moins couverts
Commercial	Artibonite	Nippes
	Ouest	Nord-Est
	Nord	Nord-Ouest
	Sud	Centre
	Sud-Est	Grande-Anse
Communautaire	Artibonite	Nord
	Ouest	Centre
	Sud	Nippes
	Sud-Est	Nord-Ouest
	Grande-Anse	Nord-Est
Public et Religieux	Artibonite	Sud
	Nord	Nord-Ouest
	Sud-Est	Nippes
	Ouest	Centre
	Grande-Anse	Nord-Est

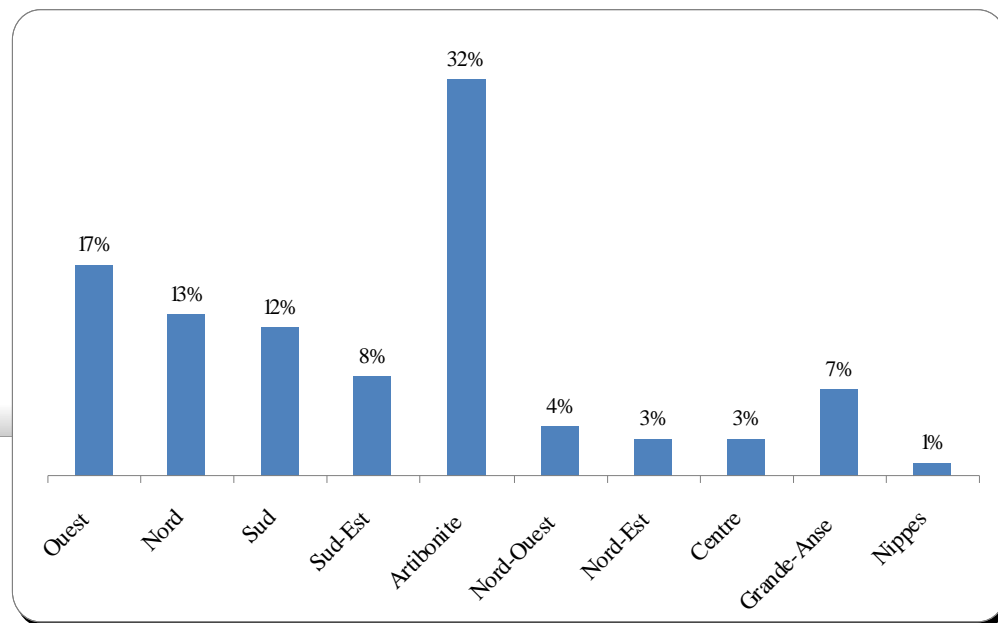
Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.2.4. CHIFFRES D'AFFAIRES

Les programmes des radios haïtiennes sont conçus principalement pour répondre aux besoins de formation, d'information et de distraction de la population. La réussite commerciale ne figure pas en première place dans la

motivation de monter une radio dans le pays. Combinée à l'étroitesse du marché des affaires, cette situation a conduit à une grande compétition entre les différentes stations pour un maigre gâteau publicitaire.

**Graphique 3 : Répartition en pourcentage des radios par département**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Dans cette concurrence quasi fratricide, les radios commerciales ont obtenu la première position avec 187 678 314 gourdes. Plus de 40 % de ce chiffre d'affaires avait pour origine la production et la diffusion des publicités des stations elles-mêmes. Vient ensuite, le groupement des radios Publiques – Religieuses totalisant un chiffre d'affaire de 59 668 879 gourdes. Plus de la moitié de cette somme (56 %) a été tirée des revenus autres que la publicité. Quant aux radios communautaires, elles ont fermé la marche avec 11 757 962 gourdes. Ces chiffres d'affaires ont été réalisés par la diffusion de publicités produites ailleurs (tableau 11).

**Tableau 11 : Répartition du chiffre d'affaires des radios selon sa provenance (en gourdes)**

Type de radios	Heures d'antennes vendues	Vente de droits de diffusion d'émissions produites par la station	Production et diffusion de publicités de la station	Diffusion de publicités produites ailleurs	Autres Revenus <sup>4</sup>	Total
Commerciales	39 721 641	123 935	80 735 166	47 893 921	19 203 651	187 678 314
Communautaires	370 833	705 282	2 298 325	4 939 618	3 443 904	11 757 962
Publiques et Religieuses	65 994	116 462	2 850 533	23 180 313	33 455 577	59 668 879
<b>Total</b>	<b>40 158 468</b>	<b>945 679</b>	<b>85 884 024</b>	<b>76 013 852</b>	<b>56 103 132</b>	<b>259 105 155</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Le chiffre d'affaires cumulé (259 105 155 gourdes) a constitué une modeste contribution de ce sous-secteur à l'économie nationale. Il a représenté environ 0.1 % du Produit Intérieur Brut (PIB) du pays.

### 3.2.5. INVESTISSEMENTS

Le montant des investissements réalisés en 2008 a été de 59 807 568 gourdes. Les achats d'équipements de télécommunications et d'équipements électriques ont représenté respectivement 23 % et 18 % de ce montant. Il faut ajouter qu'un pourcentage non négligeable a été consacré aux immeubles et à la construction (17 %) et que 14.5 % a été investi en achats d'équipements et de logiciels informatiques. L'acquisition de produits d'enregistrement a absorbé 11 % et celle d'amplificateurs et de magnétoscopes 5 %. Quant aux équipements de transport, ils ont représenté 6 % du total des investissements. La part de ce montant d'investissement dans le total des investissements du pays a été modeste (0.08 %). Le tableau 12 suivant donne une idée du montant des investissements consentis par types de radio et d'investissement.

<sup>4</sup> Dons, subventions, rafles, vente et copie de c.d....

**Tableau 12 : Investissements des stations de radio par type (en gourdes)**

Types d'investissement	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>43 966 027</b>	<b>5 626 036</b>	<b>10 215 505</b>	<b>59 807 568</b>
Immeubles et Constructions	8 531 776	828 488	1 064 039	10 424 303
Équipements de transport	3 005 360	83 251	748 968	3 837 579
Équipements de télécommunications	9 733 267	779 017	3 419 059	13 931 343
Équipements Informatiques	4 415 194	1 884 914	717 460	7 017 568
Logiciels informatiques	639 901	27 635	987 487	1 655 023
Recherche et Formation	218 645	233 152	310 344	762 141
Terrains	1 307 195	–	73 891	1 381 086
Équipements électriques	8 363 908	1 382 477	1 123 185	10 869 570
Produits d'enregistrement	4 869 095	342 768	1 547 536	6 759 399
Amplificateurs/Magnétoscope	2 881 686	64 334	223 536	3 169 556

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Les stations de radio ont très peu cédé de leurs actifs. Seulement 6 % de ceux-ci ont été vendus. L'essentiel des investissements entrepris a consisté en des acquisitions (76 %) et des rénovations (18 %).

