

**Enjeux et rôle des NTIC dans les mutations urbaines :
Le cas de Touba**

Cheikh Gueye

Document préparé pour le projet de l'UNRISD
"Les nouvelles technologies de l'information et de la communication
et le développement social au Sénégal"

mai 2002



L'Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD) est une institution autonome qui entreprend des recherches multidisciplinaires sur les dimensions sociales de problèmes contemporains du développement. L'Institut est guidé, dans son travail, par la conviction qu'il est indispensable, pour définir des politiques efficaces de développement, de bien comprendre le contexte social et politique. L'Institut tente donc de donner aux gouvernements, aux organismes de développement, aux organisations de base et aux universitaires, les moyens de mieux comprendre comment les processus et les politiques de développement, que modifient la situation économique et sociale et l'environnement, affectent divers groupes sociaux. Travaillant par l'intermédiaire d'un vaste réseau de centres nationaux de recherche, l'UNRISD vise à encourager une recherche originale et à renforcer la capacité de recherche des pays en développement.

Le programme de recherche de l'UNRISD s'organise autour de cinq domaines: Politique sociale et développement; Démocratie, gouvernance et droits de l'homme; Identités, conflit et cohésion; Société civile et mouvements sociaux; et Technologie, entreprise et société.

Pour obtenir des publications de l'Institut, veuillez prendre contact avec le Centre de référence.

UNRISD
Centre de référence
Palais des Nations
CH-1211 Genève 10
Suisse

Téléphone: +41 (0)22 917 3020
Fax: +41 (0)22 917 0650
E-mail: info@unrisd.org
Internet: <http://www.unrisd.org>

Copyright © Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social (UNRISD).

Le présent document ne constitue pas une publication officielle de l'UNRISD. La responsabilité des opinions exprimées dans les études signées n'engagent que leurs auteurs et la disponibilité de telles études sur le site Internet de l'UNRISD (<http://www.unrisd.org>) ne signifie en aucun cas qu'il existe un soutien quelconque de l'UNRISD aux opinions qui y sont exprimées. Aucune publication ou distribution de tels documents ne peut être permise sans l'autorisation préalable de leurs auteurs, à l'exception d'un usage personnel.

Pays ouvert très tôt aux évolutions du monde, de par son histoire, le Sénégal a misé depuis longtemps sur les TIC. Le transistor a fortement contribué à la naissance d'un sentiment national et à l'éveil politique des Sénégalais. La radiodiffusion nationale contrôlée par l'État a été l'instrument de reproduction du pouvoir dans un contexte de prégnance de l'oralité. La Société nationale des Télécommunications (SONATEL), qui applique depuis 1985 une politique hardie de développement du téléphone, est l'une des plus florissantes de la sous-région ouest africaine et la seconde entreprise du Sénégal par son chiffre d'affaires. Le système de télécommunications mis en place est le plus performant de l'Afrique de l'Ouest. Il est constitué d'un réseau entièrement numérisé, utilisant la fibre optique et couvrant assez bien le territoire national. L'autorisation donnée en 1992 par la SONATEL pour la commercialisation privée du téléphone s'inscrit dans la vulgarisation et l'utilisation massive de cette technologie. Plusieurs études ont été déjà consacrées aux télécentres à Dakar et dans le reste du Sénégal (Sagna 2000, Zongo 2000). Le réseau de la SONATEL permet le développement des téléservices et des avancées en matière d'autoroutes de l'information. En outre, il devrait accélérer, plus que pour les autres technologies de masse, l'utilisation d'Internet par le Sénégalais moyen. Le nombre de minutes de connexion à Internet a ainsi connu une croissance extraordinaire depuis trois ans.

La nouvelle révolution des TIC constitue un enjeu important pour l'avenir du Sénégal et pour celui d'une société sénégalaise de plus en plus urbanisée et de plus en plus tournée vers l'extérieur. Touba, ville religieuse et deuxième centre urbain du pays (500 000 habitants environ), sera le lieu d'observation de la relation urbanisation croissante-appropriation des NTIC. Son urbanisation fulgurante est, contrairement à Dakar où le rôle fondateur de l'État est primordial, le résultat d'une prise en charge volontariste d'une confrérie religieuse musulmane qui a joué au début du siècle un rôle de remplacement des structures sociales traditionnelles de la société *wolof*.

Le choix de Touba pour appréhender les termes d'une appropriation particulière des NTIC au Sénégal et notamment par les sociétés urbaines sénégalaises est à la fois pertinent et provocateur. En effet, si Touba est un laboratoire et un analyseur intéressant de l'urbanisation croissante de la société sénégalaise et de la construction parallèle d'une ou de plusieurs identités translocales du fait de sa diasporisation accélérée dans le monde, il demeure également le point d'ancrage fort d'une confrérie qui a des valeurs et des pratiques, qui même si elles se transforment en se diffusant, n'en restent pas moins singulières et conservées. Sous ce rapport, les analyses qui seront faites dans cette étude vaudront sans doute en partie pour la société sénégalaise, mais elles révéleront également la singularité de la confrérie *mouride*. C'est cette ambivalence dialectique qui fait l'intérêt d'une étude de la société sénégalaise par l'une de ses composantes.

Le lieu et l'objet de cette recherche doivent être clarifiés. Touba constitue le révélateur des dynamiques et mutations de la confrérie *mouride*. Elle est, en effet, un de leurs multiples foyers de vie parmi d'autres implantés au Sénégal, en Europe, en Afrique, aux États-Unis et ailleurs, mais également son lieu d'unicité, de retour et de retrouvailles.

Les NTIC constituent le nouveau territoire que les *mourides* cherchent à conquérir après les espaces sénégalais et internationaux. La projection voulue et réalisée de la société maraboutique, de ses jeux politiques, de ses faits culturels et cultuels, et de son dynamisme économique sur un espace qui s'étend toujours, au Sénégal comme à l'extérieur, peut faire valablement parler de « *territoire* » et appelle une analyse en ces termes.

L'objectif général de cette contribution est d'appréhender l'impact du développement des NTIC dans une ville religieuse qui s'aligne de plus en plus sur les autres villes sénégalaises, et de comprendre ainsi les mécanismes de leur appropriation par une société urbaine *toubienne* en pleine mutation. L'étude de Touba doit permettre de comprendre le comportement de ce groupe *urbi* et *orbi*, et en relation avec l'adoption des NTIC. Elle doit également poser la problématique de l'appropriation des TIC par des sociétés islamiques pourtant souvent considérées comme anti-occidentalistes.

Touba est une ville religieuse fondée en 1888 par Cheikh Ahmadou Bamba initiateur d'une voie mystique musulmane, devenue depuis une centaine d'années, une grande confrérie dont le chef suprême est le khalife général, héritier biologique et spirituel du fondateur. Il est la capitale rêvée, réalisée et vécue d'un groupe religieux fondé autour d'un projet universaliste et qui s'est effectivement transnationalisé en exportant ses symboles sacrés et culturels, ses pratiques sociales et économiques.

Touba est devenu récemment la deuxième agglomération urbaine du Sénégal après Dakar, y compris pour le téléphone. L'armature urbaine sénégalaise essentiellement tournée vers la façade maritime s'enrichit ainsi à l'intérieur du pays d'une autre ville de taille importante qui tend à contrebalancer l'influence écrasante de

Dakar, la capitale nationale. Mais malgré cette arrivée en trombe dans le concert des villes sénégalaises, Touba n'a pas le statut administratif de ville obligatoirement couplé à celui de commune d'après la législation nationale. Il constituerait alors sans doute le plus gros village du monde avec un demi million d'habitants (estimation). Selon le recensement de 1988 plus de 90% de cette population est d'origine rurale.

Touba bénéficie de fait d'un statut d'exterritorialité et de zone franche couvrant des règles et des valeurs internes à la ville : entre 1945 et 1968, l'interdiction avait frappé les établissements de santé et l'école vus comme des éléments d'occidentalisation et depuis 1985, l'usage du tabac et de l'alcool, les jeux de hasard, le football, le cinéma sont complètement prohibés dans la limite du statut particulier. Le statut d'exterritorialité de fait dont bénéficie Touba a été le stimulateur d'une économie basée sur le commerce et la ressource religieuse dont on a longtemps douté de la viabilité. Aujourd'hui, Touba semble attirer plus que Dakar et la ville religieuse devient une grande agglomération, un nouveau pôle économique et d'échange qui s'affirme. Certains l'appellent déjà la «*capitale de l'informel*». Il constitue pour les dizaines de milliers de migrants internationaux *mourides* un lieu de retour privilégié (une sorte de Jérusalem), un espace d'investissement symbolique, ostentatoire mais de plus en plus économiquement viable.

Les sociétés de télécommunications, la SONATEL et la SENTEL notamment, après avoir développé une logique de rattrapage pour satisfaire le marché *toubien*, s'engagent dans une politique d'anticipation et d'investissement-pari. Touba est pour la SONATEL, comme pour sa concurrente la SENTEL, en ce qui concerne aussi bien la téléphonie mobile que le téléphone fixe, le second centre le plus important du pays, et les projets allant dans le sens du renforcement de cette position sont nombreux face à la demande croissante. Même si la ville vit et fonctionne grâce à l'apport des migrants internationaux, elle abrite également une extrême pauvreté et la population est analphabète à 85%. Quels peuvent être les mécanismes d'adoption du téléphone et d'Internet par le secteur informel de Touba et ses nombreux réfugiés économiques ?

Les *mourides* qui créent des regroupements transnationaux dans les pays où ils se sont disséminés utilisent largement des NTIC pour leur organisation mais également pour leur relation à la ville et avec leurs familles qui y sont restées ou installées. Aujourd'hui, l'invention de nouvelles formes de gestion urbaine se fait avec ses ressources technologiques qui permettent l'application de règles de gestion foncière particulières. Les *mourides* ne sont-ils pas déjà positionnés dans la bataille du Savoir et du Contenu et pour lequel le Sénégal est presque inexistant ? Comme d'autres indicateurs le prouvent, c'est de plus en plus le privé et la société civile qui donnent le la pour les avancées et les innovations dans un contexte d'affaiblissement de l'État.

L'analyse des représentations montre la place réelle des effets de mode, de la fascination, des opportunités, du besoin d'information, du besoin de se mettre au diapason, du besoin d'affirmation individuelle ou d'autonomisation dans l'adoption rapide des NTIC à Touba.

Approche méthodologique

L'étude intègre les sources statistiques et les enquêtes qualitatives dans la perspective d'identifier les corrélations entre le développement considérable des NTIC et les mutations sociales observées dans la ville. La démarche combine effectivement une échelle macro qui a une fonction exploratoire et une échelle micro qui rend compte de l'appropriation des NTIC par les acteurs. Ces deux échelles correspondent aux deux approches qui ont été conjuguées : l'approche quantitative et l'approche qualitative. Il s'est d'abord agi de faire un état des lieux du développement des NTIC à Touba à travers un détour historique qui donne un éclairage indispensable sur les évolutions sociales dont elles sont le moteur. La collecte des données statistiques a été approfondie au niveau de la SONATEL pour saisir l'évolution et l'intensification de son utilisation à Touba et sa signification. La substitution du téléphone mobile au téléphone fixe semble être inéluctable. Des enquêtes sectorielles localisées ont approfondi les premiers résultats et les hypothèses suscités par l'exploitation des données statistiques. Au-delà du téléphone et d'Internet, l'utilisation de l'ordinateur comme moyen de gestion de l'information est entrée en ligne de compte. Le processus d'adoption de l'outil informatique et la transformation des mœurs qu'il implique sont analysés. Les écoles de formation et les principaux types d'utilisateurs de micro-informatique ont été interrogés sur ce point.

Après l'analyse de l'invention et de la transnationalisation de la confrérie *mouride*, l'étude tente de retracer l'évolution des réseaux de télécommunication à Touba et d'évaluer dans quelle mesure les NTIC sont instrumentalisés par les marabouts, les khalifes de quartier et les khalifes généraux, dans la gestion urbaine à l'échelle des quartiers et de la ville. Les mécanismes de l'appropriation du téléphone fixe et portable ainsi que de la micro-informatique et d'Internet par le puissant groupe des commerçants du secteur informel de Touba ont aussi été identifiés. Par ailleurs, l'analyse du contenu d'une dizaine de sites *web mourides* démontre le choix des *mourides* de faire d'Internet un nouveau territoire et de le marquer de leur identité. Sous ce rapport, les NTIC contribuent à la création d'autres formes d'identités et de sociabilités se

nourrissant ou s'accommodant de la distance, et rendent le prosélytisme *mouride* plus efficace, le conformant ainsi à ses ambitions universalistes. Les deux pouvoirs qu'analyse Castells (1999).

Logiques territoriales et logiques identitaires

La première phase de territorialisation-migration de la confrérie *mouride* a eu comme cadre le milieu rural. Son analyse est primordiale si l'on veut comprendre le fonctionnement de cette confrérie, ce qu'elle représente pour la société sénégalaise et les enjeux que porte son appropriation des NTIC.

Une logique de conquête territoriale appliquée d'abord au milieu rural

La tradition de conquête territoriale des *mourides* est née en milieu rural où la confrérie a vu le jour dans le dernier quart du XIX^{ème} siècle et au sein duquel elle a conçu et testé la relation fondamentale marabout-disciple qui structure son fonctionnement. La confrérie *mouride* a été largement influencée par son substrat *wolof* du Cayor et du Baol (royaumes précoloniaux) dont la singularité est d'être hiérarchisée en castes et en ordres, et «d'être intégralement islamisé, mais de ne l'être que depuis une date récente tout en ayant été soumis depuis très longtemps à l'influence de l'islam» (Pélissier 1966 : 112).

Les confréries soufi, dont le *mouridisme* est l'une des composantes, ont des origines très anciennes et relèvent d'un « *islam parallèle* », toujours issu de l'« expérience originale et individuelle d'un croyant ». Les premières confréries sont apparues au Moyen-Orient, d'où elles ont progressivement gagné des franges importantes de musulmans à la faveur des conquêtes et des échanges. On les retrouve aujourd'hui dans tout le monde musulman, et sous différentes formes locales ou transnationales¹.

Le *mouridisme*, confrérie qui a le plus marqué le paysage religieux sénégalais, a pendant longtemps été considéré comme une branche locale de la *qâdiriyya*² qui a développé des relations de filiation spirituelle et biologique hors du Sénégal, notamment en Mauritanie. Ce fait est extrêmement important pour notre propos. En effet, l'origine *qâdiriyya* du *mouridisme* lui confère, dès sa naissance, une place particulière dans un islam transnationalisé et cosmopolite. Et son internationalisation actuelle n'est, semble-t-il, qu'une étape de la maturation de ce groupe religieux qui a toujours proclamé son universalisme et fait de son universalité un défi.

L'affirmation de la confrérie *mouride* est une nouvelle forme de socialisation et de spatialisation pour la société sénégalaise. La territorialisation de la *mouridiyya* répond à la perte de repères spatiaux qui découle du démantèlement des royaumes *wolof*. La migration des symboles et de l'idéologie *mouride* a ainsi commencé en milieu rural sénégalais qui constitue le premier territoire de la confrérie.

Cette nouvelle force sociale qui s'est construite en milieu rural s'approprie l'urbain et l'interprète dans le sens de son symbole et de son projet de société, démontrant ainsi une capacité d'adaptation extraordinaire par rapport aux nouveaux enjeux de la société sénégalaise. La relation marabout-disciple a pris une nouvelle dimension avec la disparition de Cheikh Ahmadou Bamba en 1927 et surtout avec l'action de ses successeurs. Par la suite, les composantes citadine et internationale de la migration *mouride* lui ont donné un nouveau sens et de nouvelles formes d'expression. Le niveau d'appropriation des NTIC fait évoluer cette relation et les pratiques qui lui sont associées.

L'urbain, une innovation réussie pour les Mourides : NTIC et territorialisation

Mais malgré cet ancrage rural presque congénital, la confrérie a suivi et organisé le peuplement massif des villes sénégalaises dans lesquelles ses disciples se sont taillés des espaces économiques et sociaux,

¹ Leur présence est notée en Turquie autour des derviches et dans leur «*tekke*» (*zawiyya*) où elles continuent à jouer un rôle important malgré leur interdiction par Mustafa Kémal. Dans le sous-continent indien, elles se sont constituées en branches multiples après l'invasion mongole. Voir Popovic et Veinstein (1985 :7-10).

² Confrérie se rattachant au Cheikh Abdal-Khadir Djeylani (1077-1166) de Bagdad et introduite en Afrique par Fez au Maroc. Son développement généralisé au Sénégal à partir du XVIII^{ème} siècle est lié à l'action des Kounta, du cheikh Mohammed al Fadel et du Cheikh Sidiya al Kebir.

inventant et dominant des secteurs entiers. La première vague d'émigration des *mourides* vers Dakar, Thiès, Kaolack et la plupart des villes-escales arachidières eut lieu à partir de la fin de la Seconde Guerre mondiale. Cette émigration permit à la confrérie de remplacer progressivement les Libano-syriens dans la traite de l'arachide et d'exercer ainsi son contrôle sur l'ensemble de la filière. Elle constitua également l'étape de préparation de la deuxième vague qui commença à partir de 1970 avec la sécheresse endémique des campagnes sénégalaises, facilitant ainsi l'accueil et l'insertion des migrants de la deuxième génération dans l'espace urbain.

Les *mourides* ont su s'insérer en ville tout en gardant leurs liens entre eux et avec le corps maraboutique d'encadrement.

L'émigration massive des *mourides* vers les villes a rompu la proximité entre marabouts et disciples et suscité l'innovation dans les termes de la relation et dans son vécu. Le fonctionnement à distance de la relation au moment où la confrérie avait besoin de toutes ses énergies et de tous ses moyens humains et matériels pour construire sa mosquée et sa ville, nécessitait une organisation particulière. Le khalife, autorité suprême de la confrérie, avait besoin de relayer ses mots d'ordre à des disciples de plus en plus dispersés et pris dans un système urbain contraignant. C'est ainsi que les *dahira*, associations de solidarité, de mobilisation et de communication, sont les leviers par lesquels les *mourides* ont surmonté l'individualité et l'anonymat en milieu urbain. La distance entre marabouts et disciples a favorisé le rapprochement entre les disciples et la construction d'une identité collective autour de valeurs, de pratiques, de manifestations, et du projet d'universalisation de la confrérie. La radio et la télévision ont joué de ce point de vue un rôle central. Elles étaient les porte-voix du khalife au moment des grandes mobilisations lancées souvent pour réaliser les grandes entreprises collectives de la confrérie. Ces grandes entreprises sont un moment de communion irremplaçable avec l'autorité centrale qui, elle aussi, en a toujours eu besoin pour consolider sa légitimité.

Il y a au moins trois moments de l'année où ces messages radiodiffusés étaient et sont encore très attendus dans les villes sénégalaises et désormais partout où les *mourides* sont disséminés. Il s'agit d'abord de la veille de l'hivernage. En effet, c'est le khalife qui, selon une tradition bien établie, donne le signal du début des cultures en appelant les disciples dans ses propres champs. Mais c'est aussi le moment que choisissent les autres marabouts et les disciples pour commencer leurs activités culturelles propres. Cette tradition est due essentiellement au mimétisme fonctionnel de la relation marabout-disciple mais est également un effet du caractère aléatoire du climat sénégalais depuis des générations. Les disciples qui se représentent le marabout comme un homme éclairé considèrent le fait de commencer les travaux champêtres en même temps que leur marabout comme une sorte d'assurance contre les effets de la sécheresse. Lors de ce message, les disciples attendent ainsi des prédictions optimistes quant à la bonne tenue de l'hivernage. Par ailleurs, ce message est le point de départ du retour des migrants saisonniers *mourides* qui s'installent en saison sèche dans les villes tout en cultivant leurs champs en saison des pluies.

Il s'agit ensuite de la veille du grand pèlerinage de Touba (*magal*) qui est la principale manifestation collective de la confrérie (et du Sénégal), un lieu-moment attendu toute l'année par tous les *mourides* et qui regroupe aujourd'hui des centaines de milliers de personnes. Une annonce est faite par le khalife pour appeler les disciples disséminés à y participer en masse et pour rappeler les principes qui sous-tendent cette manifestation culturelle majeure et les devoirs des croyants de groupe confrérique.

Il s'agit enfin de la déclaration du khalife lors de la « cérémonie officielle » qui met fin au pèlerinage. C'est en effet le moment tant attendu par les disciples et par l'État sénégalais pour mesurer la chaleur des relations entre les autorités khalifales et les autorités gouvernementales ainsi que pour connaître les termes de l'« échange de services » (Coulon 1981 : 174. C'est dans cette déclaration que le khalife émet les remerciements de la confrérie si les actions de l'État en sa faveur le motivent, et formule ses doléances pour le futur. Si l'on connaît le rôle de la relation confrérie *mouride*-État dans la stabilité politique sénégalaise, on mesure à sa juste valeur la portée de cette déclaration qui est d'ailleurs décuplée à la veille de joutes électorales. Plus généralement, la couverture télévisuelle du grand pèlerinage (*magal*) est une opération de haute portée politique contrôlée par la confrérie dans ses moindres détails. Le choix des marabouts à montrer, les réalisations à filmer pour les donner à voir aux disciples qui les ont financées, les images mettant en valeur le nombre de disciples et les miracles du marabout sont des éléments d'une stratégie de communication qui est elle-même une composante du prosélytisme dont la confrérie est porteuse, même aujourd'hui encore vers l'étranger. Les cassettes vidéo de la manifestation sont revendues partout où les disciples de la confrérie sont établis. Elles suscitent l'émotion et la transportent.