### 3.2.6. DÉPENSES D'EXPLOITATION

En plus de ces investissements, les stations de radio ont effectué également des dépenses d'exploitation dont les plus larges composantes ont été les salaires (56 %), les carburants et autres combustibles (13 %) et les matériels et fournitures (6 %). Cette répartition globale a été surtout influencée par l'apport des radios commerciales qui, dans les catégories de dépenses précitées, ont représenté respectivement 61.5 %, 71.7 % et 73.2 % par rapport aux autres types de radio. Toutefois,



au niveau des radios communautaires, les dépenses en eau ont pris la troisième place contrairement aux radios commerciales. Tandis qu'en ce qui concerne les radios publiques et religieuses, ce sont les dépenses relatives à l'assurance des équipements et aux carburants qui occupent la deuxième et la troisième places, derrière les salaires, avec respectivement 9.9 % et 9.5 % du total des dépenses de ces stations de radio (tableau 13).

**Tableau 13 : Répartition des dépenses d'exploitation  
par type de stations de radio (en gourdes)**

Dépenses effectuées	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>103 320 758</b>	<b>9 010 196</b>	<b>47 174 729</b>	<b>159 505 683</b>
Salaires	55 783 351	4 962 228	29 910 649	90 656 228
Assurance des employés	2 099 103	305 419	3 736 946	6 141 467
Assurance des équipements	115 015	–	4 692 131	4 807 145
Abonnement à des agences de presse	433 141	31 665	3 842	468 288
Achats de droits de retransmission d'émission	27 094	–	22 906	50 000
Matériel et fourniture	7 332 555	426 315	2 264 342	10 023 212
Carburants et autres combustibles	15 172 486	1 480 887	4 500 486	21 153 860
Services postaux de télécommunications	822 215	171 793	17 143	1 011 151
Électricité	1 689 623	190 468	106 798	1 986 889
Eau	4 868 924	562 389	168 084	5 599 397
Publicité et relations publiques	1 231 954	106 527	1 182	1 339 663
Services de transport	4 959 136	95 074	292 621	5 346 832
Services de locations d'équipements et de véhicules	1 590 774	144 761	27 512	1 763 047
Services de réparation d'équipements et de véhicules	1 301 490	45 985	1 053 660	2 401 135
Matériel d'éclairage	4 529 879	286 389	363 620	5 179 888
Frais et intérêts bancaires	945 029	4 729	13 167	962 926
Autres dépenses	418 989	195 567	–	614 556

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 3.3. EMPLOI ET GENRE

Les stations de radio ont employé en 2008 un effectif de 3 171 personnes dont 2 994 à plein temps. Les femmes n'ont constitué que 15 % de ce personnel permanent. Elles ont été, quoique très inférieures en nombre aux hommes, employées dans les différents types d'emplois disponibles dans les stations de radios. Néanmoins, leur effectif a été beaucoup plus important respectivement dans les catégories «Journalistes, animateurs et assimilés», «Travailleurs non rémunérés» et «Employés administratifs» (tableau 14).

**Tableau 14 : Répartition du personnel des radios selon le sexe et la catégorie socio professionnelle**

Catégorie socioprofessionnelle	Sexe		Total
	Homme	Femme	
<b>Total</b>	<b>2 682</b>	<b>489</b>	<b>3 171</b>
Directeurs et hauts cadres	311	45	356
Journalistes, animateurs et assimilés	870	170	1 040
Techniciens	320	14	334
Employés administratifs	169	52	221
Personnel de soutien	162	48	210
Travailleurs non rémunérés	703	130	833
Contractuels	147	30	177

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

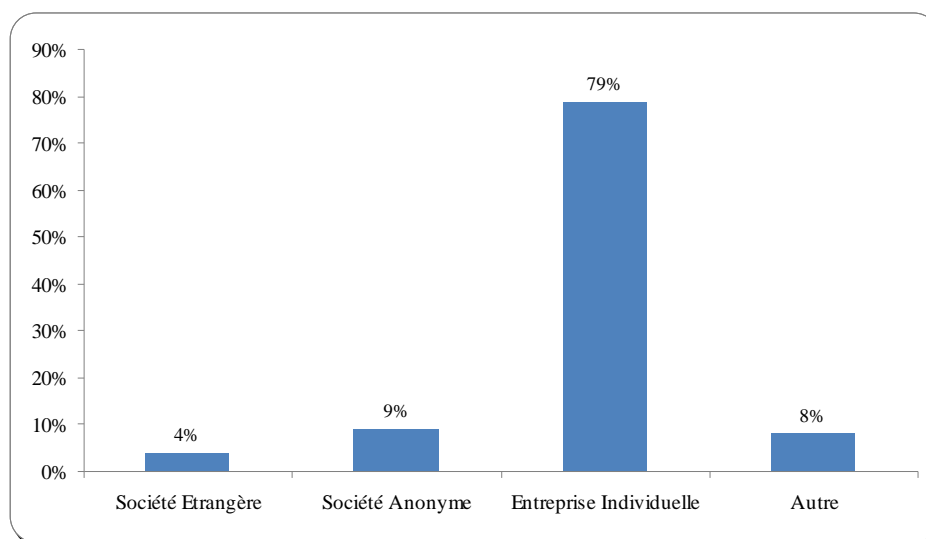
## CHAPITRE IV. CHAINES DE TÉLÉVISION

### 4.1. CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES

#### 4.1.1. STATUT JURIDIQUE

Les résultats trouvés au niveau des stations de télévision ont été à peu près identiques à ceux obtenus pour les stations de radio. En effet, les chaînes de télévision, au nombre de 55 en 2008, sont dans leur majorité des entreprises individuelles (79 %). Seulement 13 % sont des sociétés et 8 % n'ont pas déclaré de statut. Ce sont des chaînes communautaires et religieuses (graphique 4).

**Graphique 4 : Répartition en pourcentage des télévisions selon le statut juridique**



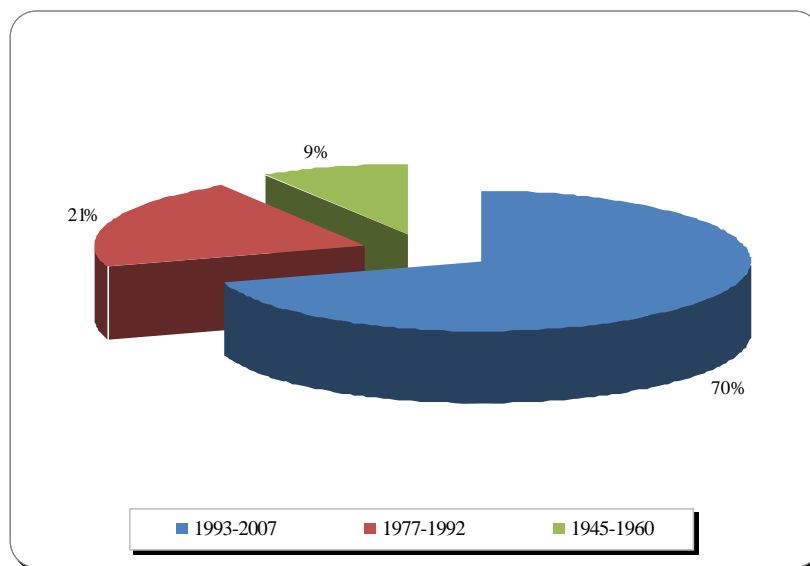
Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

#### 4.1.2. DÉBUT DE FONCTIONNEMENT ET BANDE DE RETRANSMISSION

Plus des deux-tiers des stations de télédiffusion utilisaient la bande VHF (74 %), 22 % émettaient sur la bande UHF et

seulement 4 % se servaient de câbles pour atteindre leur audience. Leur création remontait pour la grande majorité à 1993 (70 %). Le reste (30 %) avait plus de 15 ans d'existence (graphique 5).