Si ces trois moments sont attendus chaque année, d'autres occasions d'utilisation de la radiodiffusion pour porter le message des autorités khalifales vers les disciples implantés en ville existent. C'est le cas d'abord des annonces de grands travaux de la confrérie qui ont rythmé la construction de la plupart des infrastructures de Touba dont les financements ont été rassemblés de cette manière en quelques jours : le

Puits de la Miséricorde (*Ainou Rahmati*) pour 100 millions de FCFA environ, la bibliothèque pour plus de 300 millions, les extensions successives de la grande mosquée pour plusieurs milliards, ont été réalisées grâce à l'efficacité et la charge émotionnelle de ces messages radiodiffusés. En outre, parce qu'elle a une portée nationale, la radio a été le principal instrument d'appel au peuplement autant pour le milieu rural que pour les disciples des villes. Une autre tradition d'utilisation de la radio concerne les annonces de chants religieux et d'autres manifestations culturelles de la confrérie. Ce qu'on appelle les « avant-premières » sont des envolées lyriques d'animateurs connus et reconnus, vantant la portée de telle ou telle commémoration de la confrérie ou de l'une de ses composantes.

L'importance de ces interventions à la radio et à la télévision pour la confrérie est établie. Un litige sur le passage d'un message de la confrérie avait suscité en 1983 la colère du khalife Serigne Abdoul Ahad qui avait menacé à l'époque de créer une radio *mouride*. Ce vœu est aujourd'hui partiellement concrétisé par les multiples radios FM émettant sur l'espace dakarois. Des émissions sur l'enseignement de Cheikh Ahmadou Bamba sont de plus en plus nombreuses.

Par ailleurs, dans sa stratégie d'autonomisation, la confrérie a progressivement développé un rêve audiovisuel, surtout depuis 1983, à la suite d'un conflit entre le khalife général et l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal. C'est ce rêve audiovisuel de la confrérie qu'un mouvement comme l'ancien *dahira* des étudiants *mourides* tente aujourd'hui de réaliser en projetant la création d'une chaîne *mouride* à Touba. La télévision existe déjà par ses équipements et propose depuis quelques années des programmes à l'occasion du grand pèlerinage. Mais son fonctionnement à feu continu est bloqué par l'État qui n'a pas encore donné l'autorisation.

La radio et la télévision ont donc été des instruments importants du fonctionnement de la relation marabout-disciple dans un contexte urbain de distanciation sociale et de contrainte pour une confrérie *mouride* qui a développé une forte identité rurale. Elles ont permis de maintenir un sentiment d'appartenance collective en ville. Aujourd'hui, avec l'explosion des radios privées FM, cette tradition est consolidée. Les médias d'État jouent également un rôle capital dans la promotion des lignages de saints qui composent la confrérie *mouride* et se sont projetés dans les quartiers de Touba. « Ils participent à la construction et à la reproduction d'une identité de « dignitaire » pour les petits marabouts » (Diop et Diouf 1990 : 330) par la couverture télévisuelle et/ ou radiophonique des *magal* et manifestations lignagers. Ces commémorations sont l'occasion de valoriser le charisme lignager ou individuel des marabouts, mais également d'exalter leur attachement et les soutiens politiques de l'État.

La photographie peut, dans une certaine mesure, être considérée comme une TIC étant donné le rôle qu'elle a joué et joue encore dans la production des images transportées par le canal de la télévision et d'Internet. La photographie des saints et des principaux symboles de la confrérie est une composante importante de la territorialisation extensive, participant à reproduire la mémoire et à sa diffusion hors de ses bases. L'identification à la confrérie intègre le port de la photographie du saint auquel on s'identifie et l'image sert la relation marabout-disciple l'aidant ainsi à se passer de la distance entre les contractants.

La colonisation française a souvent instrumentalisé la photographie pour mieux surveiller les personnalités susceptibles de s'opposer à son projet. Les images étaient intégrées aux dossiers qui concernaient chacune d'entre elles. Mais ces photographies ont par la suite été réappropriées par la confrérie qui avait un besoin et un devoir de souvenir pour reproduire ses symboles les plus forts dans un contexte de dispersion croissante. La photographie la plus connue et la plus répandue est celle de Cheikh Ahmadou Bamba.

L'émigration des disciples vers les villes sénégalaises à partir des années 1940, est sans doute une forme et une étape du processus de sécularisation du *mouridisme* (ou *mouridiyya*) et signifie une dissémination et une reterritorialisation. Elle a induit des recompositions identitaires de plus en plus fortes. Plus qu'une confrérie ou un mouvement, c'est un groupe qui construit et reconstruit sa cohérence et sociabilise en dedans et en dehors de son champ traditionnel, spatial comme socio-symbolique. Les NTIC ont été un élément du dispositif de sociabilisation.

Touba, capitale sainte et lieu de retour : les migrants internationaux mourides et la prise en charge du projet urbain

Emergence d'un nouveau pôle urbain au Sénégal : un enjeu important pour le développement des NTIC

Touba, par une croissance forte (15% par an) et soutenue depuis 1958 est devenue la seconde ville du Sénégal. Cette ville-champignon compterait aujourd'hui plus de 500 000 habitants. La population a été ainsi multipliée par quatre au moins depuis 1989. Conséquemment, son extension spatiale est fulgurante : la superficie bâtie de la ville est passée entre 1970 et 1990 de 575 ha à 3900 hectares. Elle dépasse depuis 1997 les 12 000 hectares. La croissance exceptionnellement forte et rapide de Touba depuis les années 1970 suscite de nouveaux enjeux, notamment dans les flux de biens et de personnes qui sont partiellement réorientés de la côte vers le centre. Dans un contexte rural et urbain très contraignant pour le Sénégal et pour les régions émettrices, une multitude de raisons poussent les migrants à s'implanter à Touba, notamment des facilités foncières, des opportunités économiques indéniables, des réseaux sociaux d'insertion et de solidarité à différentes échelles.

Les NTIC participent à l'attractivité de la ville et contribuent à stimuler directement ou par effet d'entraînement son peuplement. Touba constitue, comme Dakar, un autre pôle qui les attire et les diffuse du fait du rôle qu'il joue désormais pour une société sénégalaise de plus en plus ouverte et de plus en plus transnationalisée. Les Toubiens sont d'une mobilité exceptionnelle. 94,3% d'entre eux ont effectué au moins une migration dans leur vie³. Touba entretient avec le territoire *mouride* rural, urbain comme international, des échanges considérables de populations qui font que la ville se gonfle et se rétracte au gré des saisons et des manifestations liées à la vie confrérique, et au souvenir des saints disparus. 89,7% de la population de Touba en 1988 était originaire du département de Mbacké, secteur rural proche de Touba, mais les dernières estimations tendent vers une diversification rapide des sources depuis 1988. La région de Louga, les autres départements de la région de Diourbel, et celle de Thiès fournissent les flux les plus intenses. Plus récemment, les *mourides* de Dakar et les migrants internationaux alimentent ces flux périodiques de populations vers Touba qui semble être un refuge, et de ce fait, met en lumière de nouvelles valeurs et un nouvel esprit qui structurent et encadrent le vécu social sénégalais.

L'approche par le territoire, mise en exergue ici, est surtout liée à la ville. Dans cette approche, Touba n'a de signification et n'existe que parce qu'il a permis la dispersion ayant préparé le reflux et l'urbanisation. Il y a l'idée d'« ensemencement » du territoire et de « récolte », de conservation par et dans la ville. Le marquage du territoire par la dispersion des saints et l'enterrement du « saint des saints » à Touba sont les deux forces apparemment contradictoires qui ont mis en place le territoire. Sans Touba, l'esprit ne pourrait se concentrer et retrouver toute sa vigueur, concentration également du sacré et de la mémoire qui fait vivre. Mais sans le reste du territoire également, la confrérie ne pouvait découvrir le monde pour l'adopter. Le territoire *mouride* est identitaire. Une identité qui se construit par ancrage défensif mais également par des emprunts et des appropriations. Sous ce rapport, l'identité n'est pas contre la mondialisation, elle l'instrumentalise. Cette question mérite d'être développée en relation avec les héritages *wolof* de la confrérie, la difficulté à distinguer identités religieuses et identités ethniques, et leurs recompositions sous l'effet de ressorts comme la migration et l'adoption des NTIC. Le territoire transnationalisé d'aujourd'hui va-t-il être structuré par l'instrumentalisation de celles-ci ? Ces ressources technologiques feront-elles perdre à la confrérie sa personnalité et ses racines ou au contraire accompagner sa diffusion internationale ? Les NTIC qui contribuent à effacer les frontières entre la ville et la campagne, entre le local et le global sont des véhicules importants des biens religieux à travers les différents types de société. Constituant une révolution qui arrive ainsi dans une ville où les évolutions sont très rapides, elles se conforment de manière massive à ces mutations et portent des enjeux importants pour la société urbaine *mouride* qui s'y projette, et le groupe qui vit sa distance avec elle.

Touba, zone de départ mais surtout lieu de réinvestissement : le déterminant principal de l'explosion des NTIC

Le développement des NTIC est l'une des composantes de l'explosion urbaine *toubienne*. Mais c'est l'arrivée massive des migrants internationaux sur l'espace et dans la société urbaine qui est l'évènement le plus marquant depuis les années 90. Les deux faits sont cependant articulés. La migration internationale tient une place importante à Touba liée particulièrement à une forte tradition d'émigration et de commerce des *mourides*, et aux nombreuses opportunités qu'offre le lien fondamental de la doctrine *mouride* qui stipule que le *taalibé* (disciple) doit obéir à son marabout et qu'en retour, celui-ci lui doit assistance dans ses entreprises

³ Toujours d'après l'E.M.U.S.

: visas et passeports diplomatiques démarchés par les marabouts dans les hautes sphères de l'État ont souvent servi de moyens d'émigration pour les jeunes. De plus en plus nombreux, les migrants internationaux émergent comme des acteurs incontournables dans la réalisation du rêve urbain de la confrérie⁴. La capitale des *mourides* est un lieu de réinvestissement et de retour pour les milliers de disciples quittant Dakar, les régions de Louga, Diourbel, Thiès, Kaolack, les milieux ruraux comme les milieux urbains. Le choix de Touba est fortement symbolique et reflète l'attachement des *mourides* disséminés pour leur « Jérusalem ». Et les plus éloignés (les migrants internationaux) sont les plus nostalgiques. C'est que Touba est devenu également pour eux un lieu largement crédible et attrayant, beaucoup plus en tout cas que les villages ou les localités qu'ils ont quittés⁵. La volonté de vivre dans une ville est également un élément déterminant. Le développement de tous les réseaux, et du téléphone notamment, contribue à cette fonctionnalité.

Ayant une capacité de mobilisation financière plus forte, les migrants internationaux ont pu à un moment donné prétendre et accéder à tous les espaces préférentiels ou disputés, rendant même certains d'entre eux inaccessibles aux autres. Parmi ces espaces préférentiels, ceux couverts par le téléphone qui devient ainsi un élément important de différenciation et de valorisation des espaces. Pour un migrant établi à l'étranger, le téléphone qui est son seul véhicule de communication avec sa famille est déterminant dans le choix de sa parcelle. Les télécommunications sont moins denses en périphérie, et ceci influe sur les prix des parcelles.

La modernisation de l'habitat *toubien* dont le téléphone est l'une des composantes, et sa durcification se sont largement accélérées dans les années 80 et 90 avec le nouvel attrait de Touba du fait de sa constitution en grande ville, mais surtout avec la dévaluation du franc CFA qui a donné plus d'opportunités de construction et de branchements téléphoniques aux migrants internationaux en renforçant leurs moyens financiers. Dans la gestion du chantier, ces derniers ont besoin d'un interlocuteur. Ce dernier reçoit l'argent envoyé et contrôle la bonne marche du chantier. Les NTIC jouent dans ce cadre un rôle important, notamment le téléphone, le magnétoscope, les photographies. Permettant au migrant, depuis son pays d'accueil, d'être informé de la progression du chantier, elles ont parfois facilité les arnaques, le migrant recevant des images rassurantes alors que la construction de la maison n'a même pas encore commencé. L'intérieur des maisons constitue également un espace d'expression de cette évolution fondamentale dont les NTIC sont un des éléments.

Par ailleurs, le développement de ces moyens technologiques produit un effet de mimétisme, contribuant ainsi à faire évoluer les modes de vie des migrants internationaux *toubiens* et de leurs familles. La recherche du luxe qui atteint parfois des extrêmes reflète ainsi l'alignement des façons de vivre *toubiennes* sur celles des capitales et autres grandes villes africaines ouvertes aux vents du monde, et l'ouverture des Toubiens, qui arrivant de plus en plus des milieux urbains nationaux ou internationaux, en réinterprètent les façons de vivre et surtout le confort. L'explosion du téléphone est ainsi une composante de la fièvre de la construction et de la constitution d'une nouvelle identité confrérique.

Mais l'effort immobilier est également un révélateur pertinent de la personnalité du nouveau *mouride*, celui-là qui a comme point d'ancrage et lieu identitaire Touba tout en étant internationalisé, tourné vers le monde. C'est par lui que le modèle *toubien* se reproduit dans un contexte national paradoxalement contraignant et avec des ressorts singuliers. Le nouveau résident de Touba produit naturellement une société urbaine porteuse d'un fort sentiment identitaire, de constructions mentales concernant le sol *toubien*, d'un mode de vie particulier, d'une autre vision du monde. Cela se traduit par des relations à distance fortes à la fois sociales et économiques qui instrumentalisent de plus en plus les NTIC. La ville, ses manifestations et son esprit ainsi que les familles sont vécus par les migrants par le canal des cassettes audio et vidéos convoyées par ceux qui viennent et retournent et de plus en plus par de vrais commerçants, vendeurs d'images et de sons du pays. Ces cassettes contiennent non seulement les nouvelles et les longs messages de la famille dont l'émotion est restituée entièrement, mais également les derniers combats de lutte traditionnelle, les baptêmes et les mariages qui véhiculent les modes vestimentaires, les dernières élections de Miss Diongoma, les musiques, les danses, les couleurs, etc. Le migrant peut ainsi voir les enfants qui grandissent, les filles à marier, et peut participer plus et mieux à la vie du pays d'origine. Pour les *mourides* en particulier,

⁴ Voir Ebin (1992), Salem (1981) et Sané (1987).

⁵ Plus récemment, la spéculation, le déficit des équipements et réseaux (électricité, eau, assainissement), l'éloignement des parcelles attribuées rendent Touba rebutant, repoussant, même pour les émigrés. Beaucoup d'entre eux préfèrent désormais s'installer dans des localités *mourides* moins importantes et des villages satellites qui offrent ces services et où la spéculation est absente. L'urbanisation de ses localités est la conséquence la plus visible. Ainsi, si le symbolisme *toubien* était déterminant par rapport aux localités d'origine des migrants internationaux, il passe de plus en plus derrière des considérations de bien-être. Les voitures qui permettent de réduire toutes les distances ont également été déterminantes dans cette dynamique.

ce sont les images et les sons des pèlerinages, chants religieux, messages khalifaux et conférences religieuses qui voyagent avec et dans les cassettes. Leurs auditions qui se font de manière collective ou individuelle sont des moments de socialisation et de construction de l'identité de groupe. Des systèmes de diffusion par prêts et échanges organisés ou non se sont mis en place progressivement et fonctionnent.

Une autre innovation technologique commence également à jouer un rôle structurant dans les relations que les migrants maintiennent avec le pays. C'est la radio satellitaire qui permet de l'extérieur et grâce à leur diffusion par *WorldSpace*⁶ d'écouter les chaînes sénégalaises.

Si la radio constitue un des moyens par lesquels les migrants restent au diapason, c'est quand même par le téléphone que les liens se construisent et se maintiennent avec le pays d'origine. Un migrant sénégalais dépense entre 5 et 30% de ses revenus au téléphone malgré la baisse des prix des communications et les forfaits proposés par les sociétés de télécommunication pour attirer la clientèle.

L'instrumentalisation des NTIC concerne également les transferts financiers. En effet, si Touba est attractif, c'est parce qu'il est devenu également une véritable place financière. Des milliards de F CFA y sont brassés, entre les dons aux marabouts (notamment au khalife général) et les envois des centaines de milliers de disciples disséminés dans le monde pour la construction de leurs maisons, l'entretien de leurs familles, le financement du *magal*, la construction d'équipements à caractère collectif, etc. Le bureau de poste de Touba, qui constitue le canal le moins important par lequel l'argent arrive, distribue néanmoins entre 2 et 4 millions de F CFA par jour entre septembre et mars, et 5 à 6 millions de F CFA entre avril et septembre. Ce dernier intervalle est celui de la relance des chantiers, de la période de soudure pour les milieux ruraux et de la préparation du grand *magal* de Touba. Elles correspondent également aux périodes de massification des appels téléphoniques « arrivée ». Les destinataires des mandats comme des appels sont souvent les familles des migrants internationaux, mais parfois également des commerçants qui sont chargés de leur donner la dépense quotidienne avant ou après avoir reçu l'argent.

Les sommes envoyées aux marabouts par la poste ne représentent, d'après le responsable du service local de la Poste, qu'environ 5 % de l'ensemble. L'envoi se fait à l'approche du *magal* et pendant le ramadan. Mais la plupart de ces sommes transférées passent par les mains d'autres migrants qui reviennent ou des commerçants importateurs de Sandaga qui achètent des marchandises avec l'argent et remboursent progressivement à leur retour. Plus récemment, la banque joue un certain rôle malgré l'absence de toute tradition bancaire et de confiance envers le système. Seuls les « émigrés » de France peuvent cependant faire des virements que reçoit l'agence centrale de Dakar. La dernière trouvaille pour convoier l'argent des migrants internationaux à Touba est un système qui reflète le rejet des circuits officiels et la tendance à une organisation autonome (Tall 1996) qui instrumentalise les NTIC. L'exemple de *Kara International Exchange*, instrument informel *mouride*⁷ de transfert de fonds est le plus connu grâce à Serigne Mansour Tall⁸. Kara a surtout développé ses relations avec Sandaga (le plus grand marché de l'informel à Dakar), mais si on connaît le lien idéologique et financier fort entre Sandaga et Touba, il est aisé de penser que l'argent envoyé par le canal de Kara aboutit en partie à Touba. Le plus intéressant cependant, c'est qu'au-delà de l'axe New-York-Dakar, d'autres services reproduisent l'exemple de Kara entre l'Italie, l'Espagne principalement, et Touba. Ces services informels tendent par ailleurs à devenir des centres de fret et de transit, convoyant pièces détachées, moteurs de voitures, appareils en tous genres, voitures d'occasion, mais également ordinateurs et téléphones portables.

Le rôle des migrants internationaux dans l'arrivée d'importantes sommes d'argent à Touba est également souligné par la naissance d'un marché informel de change. On peut échanger n'importe quelle monnaie étrangère au marché *Ocass* de Touba..., juste devant une agence de banque de la ville.

La poste, la banque, les sociétés de transfert multinationales, les organismes formels comme informels *mourides* ont ainsi créé depuis plusieurs années des systèmes de convoyage de fonds simples, ingénieux et surtout accélérés par le recours au téléphone et surtout à la télécopie. Au total, même s'il est aléatoire d'avancer des chiffres concernant les sommes reçues par la ville avec l'instrumentalisation des NTIC, on peut penser qu'elles sont énormes. En réalité, la fonction productive de la ville étant presque inexistante, ce sont les envois qui nourrissent et entretiennent les Toubiens. Cela est vrai pour le Sénégal mais encore plus pour Touba. En plus de l'effet d'accumulation économique lié au développement accéléré du commerce, de

⁶ Voir la contribution de Serigne Mansour Tall dans ce volume

⁷ Serigne Modou Kara dont les *taalibe* en sont les initiateurs est l'une des nouvelles personnalités marquantes de la confrérie

⁸ Voir sa contribution dans ce volume

l'artisanat, des services, du transport, l'argent des "émigrés", leurs belles voitures ainsi que celles des marabouts, l'impression d'abondance accentuent, pour la ville religieuse, le mirage économique. Celui-ci attire un exode rural sans cesse croissant mais également des citadins d'autres villes du Sénégal où les opportunités économiques sont en baisse par rapport à Touba.

L'attractivité économique de Touba a également un fondement idéologique contenu dans le poème de Cheikh Ahmadou Bamba intitulé *Matlaboul Fawzaini* et consistant en une prière pour l'« opulence et la richesse en temps de crise », l'« assistance », la « facilité » à Touba. Elle est sous-tendue par une solide identification à son projet de cité que fonde un attachement au fondateur de la confrérie et de la ville et à sa descendance qui en a hérité. Ville de pèlerinage, nécropole, concentration du contenu sacré et symbolique de la confrérie, pôle économique et financier majeur, Touba constitue désormais une alternative préférentielle qui développe ses différents réseaux.

Pour toutes les composantes de la confrérie qui inventent à Touba et dans ce contexte de nouvelles formes de citoyenneté, de voisinage, de sociabilité, l'appropriation des NTIC constitue un élément catalyseur de plus en plus prégnant.

Touba intègre le réseau de télécommunications

Diourbel devient la deuxième région par le parc téléphonique : le poids de Touba

En s'urbanisant et en se peuplant massivement et rapidement, Touba est devenu le véritable centre névralgique de la région administrative de Diourbel, dépassant de loin les autres villes que sont Bambey, Mbacké et surtout Diourbel la capitale régionale. En conséquence, la capitale des *mourides* pèse lourdement sur toutes les statistiques qui concernent la région. Par ailleurs, si Touba est le lieu d'unicité de la confrérie transnationalisée, la région de Diourbel en constitue le berceau. Cheikh Ahmadou Bamba est né à Mbacké et y a passé la majeure partie de son enfance. C'est à Mbacké également qu'un embryon d'organisation confrérique a vu le jour. C'est à Diourbel qu'il a vécu les quinze dernières années de sa vie et qu'il est mort. Enfin, la région de Diourbel a été la première aire de territorialisation de la nouvelle confrérie. Pour toutes ces raisons, les données statistiques disponibles à l'échelle de la région administrative valent également pour Touba et permettent de mettre en perspective l'appropriation des NTIC par la confrérie *mouride*.