**Graphique 5 : Répartition en pourcentage des chaînes de télévision selon la période du début de fonctionnement**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

#### 4.1.3. TENUE D'UNE COMPTABILITÉ ET TAILLE DES ENTREPRISES

La date de création de ces médias n'est aucunement liée à la qualité de leur gestion et de leur taille. Plus de la moitié d'entre eux ne tiennent aucune comptabilité (51 %) et celles enregistrées comme sociétés ont déclaré un capital social de moins de 100 000 gourdes (91 %). Le pourcentage des chaînes de télévision ayant un capital social supérieur à 100 000 gourdes n'était que de 9 %. De plus, en termes d'effectifs, elles étaient de petite taille. Le pourcentage de celles qui employaient moins

de 10 personnes était de 49 %, 25 % avaient un effectif entre 10 à 24 personnes et 17 % comprenaient un personnel entre 25 et 50 personnes. Seulement 9 % dépassait l'effectif de 50 personnes (tableau 15).

**Tableau 15 : Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon leur taille**

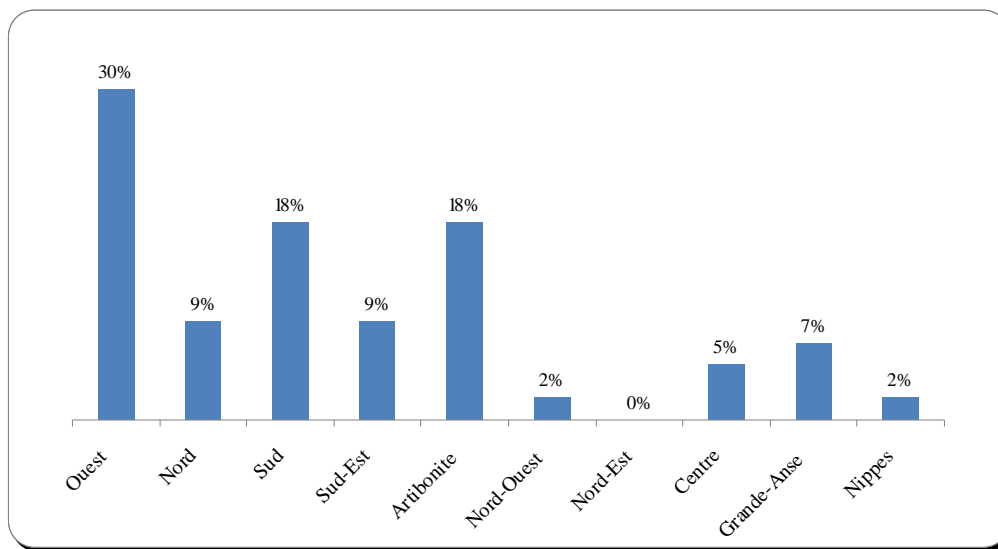
Taille	%
Moins de 10 employés	49
10-24	25
25-50	17
51 et plus	9
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

#### 4.1.4. COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE

Comme pour les radios, les chaînes de télévision sont prisées comme source d'information et de loisirs. Selon les résultats de l'enquête, elles se retrouvaient dans neuf départements du pays à l'exception du Nord-Est. Elles étaient en plus grand nombre dans l'Ouest, le Sud et l'Artibonite. Le Sud-Est, le Nord, la Grande-Anse et le Centre occupaient la position du milieu et les départements des Nippes et du Nord-Ouest étaient en queue de peloton, comme il est illustré dans le graphique 6 ci-dessus.

**Graphique 6 : Répartition en pourcentage des chaînes de télévision par département**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## 4.2. CARACTÉRISTIQUES DES SERVICES OFFERTS

### 4.2.1. PROGRAMMES ET LANGUES DE DIFFUSION

Les différentes chaînes ont visé l'éducation et la récréation de leurs téléspectateurs. Pour cette raison, leurs programmes ont tourné autour du sport, du cinéma et les vidéo clips des artistes musicaux en vogue. Les retransmissions se font à 70 % en français et à 30 % en créole pour les télévisions commerciales et publiques tandis qu'une répartition de 80 % en créole et 20 % en français est observée pour les télévisions communautaires et religieuses.

### 4.2.2. CHIFFRE D'AFFAIRES

Les chiffres d'affaires des chaînes de télévision sont constitués des ressources publicitaires produites par les chaînes, elles-mêmes et ailleurs, ainsi que des revenus provenant de ventes d'heures d'antennes, de ventes des droits de diffusion

d'émissions et d'autres revenus. Dans le cas des chaînes commerciales, le montant des chiffres d'affaires est évalué à 247.9 millions de gourdes, hormis des revenus liés à la vente de droits de diffusion d'émission pour laquelle on n'a enregistré aucune valeur. Les télévisions communautaires ont atteint, de leur côté, des chiffres d'affaires de l'ordre de 9 millions de gourdes essentiellement tirés par la rubrique des autres revenus représentant 85 % du total. En ce qui concerne les chaînes publiques et religieuses, les chiffres d'affaires se sont accumulés à 114 millions de gourdes dont la plus grande part provient des publicités de la station (98 %). (tableau 16).

Ces chiffres d'affaires démontrent que ce sous-secteur a eu une contribution au PIB (0.16 %) beaucoup plus importante que les stations de radio.

**Tableau 16 : Répartition du chiffre d'affaires des stations de télédiffusion par prestations de services selon le type de stations (en gourdes)**

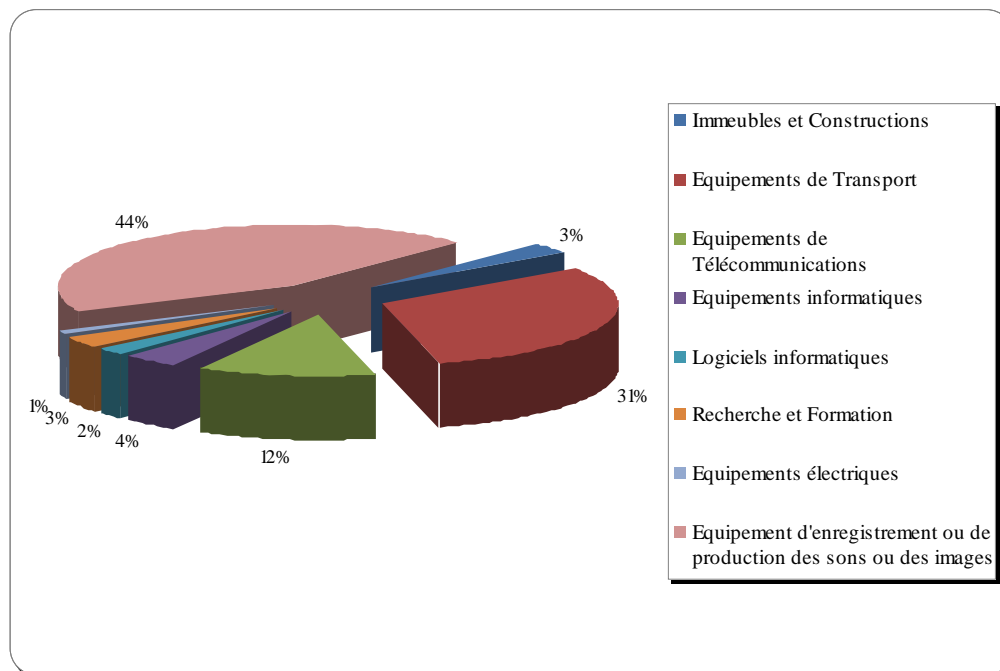
Prestations de services	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>247 937 870</b>	<b>9 065 381</b>	<b>114 083 725</b>	<b>371 086 976</b>
Heures d'antennes vendues hors publicité	52 066 953	–	204 930	52 271 883
Vente de droits de diffusion d'émission	–	90 654	–	90 654
Publicités de la station	76 860 740	–	111 966 116	188 826 856
Diffusion publicités produites ailleurs	52 066 953	1 269 153	1 912 679	55 248 785
Autres revenus	66 943 224	7 705 574	–	74 648 798

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 4.2.3. INVESTISSEMENTS

Les investissements consentis en 2008 ont été très faibles. Ils n'ont représenté que 0.06 % du total des investissements du pays. Principalement des acquisitions, les investissements ont surtout consisté en l'achat de produits d'enregistrement (44 %), d'équipements de transport (31 %) et d'équipements de télécommunications (graphique 7).

**Graphique 7 : Répartition en pourcentage des dépenses d'investissement par type**



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

#### 4.2.4. DÉPENSES D'EXPLOITATION

Quarante pourcent (40 %) des dépenses d'exploitation ont été distribuées sous forme de salaires. Dix neuf pourcent (19.0 %) des dépenses effectuées en ce qui a trait aux matières premières et services se sont retrouvées dans une catégorie «autres dépenses» sans aucune autre forme d'explication. L'achat de carburants et de combustibles (11.2 %), les dépenses en matériel d'éclairage (9.6 %) et le paiement de l'eau et de l'électricité (7.3 %) ont absorbé la majeure partie du reste des dépenses déclarées par les répondants. (tableau 17).



**Tableau 17 : Répartition des dépenses d'exploitation  
par type de stations de télédiffusion (en gourdes)**

Services et matières premières utilisées	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>133 381 679</b>	<b>377 821</b>	<b>138 146 560</b>	<b>271 906 060</b>
Salaires	73 025 615	97 793	35 588 732	108 712 140
Assurance des employés	1 420 311	–	–	1 420 311
Assurance des équipements	1 938 348	–	45 288	1 983 636
Abonnement à des agences de presse	9 649	–	–	9 649
Achats de droits de retransmission d'émission	14 226 922	60 037	2 211 166	16 498 125
Matériel et fourniture	211 677	8 577	–	220 254
Carburants et autres combustibles	7 607 915	96 487	22 703 370	30 407 772
Services postaux de télécommunications	7 148	7 505	4 927 712	4 942 365
Électricité	3 633 184	–	11 429 108	15 062 292
Eau	4 198 662	42 883	536 040	4 777 585
Publicité et relations publiques	368 812	16 081	95 761	480 654
Services de transport	271 615	21 656	1 163 471	1 456 742
Services de locations d'équipements et de véhicules	196 548	–	–	196 548
Services de réparation d'équipements et de véhicules	3 365 984	–	3 492 407	6 858 391
Matériel d'éclairage	22 000 068	26 802	4 120 446	26 147 316
Frais et intérêts bancaires	602 776	–	365 532	968 308
Autres dépenses	296 445	–	51 467 527	51 763 972

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### 4.3. EMPLOI ET GENRE

A l'instar des stations de radio, les chaînes de télévision ont été, en termes quantitatifs, beaucoup plus ouvertes aux hommes qu'aux femmes. Seulement 18 % de femmes contre 82 % d'hommes, ont bénéficié d'un emploi permanent dans ces

stations. Les femmes ont été essentiellement employées dans l'Administration et au sein du personnel de soutien. On les retrouve aussi dans des emplois exigeant beaucoup plus de qualification et de leadership. Elles ont ainsi travaillé comme Directrices et hauts cadres de station de télédiffusion, comme journalistes et comme techniciennes (tableau 18).

**Tableau 18 : Répartition du personnel des stations de télédiffusion selon le sexe et la catégorie socio professionnelle**

Catégorie socioprofessionnelle	Sexe		Total
	Homme	Femme	
<b>Total</b>	<b>752</b>	<b>170</b>	<b>922</b>
Directeurs et hauts cadres	70	22	92
Journalistes, animateurs et assimilés	117	15	132
Techniciens	154	31	185
Employés administratifs	219	40	259
Personnel de soutien	93	33	126
Travailleurs non rémunérés	64	14	78
Contractuels	35	15	50

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## CONCLUSION

Finalement, on peut conclure que l'évolution du secteur des télécommunications a été très dynamique durant l'année 2008, la période de référence de l'enquête. Tous les indicateurs calculés pour ses trois principaux sous-secteurs convergent vers ce constat.

En effet, avec une couverture du marché national de 37 %<sup>5</sup>, les opérateurs de téléphonie mobile ont fourni au trésor public le quart de leurs recettes globales (5 740 500 000 gourdes<sup>6</sup>) pour la période allant de 2006 à 2008. Les opérateurs de téléphonie fixe, quant à eux, sans investissements importants, ont quand même pu atteindre 6 % de ménages du pays à travers 108 308 abonnés<sup>7</sup>. Les trafics locaux attestent également cette bonne santé : 652 603 443 minutes pour les opérateurs de téléphonie mobile et 24 409 066 minutes pour les opérateurs de téléphonie fixe.

Pour ce qui concerne, les stations de radio et de télévision, elles ont connu une croissance sans précédent durant la décennie (1997-2007) qui a précédé l'année de l'enquête. La quantité de stations de radios a plus que doublé durant cette période avec un total de 278 stations contre 132 antérieurement. La tendance est la même pour les stations de télévision. De 23 unités en 1997, ils sont 55 à opérer en 2007. Selon les résultats de l'Enquête Mortalité, Morbidité et Utilisation des Services (EMMUS-IV), 61 % des ménages haïtiens possédaient un appareil radio et environ 25 % un téléviseur en 2006. Les signaux des radios étaient reçus dans pratiquement tous les départements tant en milieu urbain qu'en milieu rural. Pour les télévisions, la situation était presque similaire à l'exception du Nord-Est dont la population ne jouissait pas au moment de l'enquête de retransmissions télévisuelles.