Avant 1985, la communication téléphonique, sur le plan régional, était assurée par l'Office des Postes et Télécommunications (OPT), avec une capacité de 300 lignes téléphoniques. Les travaux pour l'autonomisation du réseau de la région, démarrés à partir de 1983, ne s'achevèrent qu'en 1985. En 1984, il avait été prévu de porter la capacité des lignes de 400 à 600. C'est donc en 1985 que les trois centraux SONATEL construits dans les communes de Diourbel, Bambey et à la limite de Mbacké et Touba sont devenus opérationnels. Mais c'est le central de Touba-Mbacké qui a porté le développement impressionnant de la région de Diourbel et décuplé la demande en téléphone. Ainsi, dès la mise en service du réseau automatique en 1985, il était à nouveau prévu un projet d'extension du réseau à 1000 puis à 3000 lignes pour résorber un nombre sans cesse croissant de demandes de raccordement. Avec la réalisation du projet d'autonomisation du téléphone à Diourbel, financé par la Caisse centrale de Coopération économique (CCCE) et l'ex-OPT (repris par la SONATEL) d'un montant de quatre milliards et demi de FCFA, la région de Diourbel disposait en 1990 d'un réseau moderne et performant. La forte demande de raccordements au niveau de la SONATEL à Touba dès 1990 préfigurait du rôle prépondérant que joue aujourd'hui la région au plan national. Diourbel occupait déjà le troisième rang en ce qui concerne le nombre d'abonnés en 1990 (1950) derrière la région de Thiès alors que celle de Dakar, à elle seule, comptait quelques 31400 abonnés pour un total de 41 898 abonnés au Sénégal. Les 1950 abonnés de la région de Diourbel se répartissaient comme suit au 30 septembre 1990 : 775 abonnés pour Diourbel, 158 abonnés à Bambey, 1017 abonnés pour Touba Mbacké. Le secteur Touba Mbacké croît sans cesse avec une part relativement importante par rapport au reste de la région. Les demandes de raccordement en instance sont une donnée importante pour saisir les tendances. En 1990, avec 1593 demandes, la région de Diourbel était juste devancée par celle de Dakar, la demande nationale s'élevant alors à 7787. Sur ces 1593 demandes de la région de Diourbel, 1200 provenaient de Touba.

La qualité du réseau est également un paramètre important du développement des télécommunications dans cette région. En 1990, on n'enregistrait qu'un faible taux de 4% par mois pour le nombre de dérangements enregistrés par la SONATEL.

Dans sa politique de prévision, la SONATEL a souvent été surprise par les mutations rapides de Touba et l'évolution extraordinaire de la demande qui a nécessité des réajustements incessants. Le décalage entre les projections faites dans le Plan quadriennal (tableau n° 2) établi au début des années 90 et la réalité le

démontre. Si en 1995, la SONATEL prévoyait 3433 lignes pour la région de Diourbel, elle en installa 6161. Et le décalage est de plus en plus important : les prévisions pour 2000 étaient de 5481 lignes alors que la région de Diourbel comptait en juin 2000 un parc de 18660 lignes.

Tableau n° 1 : Prévisions de la SONATEL pour la région de Diourbel en 1990

	1989	1990	1995	2000	2005
Diourbel	685	768	1212	1919	3107
Bambey	155	174	303	528	923
Mbacké	260	332	608	1007	1713
Touba	635	785	1310	2027	2975
Touba-Mbacké	895	1117	1918	3034	4688
Total Diourbel	1735	2059	3433	5481	8718

Source : SONATEL.

Tableau n° 2 : Place de Diourbel dans le parc de téléphone

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	juin 2000
Dakar	44593	49886	56762	66323	75564	91171	108373	118043
Diourbel	4871	5546	6161	6562	12828	14746	17515	18660
Thiès	3833	4678	5448	6399	7886	9637	11731	12985
Kaolack	2876	3119	3450	4029	4636	6262	7819	8009
St-Louis	2809	3044	3452	4055	5235	6024	6982	7770
Louga	1821	2221	2641	2994	3962	4921	5643	5963
Ziguinchor	2018	2436	2715	3110	3757	4328	5104	5587
Tamba	1042	1159	1359	1598	2034	2460	2707	3023
Sénégal	63863	72089	81988	95070	115902	139549	165874	180040

Ce tableau retrace l'évolution du parc téléphonique dans les régions du Sénégal. Toutes les régions sont représentées, celle de Kolda étant intégrée à Ziguinchor et celle de Fatick à Kaolack. Il démontre le dynamisme de la région de Diourbel qui détenait dès le début des années 90 le second parc téléphonique fixe le plus important du pays derrière Dakar alors que pour tous les autres indicateurs de développement, elle était souvent mal classée par rapport aux autres régions, notamment Thiès, Kaolack et Ziguinchor. En sept ans, les écarts qui la séparaient des autres régions ont doublé ou triplé. Mais l'évolution de ces écarts a, au fil des années, été très irrégulière. Et leur analyse selon les années révèle les différences d'enjeux et d'investissement des régions pour la SONATEL. Je ne prendrai que l'exemple de Thiès qui est classé troisième. Cette région était distancée de 1038 lignes en 1993, 868 en 1994, 713 en 1995, 163 seulement en 1996, et puis à partir de 1997 de 4942 lignes fixes. Le fait que l'écart entre les deux régions soit parti en flèche à partir de 1997 correspond à un choix décisif de la SONATEL de lancer le projet «Diourbel 96» d'un coût d'environ 16 milliards de francs CFA. Ce projet a permis la modernisation des infrastructures de la région de Diourbel avec en particulier son raccordement au réseau national par câble à fibre optique et la réalisation d'un réseau de centraux autour de Touba. C'est en réalité, la satisfaction d'un seul coup des demandes en instance à Touba qui a «dopé» le parc en 1997. Il a été alors multiplié par deux en une année. Depuis lors, cet écart important entre Diourbel et Thiès s'est stabilisé autour de 5500 lignes fixes. Mais, malgré l'émergence fulgurante de Diourbel, la région de Dakar reste de loin la plus importante.

Ces différents éléments permettent de mettre en perspective les enjeux du développement des télécommunications dans la région de Diourbel et particulièrement dans la ville de Touba, devenue en une quinzaine d'années le second pôle du Sénégal en matière de téléphone.

Le paradoxe du téléphone à Touba et Diourbel : l'extraversion de la société urbaine

Le monde des TIC devient pour Touba un nouveau champ à conquérir et à apprivoiser autant par la société urbaine locale que par les *mourides* "diasporisés" dans leur relation avec la ville. La mise en place d'un réseau téléphonique à Touba a eu lieu dans les années 60 au moment où une vraie conscience urbaine naissait dans la ville après l'achèvement de la grande mosquée et un début de peuplement massif. Les six premières lignes avaient été installées pour le compte du deuxième khalife et de certains de ses neveux et

cousins⁹, donc pour le corps maraboutique privilégié. Le réseau s'est conformé à la règle de centralité qui veut que toute chose commence à Touba par l'esplanade de la grande mosquée, d'où partent les rues ainsi que tous les symboles. Le parc téléphonique connut ensuite une évolution régulière passant à 126 en 1978. Cette évolution fut, par la suite, modérée par les possibilités techniques limitées et par le fait que le marché populaire de Touba était juste balbutiant.

Tableau n° 3 : Évolution du parc d'abonnés du téléphone fixe à Touba

Année (Déc)	1983	1984	1985	1986	1987	1988*	1989*	1990	1991	1992	1993
Parc	131	134	163	172		589**	688**	785	1203	2940	3601

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
3944	3999**	4404	9911	11946	13246	

Source : SONATEL.

* : Pour les années suivies d'une étoile, le parc est donné à la date du 30 juin.

** : La valeur comprend l'ensemble du parc du département de Mbacké.

Mais comme le montre le tableau n° 3, c'est surtout à partir de la construction en 1986 du fameux central automatique d'une capacité de 1000 lignes pour Touba et Darou que le téléphone a connu une véritable explosion. Ce central, réalisé sur financement de la Caisse centrale de Coopération économique (C.C.C.E) et de la SONATEL pour un montant de 917 682 000 F CFA, s'est tout de suite révélé insuffisant pour satisfaire la demande pressante en téléphone. La Cellule Planification de la SONATEL qui avoue « avoir toujours eu un problème assez important avec Touba, n'ayant jamais su prévoir son développement démographique », avait pourtant mis en œuvre des « outils de planification complexes »¹⁰ pour décider de la puissance et de l'implantation du central de Touba. Les trois extensions de 1988, 1990¹¹ et 1993 qui avaient porté cette capacité à 5000 lignes n'empêchèrent pas la saturation du central. Les demandes en instance allaient atteindre, en 1990, le nombre de 1200, soit 75,30 % des demandes régionales (1593) et 15,40 % des demandes nationales (7787)¹². Le nombre croissant de demandes en instance à Touba place la région de Diourbel au deuxième rang après la région de Dakar.

Entre 1986 et 1988, le parc de téléphones de Touba avait triplé. Il passa ensuite en 1991 à 1203, à 2940 en 1992, à 3601 en 1993, à 3944 en 1994 (voir tableau n° 5). Mais 2000 demandes restaient encore en instance. C'est en ce moment que la SONATEL décida d'investir massivement en définissant et en réalisant un projet spécifique de 14 milliards qui avait pour ambition de se conformer au nouveau Plan de lotissement du khalife (110 000 parcelles). L'objectif était de surmonter les obstacles techniques que pose l'étalement de la ville. Il fut ainsi mis en place un dispositif complexe de quatre nouveaux centraux à mémoire extensible, l'ancien central ayant été redéployé dans une autre région.

Depuis la mise en place de ces centraux, le parc a doublé, passant de 4404 à 9911 puis à 11946 en 1998 et 13246 en 1999. Le seul central de Touba Mosquée (le quartier le plus peuplé de Touba) compte plus d'abonnés que les villes de Saint-Louis et Tambacounda.

⁹Les concessions de Serigne Fallou, fils de Cheikh Ahmadou Bamba et deuxième khalife de la confrérie , celles des petits-fils, Serigne Cheikh Mbacké, Serigne Mbacké Madina, Serigne Moustapha Bassirou, et celles de ses cousins, Serigne Modou Faty Khary, Serigne Mohmadane, Serigne Sam Ndoulo.

¹⁰ Birahim Sarr, le 20 juillet 2000 SONATEL, Dakar.

¹¹Ce projet était évalué à 300 millions de francs. Il était également prévu la réalisation d'un télécabine qui devait être opérationnel, au plus tard, en décembre 1991.