Cette croissance forte du secteur des télécommunications a offert d'énormes possibilités économiques à la population haïtienne en permettant, grâce à la téléphonie mobile, aux différentes agglomérations qui étaient faiblement desservies ou

<sup>5</sup> *Autres Enquêtes du Consultant; FAFO International, 2009. Socio Economic Impacts of Mobile Phones in Haiti, report for AFD/Proparco.*

<sup>6</sup> *FAFO International, 2009. Socio Economic Impacts of Mobile Phones in Haiti, report for AFD/Proparco.*

<sup>7</sup> *Conseil National des Télécommunications (CONATEL).*

complètement isolées avant l'année fiscale 2008, de pouvoir communiquer entre elles et de sortir par conséquent de l'isolement.

Ces possibilités ont été amplifiées par l'apport des radios communautaires et religieuses qui ont comblé un vide dans les localités en offrant à leurs populations (particulièrement les femmes et les enfants) un espace de défense et de promotion de leurs intérêts sur le plan de l'éducation, des activités génératrices de revenus et de la santé en même temps qu'un moyen de faire l'exercice de la liberté d'expression. Ces stations de radios qui se trouvent dans les milieux les plus reculés du pays sont généralement très utiles pour faire passer des messages d'urgence, de secours en cas de catastrophe naturelle et autres.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Attalah P., *Théories de la communication. Sens, sujet, savoirs*, Montréal, PUQ, 1991.
2. Banque Mondiale, *World development Report 2000/2001 : Attacking Poverty*, New York, Oxford University Press, 2001.
3. FAFO International, 2009, *Socio Economic Impacts of Mobile Phones in Haïti*, report for AFD/Proparco.
4. Gabszewicz. J, Sonnac N., *L'industrie des médias*, Paris, La Découverte, 2006.
5. Missika J.-L., *La fin de la télévision*, Paris, Seuil, 2006..
6. OCDE (Organisation pour la Coopération Économique et le Développement), *Communications Outlook*, Paris, 1999.
7. Tassi P., *Modèles statistiques de la mesure d'audience des médias audiovisuels*, Paris, Economica, 2005.
8. Yves Marie Chanel (Présentation), *Eske kreyasyon anpil medya nan Peyi a nan avantaj laprès ak Demokrasi?*, Saint Marc, Internews, 2009.

## ANNEXES

## A. TABLEAUX SYNOPTIQUES

### A1. Les principales grandeurs économiques caractérisant les stations de radio par Département (en gourdes)

Grandeurs Économiques	Département										
	Ouest	Nord	Sud	Sud-Est	Artibonite	Nord-Ouest	Nord-Est	Centre	Grande-Anse	Nippes	Ensemble
Chiffre d' Affaires	153 250 070	21 840 208	11 184 940	6 867 472	52 965 349	2 410 593	4 072 314	3 092 021	3 271 045	151 143	259 105 155
Consommation Intermédiaire	56 992 645	1 339 806	717 736	430 425	1 612 221	397 562	537 166	263 675	394 863	21 889	62 707 987
Valeur ajoutée	96 257 425	20 500 402	10 467 204	6 437 047	51 353 128	2 013 031	3 535 148	2 828 346	2 876 182	129 254	196 397 168
Salaires	67 545 116	3 143 961	762 362	2 638 976	12 440 528	1 290 274	625 263	1 414 185	761 316	34 247	90 656 228
Assurances Employés	5 535 689	405 520	–	–	200 258	–	–	–	–	–	6 141 467
Excédent Brut d' exploitation	23 176 620	16 950 921	9 704 842	3 798 071	38 712 342	722 757	2 909 885	1 414 161	2 114 866	95 007	99 599 473
Personnel à plein temps	784	372	116	221	664	148	179	112	355	43	2 994
Investissements excluant les terrains	24 104 293	9 964 135	3 947 440	4 637 591	10 502 451	944 381	1 639 389	656 303	2 022 126	8 373	58 426 482
Nombre de stations	47	36	34	21	89	11	9	7	20	4	278

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### A2. Les principales grandeurs économiques caractérisant les stations de télédiffusion par Département (en gourdes)

Grandeurs Économiques	Département										
	Ouest	Nord	Sud	Sud-Est	Artibonite	Nord-Ouest	Nord-Est	Centre	Grande-Anse	Nippes	Ensemble
Chiffre d' Affaires	239 612 376	31 118 944	16 669 672	11 774 736	42 076 545	2 190 232	–	4 625 789	22 918 682	100 000	371 086 976
Consommation Intermédiaire	146 908 934	1 899 582	1 017 561	477 320	417 179	904 023	–	26 021	10 079 010	43 977	161 773 609
Valeur ajoutée	92 703 442	29 219 362	15 652 111	11 297 416	41 659 366	1 286 209	–	4 599 768	12 839 672	56 023	209 313 367
Salaires	84 486 672	15 100 276	1 314 848	73 801	242 368	664 250	–	48 474	6 736 006	45 445	108 712 140
Assurances Employés	1 420 311	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1 420 311
Excédent Brut d' exploitation	6 796 459	14 119 086	14 337 263	11 223 615	41 416 998	621 959	–	4 551 294	6 103 666	10 578	99 180 916
Personnel à plein temps	605	32	155	11	41	3	–	10	11	4	872
Investissements excluant les terrains	37 251 395	221 000	2 797 039	71 810	1 322 434	494 400	–	125 333	128 283	16 583	42 428 277
Nombre de stations	16	5	10	5	10	1	–	3	4	1	55

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## A3. Investissements des stations de radio par Département selon le type d'investissement (en gourdes)

Type d'investissement	Département										
	Ouest	Nord	Sud	Sud-Est	Artibonite	Nord-Ouest	Nord-Est	Centre	Grande-Anse	Nippes	Total
<b>Total</b>	<b>25 013 953</b>	<b>9 983 839</b>	<b>3 947 440</b>	<b>4 711 482</b>	<b>10 707 869</b>	<b>1 042 903</b>	<b>1 639 389</b>	<b>656 303</b>	<b>2 096 017</b>	<b>8 373</b>	<b>59 807 568</b>
Immeubles et Constructions	3 449 946	1 625 616	711 576	1 126 271	2 202 273	276 601	–	165 025	866 995	–	10 424 303
Équipements de transport	2 852 363	94 581	497 844	32 019	254 172	61 576	–	12 315	32 709	–	3 837 579
Équipements de télécommunications	6 158 808	2 970 443	707 615	494 382	1 972 463	66 699	956 599	312 807	291 527	–	13 931 343
Équipements Informatiques	3 160 619	532 512	274 137	281 047	2 402 002	152 216	31 527	39 408	136 711	7 389	7 017 568
Logiciels informatiques	977 588	282 266	134 113	37 118	182 512	32 019	3 940	–	5 467	–	1 655 023
Recherche et Formation	86 701	206 896	43 004	101 477	294 162	4 926	–	–	24 975	–	762 141
Terrains	909 660	19 704	–	73 891	205 418	98 522	–	–	73 891	–	1 381 086
Équipements électriques	5 164 728	1 758 620	852 147	439 426	1 796 490	185 714	224 663	72 315	374 975	492	10 869 570
Produits d'enregistrement	1 915 398	2 433 596	537 842	112 167	1 000 545	73 399	422 660	–	263 300	492	6 759 399
Amplificateurs/Magnétoscope	338 142	59 605	189 162	2 013 684	397 832	91 231	–	54 433	25 467	–	3 169 556