¹² Les cabines n'ont pas été une solution à la forte demande malgré leur nombre. En effet, sur un total de 22 cabines téléphoniques au niveau régional en 1990, Touba est la ville la plus équipée avec 12 réparties, en raison d'une unité dans les lieux suivants : Gouye Mbind, devant Keur Aziz Bara, Khaira devant Keur Serigne Modou Bousso Dieng, marché Ocass, Darou Khoudoss, l'OPCE, devant Keur Serigne Abdou Khadre Mbacké, devant la résidence du khalife, devant Keur Serigne Modou Abdou Mbacké, devant Keur Serigne Sohizou Mbacké et Keur Serigne Aliou Mbacké. Keur Serigne Abdoul Ahad Mbacké est le seul endroit où on dénombre deux cabines. Cette répartition respecte bien la hiérarchie des lieux et des hommes. Les différentes autorités des lignages saints avait chacune une cabine devant sa concession. La recette mensuelle moyenne par cabine est 170 855 francs CFA. Les télécabines qui ont connu également une évolution remarquable sont aujourd'hui au nombre de 1045.

Cet investissement répondait d'abord à un souci de rentabilité pour la SONATEL qui voulait maximaliser l'exploitation du marché de Touba en pleine explosion, sécuriser le réseau et améliorer de manière décisive la qualité des communications. Depuis lors, la panne d'un central ne peut plus bloquer le réseau, les centraux étant interconnectés.

Le réseau SONATEL de Touba est donc passé, en quelques années, par toutes les étapes de l'évolution technologique du téléphone. Ceci est une donnée importante. Il montre que dans le domaine des NTIC, le rattrapage des plus avancés est plus facile que dans d'autres domaines. Avant 1996, c'est le faisceau hertzien qui servait de liaison avec les autres villes et avec l'extérieur. Pour la commutation, on est d'abord passé du manuel au semi-automatique puis à l'automatique. Le centre de commutation a ensuite été numérisé en 1998 et mis sur fibre optique juste après. Désormais, le dispositif de la SONATEL est composé à Touba :

- du centre des lignes et réseaux (réseaux d'accès) ;
- du centre de commutation qui a également une boucle locale qui permet de rendre les communications plus fluides ;
- du centre des transmissions ;
- de l'accueil commercial.

Ces différentes structures sont chargées de faciliter l'abonnement et la mise en réseau du client. Ainsi, après l'introduction d'une demande d'abonnement au centre commercial, ce sont les centres annexes qui donnent, après étude, leur avis au guichet commercial. Celui-ci appelle le client, le fait payer, et le dossier est alors retransmis au centre chargé des lignes et réseaux (CLR). Ensuite, la commutation attribue un numéro et le CLR met la ligne en place.

Pour la SONATEL, Touba est une zone expérimentale où toutes les innovations technologiques sont mises en place rapidement. Ici on assure que tous les supports modernes pour le développement d'Internet sont présents de même que ceux du réseau GSM, également présenté comme un palliatif de la saturation du réseau fixe. En effet, la filiale SONATEL Mobile a décidé de faire le pari sur Touba depuis le 15 mai 1997. Le réseau de données X25 disponible depuis 1988 a été complété en février 1999, par le réseau de données IP. On assure avoir même développé une complète autonomie par rapport au réseau électrique national qui a ses carences et ses aléas.

La SONATEL a désormais pour Touba une approche prospective et anticipatoire qui intègre l'exécution du Plan de lotissement du khalife. Dès qu'une partie du plan est mise en œuvre, elle occupe le terrain et met le réseau en place.

Un autre projet est actuellement mis en œuvre. Il s'agit du projet « Plan d'Équipement 97/2000 » d'un coût d'environ huit milliards de FCFA pour la partie concernant le réseau de Touba avec une nouvelle extension du réseau d'abonnés pour une offre qui va passer à presque 30 000 lignes.

On analyse plus haut le paradoxe de Touba, lieu de sédentarité et de sédentarisation de la confrérie tout en étant un carrefour des mobilités animant le territoire *mouride* élargi formé des zones rurales, villes sénégalaises et foyers d'accueil implantés dans les différents pays d'immigration. Ce territoire est une réalité et son sens a évolué avec les différentes phases d'une territorialisation qui recompose sans cesse les symboles et les pratiques.

Un autre paradoxe est à souligner. Dans toutes les autres régions du Sénégal, la capitale régionale polarise et domine largement l'*hinterland* en matière de télécommunications. C'est cependant Diourbel qui constitue l'exception, du fait du poids écrasant de Touba. Son réseau est donc configuré à partir de la ville sainte.

Les communications locales

À ces deux premiers paradoxes, s'ajoute un troisième pour Touba et la région de Diourbel concernant les NTIC. En effet, si cette région a émergé comme deuxième pôle pour le parc téléphonique, elle n'est pas toujours en mesure de conserver cette position pour le trafic départ concernant le local, le national, le mobile, l'international et Internet. Pour ces destinations des communications, les statistiques de la SONATEL se répartissent selon huit régions, celles de Fatick et de Kolda étant intégrées respectivement à celles de Kaolack et de Ziguinchor.

Tableau n° 4 : Les communications téléphoniques locales (à Diourbel) en avril 2000

	Durée en minutes	Nombre de taxes	Nombre de communications	Durée moyenne des comm. (en mn).
Dakar	24087447	33220842	11916015	2
Thiès	1278720	17741915	753644	2
Diourbel	1068350	849114	687159	2
Kaolack	975103	721876	564466	2
St-Louis	903473	695019	532450	2
Ziguinchor	806779	583844	427304	2
Tamba	401911	295450	218245	2
Louga	398819	297866	237324	2

Source : SONATEL.

La région de Diourbel qui englobe Touba occupe le troisième rang pour les communications locales. Autant pour la durée en minutes que pour le nombre de communications, elle vient après Thiès et Dakar et ne se détache pas des autres régions comme c'est le cas pour le parc téléphonique. Les communications locales reflètent le niveau d'appropriation du téléphone par une population donnée, la force de la relation d'une société avec elle-même donc son niveau de socialisation, et l'habitude individuelle et collective des communications par le téléphone. Leur importance peut être également corrélée au niveau de développement d'une région donnée ou encore aux ressources financières de ses populations. L'importance relative des communications locales dans la région de Touba et Diourbel démontre, s'il en était encore besoin, l'ampleur de l'urbanisation et l'existence d'une vie économique locale qui s'amplifie, s'intensifie et qui acquiert une culture du téléphone.

L'appropriation du téléphone par les commerçants de Touba qui est un des déterminants principaux du boom des télécommunications dans la région de Diourbel, constitue ainsi une réponse aux interrogations concernant la viabilité du marché des NTIC dans le secteur informel. En dehors des grands regroupements comme *Hizbut Tarqiyyah* et *Matlaboul Fawzaini* ainsi que les maisons maraboutiques et les quelques services implantés à Touba, c'est surtout le corps des commerçants qui alimente cette rubrique des appels locaux. Ce corps qui a émergé dans les années 60 a acquis une puissance financière importante grâce à la contrebande avec la Gambie. Il se reconvertit aujourd'hui dans le commerce du café, l'importation de pièces détachées par containers, la spéculation sur les produits agricoles et les terrains à construire. Les commerçants de Touba forment un groupe influent qui pèse sur toutes les décisions concernant la ville. Ils ont contribué fortement à transformer la société urbaine en société d'affaires, renversant ainsi les modèles d'ascension et de réussite sociale pour le Toubien moyen comme pour les marabouts. S'ils constituent souvent un groupe réfractaire quand leurs intérêts sont menacés, ils prennent également en charge le projet urbain, le financent et entretiennent dans une certaine mesure le corps maraboutique.

Leur appropriation du téléphone prouve que la société urbaine *toubienne* est, à l'instar de tout le pays, de plus en plus ouverte aux innovations technologiques. Le second khalife de la confrérie s'est longtemps opposé à l'installation de la poste qui n'a eu lieu qu'en 1971, de l'école française et même de services de santé. En 1996, 35 classes construites autour de Touba ont été fermées pour la même raison. Le saut fait par la société urbaine de Touba dans les TIC devrait accélérer les mutations liées aux règles et pratiques de la relation marabout-disciple et peut-être bouleverser la hiérarchie socio-religieuse à Touba. Les TIC sont en effet un domaine dans lequel les plus grands retards peuvent être comblés rapidement. On peut même, en s'y mettant après les autres, y accéder mieux et moins cher.

Les communications avec le reste du pays : l'exterritorialité atténuée

Tableau n° 5 : Les communications téléphoniques nationales au départ de Diourbel en avril 2000

	Durée en minutes	Nombre de taxes	Nombre de communications	Durée moyenne des comm. (en mn)
Dakar	4571420	24031245	2053792	2
Thiès	1275860	2126959	676404	2
Kaolack	1101406	1683777	540484	2
St-Louis	1094626	1729566	508246	2
Ziguinchor	1014712	1582576	420509	2
Diourbel	827582	1345416	450295	2
Louga	503520	727931	251507	2
Tamba	462284	736619	202832	2

Source : SONATEL.

L'importance des communications nationales est un indicateur important d'adoption du téléphone mais également de niveau de développement. La région de Diourbel est classée 6^{ème}. Ce classement reflète plus la hiérarchie des régions selon leur niveau de développement. En réalité, dans les communications nationales, le rôle de l'administration, des fonctionnaires en affectation et des entreprises est sans doute important. Si on connaît le poids de Touba dans les communications de la région de Diourbel, et l'absence quasi totale de l'administration et d'entreprises de cette ville, la raison de la faiblesse relative des appels départ vers les autres régions du pays est vite trouvée. Cette faiblesse des communications de Touba vers le reste du pays peut être également expliquée par la pauvreté des Toubiens dont la grande majorité sont des réfugiés économiques ayant fui les rigueurs de la sécheresse pour se rapprocher du marabout, redistributeur de la manne financière provenant de la diaspora *mouride*. Mais elle reflète surtout le faible niveau d'intégration de Touba au reste du territoire national.

Ici, la question de l'exterritorialité de Touba doit être posée en relation avec les NTIC. Ce statut a joué et continue à jouer également dans la construction d'une puissance financière et d'activités économiques (de bazar mais aussi de filières économiques de plus en plus structurées) susceptibles de stimuler les NTIC. Touba est une ville informelle où les choses se font rarement comme ailleurs. Les TIC peuvent permettre une meilleure intégration de Touba au reste du pays. Selon le tableau n°5 présentant les communications Diourbel-reste du pays, la région est avec celles de Louga et de Tamba la moins intégrée au territoire national. Si l'explication est vite trouvée pour Tamba qui est l'une des régions les plus pauvres et les plus isolées, elle semble plus complexe pour Diourbel. En effet, ce dernier constitue géographiquement une région centrale pour le pays et aurait dû être l'une des plus intégrées. La faiblesse relative des appels téléphoniques de la région de Diourbel vers les autres régions a une signification ambivalente. Diourbel développe une logique d'autonomisation du fait du statut d'exterritorialité de Touba et constitue également l'une des régions les plus extraverties du pays. Le réseau téléphonique est une chose, l'utilisation qui en est faite, une autre. Le réseau de télécommunications de Diourbel efface l'exterritorialité et la transcende en contribuant à mettre en relation potentielle la région avec le reste du territoire national. Les investissements de la SONATEL des années 90 ont placé Diourbel au cœur des stratégies de développement de l'entreprise. Par contre, les *mourides* du pays toubien ne pratiquent pas le réseau dans le sens du renforcement de ses liens avec le pays.

Si le téléphone a connu un développement important, sa composante mobile porte désormais l'essentiel de sa croissance. La mobilité atténuée la lisibilité du découpage géographique. Par contre, la durée des appels, le nombre des communications et la durée moyenne d'une communication dans la région de Diourbel sont révélateurs de l'explosion du mobile dans la capitale des *mourides*.

Tableau n° 6 : Les communications téléphoniques par le mobile au départ de Diourbel en avril 2000

	Durée en minutes	Nombre de taxes	Nombre de communications	Durée moyenne des comm. (en mn)
Dakar	4602179	14487665	4253231	1
Thiès	363823	1105987	359842	1
Diourbel	198610	601562	187658	1
Kaolack	186128	537020	158566	1
St-Louis	158542	480543	135462	1
Ziguinchor	141866	469400	99383	1
Louga	74444	220821	69526	1
Tamba	44448	189949	43811	1

Source : SONATEL.

Diourbel est classé 3^{ème} toujours derrière Dakar et Thiès pour le trafic départ du mobile. Cette technologie est encore le fait des villes. La couverture de la SONATEL et de SENTEL ne concerne essentiellement que les limites communales des capitales régionales et de certaines villes choisies pour leur croissance démographique exceptionnelle. Si Touba est devenu l'une des premières localités du pays pour le portable, c'est sans doute parce que cette ressource technologique est plus adaptée aux besoins en communications des *mourides* tout en étant bon marché. En effet, c'est la formule carte "prépayée" (Diamono) de la SONATEL et de SENTEL qui a suscité l'explosion du portable. Les abonnés "prépaiement" représentent 75% du parc mobile au 31 décembre 1999. L'importance de l'adoption du mobile en pays *mouride* est avant tout une confirmation du rôle grandissant du téléphone dans les relations sociales. La téléphonie cellulaire est portée par la facilité d'acquisition et de conservation, l'effet de mode, la fascination et la nécessité qui semblent tous jouer de manière concomitante pour expliquer son boom. La durée moyenne des communications révèle cependant pour toutes les régions que le prix de l'unité est pour le portable un frein aux discussions longues et libres. Les efforts et stratégies commerciales des deux opérateurs doivent aller dans le sens d'une adaptation des prix au pouvoir d'achat faible du Sénégalais moyen qui a véritablement adopté la formule « *prépaiement* ». Chacun peut avoir son téléphone sans recevoir de facture, ni avoir d'obligation d'appeler. On a son portable pour se faire appeler.

Le succès de cette formule est d'abord le fait des commerçants de Touba. Depuis plusieurs années se sont développées au marché Sandaga de Dakar et au marché *Ocass* de Touba des activités commerciales d'un type nouveau : on n'a plus besoin d'avoir une cantine ou d'être employé dans une boutique. Le dynamisme interne de ces grands marchés *mourides* est également le fait des *nourouman* qui abordent le client n'importe où dans le marché ou à l'extérieur et cherchent à lui fournir la marchandise auprès des grands commerçants. Ils tirent le bénéfice à la fois du client et de la récompense du commerçant qui possède une boutique. La plupart des *nourouman* constituent ainsi que le capital qui leur permettra d'ouvrir leur propre boutique ou de financer leur migration vers l'Italie, les États-Unis ou ailleurs.

Par ailleurs, l'accès au portable est largement facilité par la migration internationale. D'après nos estimations, au moins 40% des appareils sont ramenés par les migrants internationaux et les importateurs des marchés. La logique de consommation en Europe a favorisé l'acquisition à bon marché des appareils d'occasion qui sont ainsi déversés sur le marché sénégalais avec des relais dans les marchés Sandaga et *Ocass*. Les appareils les plus sophistiqués et ceux qui sont verrouillés en Europe sont réglés, réparés, « tropicalisés » par des « techniciens » locaux. Les commerçants spécialisés dans l'électronique asiatique et qui ont fait fortune au début des années 80 connaissent aujourd'hui un regain d'activité tandis que de nouveaux jeunes se sont enrichis rapidement grâce au portable.

Mais, au-delà des commerçants qui le vendent, le cellulaire devient la téléphonie des pauvres. On peut avoir son appareil et son abonnement sans avoir à déboursier un sou. C'est surtout le cas des parents et amis des migrants à qui sont cédés appareils et abonnements au moment du retour en Europe. Pour les femmes des migrants, le portable est devenu le moyen d'être jointe par son mari n'importe où. La relation téléphonique est rendue ainsi plus intime et les discussions entre amoureux moins sujettes à indiscretion. Ce qui n'était pas toujours le cas avec la téléphonie fixe et familiale.

Tableau n° 7 : Les communications téléphoniques internationales au départ de Diourbel en avril 2000

	Durée (en mn)	Nombre de taxes	Nombre de communications	Durée moyenne des comm. (en mn)
Dakar	1851009	16472286	762277	2
Thiès	111416	1046058	57345	2
St-Louis	85707	722435	58886	1
Ziguinchor	62063	527915	39376	2
Kaolack	61215	489633	36635	2
Tamba	44448	385773	44035	1
Diourbel	29242	239536	20556	1
Louga	15425	135933	10129	2

Source : SONATEL.

Si Touba attire fortement les appels internationaux, il n'en émet pas beaucoup. Pour les communications internationales « départ », la région de Diourbel est classée avant-dernière autant pour la durée des communications que pour le nombre de taxes et le nombre de communications. Elle ne devance que Louga une autre région d'implantation des *mourides* abritant le second centre *mouride*, Darou Mousty. Ceci est un paradoxe flagrant par rapport à la transnationalisation de la confrérie et aux relations à distance intenses entre la ville et sa diaspora. Les Toubiens n'appellent pas beaucoup l'étranger parce que c'est l'étranger qui les appelle. L'observation du comportement de plusieurs lignes au central de Mbacké-Touba laissait déjà apparaître en 1993 l'importance des appels de l'étranger, notamment de la Côte d'Ivoire, du Gabon, de l'Italie et des États-Unis.

Cette croissance exceptionnelle est le fait des migrants internationaux dont le rapport au téléphone a une incidence (in)directe sur son développement et sur sa rentabilité pour la SONATEL. Ainsi si Touba et la région de Diourbel ont émergé comme de véritables pôles pour les télécommunications au Sénégal, l'appropriation du téléphone dans le pays *mouride* est tout de même assez particulière.

Si les télécommunications sont des indicateurs du pouvoir d'achat d'une population, elles sont aussi révélatrices de l'extraversion d'une société ou d'un groupe. Touba est la deuxième ville en termes de nombre d'abonnés, avec une particularité qui en fait un enjeu important pour la SONATEL. L'explosion du parc téléphonique de Touba est surtout une réponse des "émigrés" *mourides* à leurs besoins de communication permanente avec les familles, les marabouts, les commerçants convoyeurs de fonds.

Le trafic mensuel, suivi depuis septembre 1997 grâce à la sollicitude de la SONATEL, révèle l'importance du trafic arrivée dans cette ville. Celui-ci représente entre 39% et 64,77% du flux total qui comprend, outre le trafic arrivée, le trafic local, le trafic départ, le trafic transit et la rubrique « autres » essentiellement composée d'Internet et du mobile. 70 à 80 % du trafic arrivée vient de l'international. Il y a deux autres éléments importants à noter :

- entre février 98 et avril 2000, la rubrique « autres » est passée de 0 à 42,7. Cela exprime l'importance prise par les autres formes d'utilisation du téléphone, comme le mobile, Internet, le Netphone, etc.
-
- il y a beaucoup plus d'appels à l'approche et pendant l'hiver et surtout à la veille du *magal*. Du fait du recul progressif du mois de ce grand pèlerinage et de son rapprochement avec l'hiver, se distinguent depuis quelques années, selon les données de la SONATEL, une première période de novembre à juin pendant laquelle les appels sont plus nombreux, et une période plus creuse de juillet à octobre.
-

Selon la SONATEL, le trafic arrivée international général et vers Touba, est pourvoyeur de devises du fait des appels massifs et constants en provenance de l'étranger. Ce fait est caractéristique des villes d'émigration (ex. des villages du Fouta). En termes de chiffre d'affaires provenant des abonnés, Touba est loin d'être la deuxième ville. « C'est une ville où on ne téléphone pas beaucoup mais qui rapporte beaucoup à la SONATEL. En effet, il existe des accords internationaux de balance de trafic régis par l'Union internationale des Télécommunications (UIT). Sur chaque communication entre le Sénégal et l'étranger, les réseaux des deux pays se conjuguent pour que la jonction ait lieu. Il y a avec chaque pays une clé de

répartition des taxes. Dans nos relations avec la France et avec tous les autres pays, on fait chaque année un compte de balance en minute et la différence est payée par le pays qui reçoit le plus d'appels »¹³.

Le trafic international « arrivée » est passé pour tout le Sénégal de 94 millions de minutes en 1998 à 111 millions de minutes en 1999, soit une croissance en valeur relative de près de 19% contre 35% en 1998 et 6,4% en 1996 alors qu'il avait stagné en 1995. Le solde des balances de trafic a stagné en 1999 malgré la baisse de près de 11% de la taxe de répartition moyenne exprimée en FCFA. La baisse de la taxe de répartition résulte soit d'accords bilatéraux avec chaque opérateur étranger, soit du choix pour ce dernier de transiter par des chemins moins chers pour l'acheminement de son trafic vers le Sénégal. Les balances de trafic sont établies mensuellement, bimestriellement ou trimestriellement sur la base des décomptes de trafic de la SONATEL et des correspondants. Elles sont enregistrées après acceptation par le correspondant étranger concerné dans un compte de débiteur ou créateur divers de la SONATEL en fonction du solde des opérations du mois, du bimestre ou du trimestre. En fin d'année, une provision est calculée pour l'ensemble des balances de trafic non encore acceptées. Elle est comptabilisée en produits à recevoir lorsque le solde est en faveur de la SONATEL et en charges à payer dans le cas contraire dans les comptes débiteurs et créateurs divers. Les balances de trafic représentent en moyenne 29,4 % du chiffre d'affaires sur les cinq dernières années et seulement 26,7% en 1999. Si le trafic international départ est de 36,5 millions de minutes en 1999 contre 31,7 millions de minutes en 1998 soit une hausse de 15%, le trafic « arrivée » est de 111 millions de minutes contre 94 millions en 1998 soit une hausse de 19%. En effet, 60% environ des recettes de la SONATEL proviennent de ce trafic international balancé. Touba est, après Dakar, le centre urbain où arrivent le plus d'appels. Et c'est ce qui explique l'importance des investissements qui y sont réalisés.