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## A4. Investissements des stations de télédiffusion par Département selon le type d'investissement (en gourdes)

Type d'investissement	Département										
	Ouest	Nord	Sud	Sud-Est	Artibonite	Nord-Ouest	Nord-Est	Centre	Grande-Anse	Nippes	Total
<b>Total</b>	<b>37 251 395</b>	<b>221 000</b>	<b>2 797 039</b>	<b>71 810</b>	<b>1 322 434</b>	<b>494 400</b>	<b>–</b>	<b>125 333</b>	<b>128 283</b>	<b>16 583</b>	<b>42 428 277</b>
Immeubles et Constructions	916 583	–	323 333	–	135 000	–	–	53 333	–	–	1 428 249
Équipements de transport	12 954 913	–	146 667	32 500	–	–	–	–	–	–	13 134 080
Équipements de télécommunications	2 225 781	50 000	1 333 333	–	968 667	306 667	–	53 333	–	333	4 938 114
Équipements Informatiques	912 871	10 000	533 333	–	51 067	21 333	–	18 667	–	–	1 547 271
Logiciels informatiques	341 047	20 000	133 333	–	–	6 400	–	–	12 450	–	513 230
Recherche et Formation	793 876	–	327 040	–	–	–	–	–	–	1 250	1 122 166
Terrains	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Équipements électriques	–	46 000	–	11 310	137 867	12 000	–	–	32 133	–	239 310
Produits d'enregistrement	18 756 059	80 000	–	–	–	–	–	–	9 000	1 667	18 846 726
Magnétoscope	350 265	15 000	–	28 000	29 833	148 000	–	–	74 700	13 333	659 131

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009



## B. INDICATEURS ET TABLEAUX RELATIFS AUX STATIONS DE RADIO (ANNÉE 2007-2008)

### B1. indicateurs

1. Chiffre d'affaires des stations de radio	259 105 155 gourdes
2. Chiffre d'affaires des stations de radio en pourcentage du PIB	0.11 %
3. Valeur ajoutée des stations de radio	196 397 168 gourdes
4. Salaires versés par les stations de radio	90 656 228 gourdes
5. Excédent Brut d'exploitation	99 599 473 gourdes
6. Investissement des stations de radio excluant les terrains	58 426 482 gourdes
7. Nombre de stations de radio	278
8. Nombre d'employés (permanents et contractuels)	3 171 personnes
9. Personnel permanent des stations de radio	2 994 personnes
10. Personnel permanent féminin des stations de radio	459
11. Salaire moyen par personne	28 589 gourdes
12. Part du personnel permanent féminin dans les stations de radio	15 %
13. Valeur ajoutée par personne employée	61 935 gourdes
14. Taux de valeur ajoutée	75.8 %
15. Taux d'investissement	29.7 %

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### B2. Tableaux

#### I. Caractéristiques générales des stations de radio en 2007-2008

**Tableau B2.1. Répartition en pourcentage des stations de radio selon le statut juridique**

Statut Juridique	%
Société Étrangère	1
Société en Nom Collectif	7
Société Anonyme	11
Entreprise Individuelle	55
Coopérative	4
Autre	22
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.2. Répartition en pourcentage des stations de radio selon le montant du capital social**

Montant du capital social (gourdes)	%
Moins de 100 000	94
100 000 - 500 000	1
500 001 - 1 000 000	2
1 000 001 et plus	3
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.3. Répartition en pourcentage des stations de radio selon la période du début de fonctionnement**

Années de début des activités	%
1993-2007	85
1977-1992	11
1961-1976	2
1945-1960	2
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.4. Répartition en pourcentage des stations de radio selon la tenue d'une comptabilité**

Tenue d'une comptabilité	%
Oui	31
Non	69
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.5. Répartition en pourcentage des stations de radio selon le type**

Type de radios	%
Commerciales	65
Communautaires	24
Publiques et Religieuses	11
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.6. Répartition en pourcentage des stations de radio selon le format des programmes**

Format des programmes	%
Programmes généralistes	93
Programmes musicaux	4
Programmes thématiques	3
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.7. Répartition en pourcentage des stations de radio selon le statut juridique et le type**

Statut juridique	Type de radio		
	Commercial	Communautaire	Public et Religieux
Société Étrangère	0	0	3.5
Société en Nom Collectif	8	6	3.5
Société Anonyme	15	0	5
Entreprise Individuelle	74	26	7
Coopérative	0	15	0
Autre	3	53	81
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## II. Emplois et salaires en 2007-2008

**Tableau B2.8. Répartition des employés des stations de radio par type d'emploi, nationalité et sexe selon le type de station de radio**

Type d'emplois/Sexe	Type de stations de radio			Total
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	
<b>Total</b>	<b>1 816</b>	<b>780</b>	<b>575</b>	<b>3 171</b>
<b>Permanents Haïtiens</b>				
Homme	1 228	429	329	1 986
Femme	193	57	78	328
<b>Contractuels Haïtiens</b>				
Homme	72	33	41	146
Femme	9	15	6	30
<b>Permanents Étrangers</b>				
Homme	265	198	86	549
Femme	48	48	35	131
<b>Contractuels Étrangers</b>				
Homme	1	–	–	1
Femme	1	–	–	–

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.9. Masse salariale annuelle (en gourdes) et personnel occupé par type de stations de radio et d'emplois**

Type de radios	Masse salariale annuelle (gourdes)		Personnel occupé	
	Permanents	Contractuels	Permanents	Contractuels
<b>Ensemble</b>	<b>84 370 959</b>	<b>6 285 269</b>	<b>2 994</b>	<b>177</b>
Commerciales	53 760 887	2 022 463	1 734	82
Communautaires	4 824 790	137 438	732	48
Publiques et Religieuses	25 785 282	4 125 368	528	47

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.10. Répartition de la masse salariale annuelle (en gourdes)  
par type de radios selon la taille (nombre d'employés)**

Type de radios	Nombre d'employés				Total (gourdes)
	Moins de 10 employés	10-24	25-50	51 et plus	
<b>Total</b>	<b>1 927 084</b>	<b>23 593 764</b>	<b>37 066 797</b>	<b>28 068 583</b>	<b>90 656 228</b>
Commerciales	1 399 105	22 738 285	31 645 960	–	55 783 350
Communautaires	461 970	765 824	3 734 434	–	4 962 228
Publiques et Religieuses	66 009	89 655	1 686 403	28 068 583	29 910 650

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.11. Masse salariale annuelle (en gourdes) du personnel des radios  
par catégorie socioprofessionnelle selon le type de stations de radio**

Catégorie socioprofessionnelle	Type de stations radio			Total
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	
Directeurs et hauts cadres	20 430 967	1 881 330	8 597 562	30 909 859
Journalistes	19 651 577	1 607 362	6 647 837	27 906 776
Techniciens	5 561 542	702 857	4 277 608	10 542 007
Personnel administrative	4 374 596	470 443	4 477 184	9 322 223
Personnel de soutien	3 742 205	162 798	1 368 794	5 273 797
Contractuels	2 022 463	137 438	4 541 665	6 701 566
<b>Total</b>	<b>55 783 350</b>	<b>4 962 228</b>	<b>29 910 650</b>	<b>90 656 228</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.12. Répartition du personnel des radios par catégorie socio professionnelle selon le type de stations de radio**

Catégorie socio professionnelle	Type de stations de radio			Total
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	
<b>Total</b>	<b>1 816</b>	<b>780</b>	<b>575</b>	<b>3 171</b>
Directeurs et hauts cadres	235	77	44	356
Journalistes	662	176	202	1 040
Techniciens	199	85	50	334
Personnel administrative	133	38	50	221
Personnel de soutien	150	27	33	210
Travailleurs non rémunérés	355	329	149	833
Contractuels	82	48	47	177

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**III. Investissements en 2008****Tableau B2.13. Investissements des stations de radio par type (en gourdes)**

Type d'investissement	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>43 966 027</b>	<b>5 626 036</b>	<b>10 215 505</b>	<b>59 807 568</b>
Immeubles et Constructions	8 531 776	828 488	1 064 039	10 424 303
Équipements de transport	3 005 360	83 251	748 968	3 837 579
Équipements de télécommunications	9 733 267	779 017	3 419 059	13 931 343
Équipements Informatiques	4 415 194	1 884 914	717 460	7 017 568
Logiciels informatiques	639 901	27 635	987 487	1 655 023
Recherche et Formation	218 645	233 152	310 344	762 141
Terrains	1 307 195	–	73 891	1 381 086
Équipements électriques	8 363 908	1 382 477	1 123 185	10 869 570
Produits d'enregistrement	4 869 095	342 768	1 547 536	6 759 399
Amplificateurs/Magnétoscope	2 881 686	64 334	223 536	3 169 556

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.14. Investissement par type de transaction et de stations de radio (en gourdes)**

Type de transaction	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>43 966 027</b>	<b>5 626 036</b>	<b>10 215 505</b>	<b>59 807 568</b>
Acquisition	40 313 345	4 559 292	7 479 680	52 352 317
Rénovation	7 315 328	1 177 680	2 735 825	11 228 833
Vente	3 662 646	110 936	-	3 773 582

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.15. Répartition des dépenses de matières premières et services utilisés par type de stations de radio (en gourdes)**

Services et matières premières utilisés	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>45 438 304</b>	<b>3 742 549</b>	<b>13 527 134</b>	<b>62 707 987</b>
Assurance des équipements	115 015	-	4 692 131	4 807 145
Abonnement à des agences de presse	433 141	31 665	3 482	468 288
Achats de droits de retransmission d'émission	27 094	-	22 906	50 000
Matériel et fourniture	7 332 555	426 315	2 264 342	10 023 212
Carburants et autres combustibles	15 172 486	1 480 887	4 500 486	21 153 859
Services postaux de télécommunications	822 215	171 793	17 143	1 011 151
Électricité	1 689 623	190 468	106 798	1 986 889
Eau	4 868 924	562 389	168 084	5 599 397
Publicité et relations publiques	1 231 954	106 527	1 182	1 339 663
Services de transport	4 959 136	95 074	292 621	5 346 831
Services de locations d'équipements et de véhicules	1 590 774	144 761	27 512	1 763 047
Services de réparation d'équipements et de véhicules	1 301 490	45 985	1 053 660	2 401 135
Matériel d'éclairage	4 529 879	286 389	363 620	5 179 888
Frais et intérêts bancaires	945 029	4 729	13 167	962 926
Autres dépenses	418 989	195 567	-	614 556

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau B2.16. Répartition du Chiffre d'Affaires des stations de radio par prestations de services selon le type de stations (en gourdes)**

Prestations de services	Type de stations de radio			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>187 678 314</b>	<b>11 757 962</b>	<b>59 668 879</b>	<b>259 105 155</b>
Heures d'antennes vendues hors publicité	39 721 641	370 833	65 994	40 158 468
Vente de droits de diffusion d'émission	123 935	705 282	116 462	945 679
Publicités de la station	80 735 166	2 298 325	2 850 533	85 884 024
Diffusion publicités produites ailleurs	47 893 921	4 939 618	23 180 313	76 013 852
Autres revenus	19 203 651	3 443 904	33 455 577	56 103 132

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

### C. INDICATEURS ET TABLEAUX RELATIFS AUX STATIONS DE TELEDIFFUSION (Année 2007-2008)

#### C1. Indicateurs

1. Chiffre d'affaires des stations de télédiffusion	371 086 976 gourdes
2. Chiffre d'affaires des stations de télédiffusion en pourcentage du PIB	0.16 %
3. Valeur ajoutée des stations de télédiffusion	209 313 367 gourdes
4. Salaires versés par les stations de télédiffusion	108 712 140 gourdes
5. Excédent Brut d'exploitation	99 180 916 gourdes
6. Investissement des stations de télédiffusion	42 428 277 gourdes
7. Investissement des stations de télédiffusion en pourcentage du total des investissements dans le pays	0.06 %
8. Nombre de stations de télédiffusion	55
9. Nombre d'employés (permanents et contractuels)	922 personnes
10. Personnel permanent des stations de télédiffusion	872 personnes
11. Personnel permanent féminin des stations de télédiffusion	153
12. Salaire moyen par personne employée	117 909 gourdes
13. Part du personnel permanent féminin	17.5 %
14. Valeur ajoutée par personne employée	227 021 gourdes
15. Taux de valeur ajoutée	56.4 %
16. Taux d'investissement	20.3 %

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009



**C2. Tableaux****I. Caractéristiques générales des stations de télédiffusion en 2007-2008****Tableau C2.1. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon le statut juridique**

<b>Statut Juridique</b>	<b>%</b>
Société Étrangère	4
Société Anonyme	9
Entreprise Individuelle	79
Autre	8
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.2. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon le montant du capital social**

<b>Montant du capital social (gourdes)</b>	<b>%</b>
Moins de 100 000	91
1 000 001 et plus	9
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.3. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon la période du début de fonctionnement**

<b>Années de début des activités</b>	<b>%</b>
1993-2007	70
1977-1992	21
1945-1960	9
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.4. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon la tenue d'une comptabilité**

Tenue d'une comptabilité	%
Oui	49
Non	51
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.5. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion selon le type**

Type de stations de télédiffusion	%
Commerciales	82
Communautaires	5
Publiques et Religieuses	13
<b>Total</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.6. Répartition en pourcentage des stations de télédiffusion par statut juridique selon le type de station**

Statut juridique	Type de station de télédiffusion		
	Commercial	Communautaire	Public et Religieux
Société Étrangère	4	–	–
Société en nom Collectif	–	–	–
Société Anonyme	11	–	–
Entreprise Individuelle	85	100	50
Coopérative	–	–	–
Autre	–	–	50
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

## II. Emplois et salaires en 2007-2008

**Tableau C2.7. Répartition des employés des stations de télédiffusion par type d'emploi, nationalité et sexe selon le type de stations de télédiffusion**

Type d'emplois/Sexe	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>15</b>	<b>480</b>	<b>922</b>
<b>Permanents Haïtiens</b>				
Homme	320	7	332	659
Femme	56	2	82	140
<b>Contractuels Haïtiens</b>				
Homme	10	–	25	35
Femme	7	–	8	15
<b>Permanents Étrangers</b>				
Homme	31	6	23	60
Femme	3	–	10	13
<b>Contractuels Étrangers</b>				
Homme	–	–	–	–
Femme	–	–	–	–

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.8. Masse salariale annuelle (en gourdes) et personnel occupé par type de stations de télédiffusion et d'emplois**

Type de stations de télédiffusion	Masse salariale annuelle (gourdes)		Personnel occupé	
	Permanents	Contractuels	Permanents	Contractuels
<b>Ensemble</b>	<b>99 497 568</b>	<b>9 214 572</b>	<b>872</b>	<b>50</b>
Commerciales	70 029 927	5 068 079	410	17
Communautaires	100 568	–	15	–
Publiques et Religieuses	29 367 073	4 146 493	447	33

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.9. Répartition de la masse salariale annuelle (en gourdes)  
par type de stations de télédiffusion selon la taille (nombre d'employés)**

Type de stations de télédiffusion	Nombre d'employés				Total (gourdes)
	Moins de 10 employés	10-24	25-50	51 et plus	
Commerciales	2 797 851	6 142 380	66 157 775	–	75 098 006
Communautaires	100 568	–	–	–	100 568
Publiques et Religieuses	–	–	–	33 513 566	33 513 566
<b>Total</b>	<b>2 898 419</b>	<b>6 142 380</b>	<b>66 157 775</b>	<b>33 513 566</b>	<b>108 712 140</b>

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2**

**Catég  
socioprofe**

Directeurs et h

Journalistes

Techniciens

Personnel adm

Personnel de s

Contractuels

**Total**

Source : IHSI-DSE/E

**Tableau C2.11. Répartition du personnel des stations de télédiffusion par catégorie socio professionnelle selon le type de stations de télédiffusion**

Catégorie socioprofessionnelle	Type de stations de télédiffusion			Total
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	
<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>15</b>	<b>480</b>	<b>922</b>
Directeurs et hauts cadres	47	2	45	94
Journalistes	93	–	39	132
Techniciens	113	6	65	184
Personnel administratif	86	1	170	257
Personnel de soutien	36	–	90	126
Travailleurs non rémunérés	34	6	38	78
Contractuels	17	–	33	50

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**III. Investissements en 2007-2008****Tableau C2.12. Investissements des stations de télédiffusion par type (en gourdes)**

Type d'investissement	Type de stations de télédiffusion			Total
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	
<b>Total</b>	<b>37 065 081</b>	<b>105 000</b>	<b>5 258 196</b>	<b>42 428 277</b>
Immeubles et Constructions	511 667	–	916 582	1 428 249
Équipements de transport	11 071 580	–	2 062 500	13 134 080
Équipements de télécommunications	2 609 000	50 000	2 279 114	4 938 114
Équipements Informatiques	1 537 271	10 000	–	1 547 271
Logiciels informatiques	513 230	–	–	513 230
Recherche et Formation	1 122 166	–	–	1 122 166
Terrains	–	–	–	–
Équipements électriques	209 310	30 000	–	239 310
Produits d'enregistrement	18 846 726	–	–	18 846 726
Amplificateurs/Magnétoscope	644 131	15 000	–	659 131

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.13. Investissement par type de transaction selon le type de stations de télédiffusion (en gourdes)**

Type de transaction	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>37 065 081</b>	<b>105 000</b>	<b>5 258 196</b>	<b>42 428 277</b>
Acquisition	39 096 947	105 000	4 341 614	43 543 561
Rénovation	250 333	–	916 582	1 166 915
Vente	2 282 199	–	–	2 282 199

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.14. Répartition des dépenses par type de matières premières et services utilisés selon le type de stations de télédiffusion (en gourdes)**

Services et matières premières utilisés	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>58 935 753</b>	<b>280 028</b>	<b>102 557 828</b>	<b>161 773 609</b>
Assurance des équipements	1 938 348	–	45 288	1 983 636
Abonnement à des agences de presse	9 649	–	–	9 649
Achats de droits de retransmission d'émission	14 226 922	60 037	2 211 166	16 498 125
Matériel et fourniture	211 677	8 577	–	220 254
Carburants et autres combustibles	7 607 915	96 487	22 703 370	30 407 772
Services postaux de télécommunications	7 148	7 505	4 927 712	4 942 365
Électricité	3 633 184	–	11 429 108	15 062 292
Eau	4 198 662	42 883	536 040	4 777 585
Publicité et relations publiques	368 812	16 081	95 761	480 654
Services de transport	271 615	21 656	1 163 471	1 456 742
Services de locations d'équipements et de véhicules	196 548	–	–	196 548
Services de réparation d'équipements et de véhicules	3 365 984	–	3 492 407	6 858 391
Matériel d'éclairage	22 000 068	26 802	4 120 446	26 147 316
Frais et intérêts bancaires	602 776	–	365 532	968 308
Autres dépenses	296 445	–	51 467 527	51 763 972

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

**Tableau C2.15. Répartition du Chiffre d'Affaires des stations de télédiffusion par prestations de services selon le type de stations (en gourdes)**

Prestations de services	Type de stations de télédiffusion			
	Commerciales	Communautaires	Publiques et Religieuses	Total
<b>Total</b>	<b>247 937 870</b>	<b>9 065 381</b>	<b>114 083 725</b>	<b>371 086 976</b>
Heures d'antennes vendues hors publicité	52 066 953	–	204 930	52 271 883
Vente de droits de diffusion d'émission	–	90 654	–	90 654
Publicités de la station	76 860 740	–	111 966 116	188 826 856
Diffusion publicités produites ailleurs	52 066 953	1 269 153	1 912 679	55 248 785
Autres revenus	66 943 224	7 705 574	–	74 648 798

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009