L'explosion du téléphone mobile

Les abonnements au Réseau mobile GSM Alizé de la SONATEL ont plus que triplé. Le chiffre s'établit à 73472 au 31 décembre 1999, soit 44% du parc fixe et 84% du marché du mobile. Les abonnements au réseau SENTELE dépassent les 30000.

Tableau n° 10 : Évolution du parc mobile de la SONATEL

	Déc 96	Juin 97	Déc 97	Juin 98	Déc 98	Juin 99	Déc 99	Juin 00
Alizé	1395	3814	6942	12385	16733	15983	18111	19901
Diamono					5377	21774	55361	92229
Parc total					22110	37757	73472	112130

Depuis 1996 le parc mobile a connu une croissance extraordinaire. Il a presque doublé tous les six mois entre décembre 1996 et juin 1998. Jusqu'à cette date, seule la formule «Alizé», qui est un abonnement-contrat avec une facture, a porté cette croissance. Entre décembre 1998 et juin 2000, la formule «Diamono» a été la plus dynamique. De 5377, les abonnements ont quadruplé dans les premiers six mois puis doublé après avoir décuplé après un an d'existence. Le parc mobile de la SONATEL a aujourd'hui atteint plus de 120 000 abonnements dont 19901 Alizé et 92229 «Diamono». Le nombre d'abonnements au réseau mobile GSM « Alizé » a été multiplié par plus de trois dans l'année 1999 comme en 1998, passant à plus de 73000 en fin d'année, soit 44% du parc de lignes fixes contre 16% en 1998. En 1999, près de huit abonnés nouveaux sur 10 ont choisi l'offre de SONATEL Mobiles.

Cette croissance s'est faite malgré le démarrage des activités du deuxième opérateur de réseau de radiotéléphonie mobile GSM au Sénégal. La SONATEL représente pour le mobile 85 % de parts de marché et fait un chiffre d'affaires de 11 milliards en croissance de 66% par rapport à 1998.

En définitive, si Touba et la région de Diourbel sont mis en perspective comme des pôles pour les NTIC, ils le doivent beaucoup à l'explosion du téléphone qui est l'effet conjugué d'une demande multiforme, très forte et sans cesse croissante, et de l'effort de la SONATEL. Mais, le milieu *mouride* s'approprie de plus en plus d'autres TIC.

¹³ Entretien avec Birahim Sarr, 20 juillet 2000.

Au-delà du téléphone : l'ouverture des Toubiens à d'autres TIC

Le « déclin informatique » se confirme : la marque des pionniers

Le premier ordinateur arrivé à Touba en 1991 était considéré par son propriétaire (Khadim Modou Bara) comme un gadget qu'il fallait intégrer dans les symboles religieux attachés à Cheikh Ahmadou Bamba, fondateur de la confrérie. Très attaché à l'intégration des attributs de la modernité à la pratique religieuse, il l'avait posé comme ses exemplaires du Saint Coran et les écrits du grand marabout sur un lit richement décoré dédié à Cheikh Ahmadou Bamba. Mais cette machine ne fonctionnait même pas. C'est en 1992 que la première machine mise en fonction fut introduite dans la ville par Pape Sarr Diallo, un ancien employé de la Direction de la Prévision et de la Statistique qui a mis en place une base de données d'aide à la gestion du quartier dont son marabout est l'autorité. L'ordinateur a ainsi mis Madiyana à l'avant garde de la gestion foncière à Touba.

Madiyana ou quand les NTIC aident à la gestion urbaine

Madiyana est un quartier situé le long de la rocade vers l'ouest. Il a été créé *ex nihilo* en 1978 à partir d'un premier lotissement de 2 550 parcelles financé par le khalife général. Deux autres lotissements ont étendu le quartier vers le nord : 1 437 parcelles en 1984 et 1 718 parcelles en 1989. Le khalife général souhaitait ainsi donner à son frère Serigne Souhaibou une part dans la gestion foncière.

Madiyana se distingue par l'approche moderniste, voire avant-gardiste de sa gestion foncière. En 1991, suite au décès du khalife du quartier, son fils aîné et successeur décida d'innover. Il mit en place une équipe chargée d'effectuer un recensement de l'habitat et de faire le bilan de la gestion foncière précédente. Le recensement avait pour but de constituer une base de données fiables, gérée par l'outil informatique afin de pouvoir exercer « un contrôle plus efficace en ce qui concerne le recouvrement de la taxe rurale...et prohiber toute forme de spéculation de terrains à des fins lucratives ». Ce qui avait été noté, selon le responsable de la base des données, avec « de riches commerçants qui commençaient à soudoyer les chefs de village pour obtenir plusieurs parcelles qu'ils revendaient par la suite ». Le recensement a permis d'en identifier un certain nombre et de les déposséder. À l'instar des autres quartiers de la ville, Madiyana est découpé en plusieurs morceaux pour des nécessités de bonne gestion et de contrôle rapproché. Les deux grandes zones qui en sont issues, sont confiées à des responsables appelés « chefs de zone » et chaque zone est divisée en trois « quartiers » gérés par des « délégués ». Toute cette organisation est coiffée par un «secrétaire général» chargé à la fois de conduire la distribution des parcelles, d'arbitrer les conflits fonciers, de coordonner également la collecte de la taxe rurale, et de gérer les finances du comité de santé (organisme de gestion autonome du poste de santé du quartier).

La gestion foncière en relation avec les « chefs de zone » également appelés « chefs de village » et les «chefs de quartiers», consiste en la délivrance d'autorisations d'aménager et en l'enregistrement par tous des nouvelles attributions de parcelles effectuées par le «secrétaire général». Des réunions sont tenues le premier dimanche de chaque mois pour faire le point et définir les nouvelles informations à mettre dans la base de données. Le khalife de quartier n'intervient pas directement à ce stade. Par ailleurs, les « chefs de quartier » et les « chefs de zone » sont surtout des percepteurs d'impôts. Comme les autres «chefs de village» de Touba et d'ailleurs, une ristourne de 7 % leur est accordée sur la somme collectée. Quant aux relations entre le khalife de quartier et le «secrétaire général», elles sont constantes et très proches. Le marabout donne des parcelles et des directives au jour le jour et c'est le «secrétaire général» qui est chargé de l'application de ses décisions et de la mise à jour de la base de données informatisée. Ce dernier est également assisté dans sa tâche par trois collaborateurs dont deux ont été choisis par le khalife de quartier lui-même : un statisticien (Pape Sarr Diallo) qui après un « départ volontaire » a intégré l'équipe, organisé le recensement, saisi et exploité les données sur ordinateur ; un géomètre qui a départagé des conflits de mitoyenneté et corrigé des erreurs de découpage ou des irrégularités identifiées par le recensement. Le troisième a été coopté par le «secrétaire général» pour surveiller l'évolution des informations du terrain et les mettre à jour. Leurs services et interventions semblent cependant être ponctuels.

Même si l'approche de cette équipe s'appuie au fond sur le même type de légitimité que celui des autres «chefs de village» *toubiens*, elle est fortement innovante et est complètement tournée vers l'efficacité de la gestion. Le caractère collectif et réglementé de son mode de fonctionnement, l'outil informatique sur lequel s'appuie la gestion, la jeunesse de ses animateurs (entre 30 et 40 ans) alors que les «chefs de village» sont tous au moins cinquantenaires, constituent des signes d'une évolution considérable des modes de gestion foncière à travers ce quartier. Le maître mot est la transparence et la maîtrise de l'information : grâce à l'ordinateur, on sait avec précision combien de parcelles il reste à attribuer et dans quelle partie du quartier elles sont situées, qui sont les nouveaux attributaires, qui sont les anciens propriétaires, comment ils ont acquis leurs parcelles, qui en détient plusieurs (ce qui est illégal), quel est le niveau de mise en valeur des

parcelles. Après le recensement de 1991, les nouvelles mesures restrictives tournent essentiellement autour de l'institution des autorisations d'aménager, documents décernés par l'équipe aux anciens attributaires (d'avant 1991) qui se sont acquittés de leurs impôts depuis lors, et aux nouveaux attributaires pour lesquels ils constituent la seule garantie. Mais ce type de document a surtout pour objectif la restauration de l'autorité maraboutique¹⁴ et la lutte contre la spéculation. Comme partout à Touba, il est formellement interdit à Madiyana de vendre une parcelle nue. Mais la porte de la spéculation reste grande ouverte à travers le droit de vendre qu'on acquiert dès que la parcelle est mise en valeur. Ainsi, les spéculateurs font un minimum d'investissement sur la parcelle pour avoir ce droit. Cet investissement est appelé la « peine »¹⁵.

L'obligation de détenir une autorisation d'aménager et l'ordinateur sont les instruments de maîtrise de l'information sur toutes les maisons ou parcelles nues du quartier. Elles donnent à l'équipe beaucoup de facilités pour contraindre les propriétaires au paiement de la taxe rurale. En effet, dans le cas d'une parcelle aménagée et dont la vente est avalisée, sa délivrance est précédée par une mise à jour concernant l'impôt. Toutes ces règles contraignantes gênent beaucoup les spéculateurs. Ainsi, les acheteurs préfèrent s'intéresser à d'autres quartiers où la revente éventuelle est permise ou s'effectue avec moins de difficultés.

Au total, même si ce nouveau mode de contrôle qui instrumentalise l'informatique n'est pas sans failles, il semble indiquer la voie à suivre pour une application efficace des règles de gestion pour toute la ville. Serigne Cheikh Saye, khalife de quartier, qui a perçu la nécessité de concevoir une telle équipe est une personnalité très pénétrée des idées modernistes du fait de ses relations privilégiées avec les hautes sphères de l'État et de ses nombreux voyages en Europe et aux États-Unis. Il apprécie beaucoup les intellectuels qui sont plutôt en nombre dans le groupe de ses disciples. Son fort penchant innovant et gestionnaire peut s'expliquer également par un double héritage : il est le fils aîné de Serigne Souhaibou, fils de Cheikh Ahmadou Bamba, considéré comme la figure emblématique de l'orthodoxie et de la science religieuse dans la confrérie, mais il avait également sous le règne du troisième khalife des responsabilités importantes pour la gestion des *daara* khalifaux. On peut penser qu'avec l'avènement des petits-fils qui sont souvent de la même trempe que Serigne Cheikh Saye, il est possible que l'exemple soit reproduit.

Aujourd'hui, l'exemple de Madiyana se diffuse et se multiplie : Darou Khoudoss-Village qui est la structure de gestion du village originel de Touba s'est doté d'un matériel informatique (un Pentium 200) acheté par le khalife du quartier aux États-Unis après avoir envoyé des personnes en stage à Madiyana. Le « chef de village » de Darou Khoudoss (Serigne Ahma) est lui-même un fêru d'informatique. Il faut également noter l'évolution qualitative des technologies utilisées dans la gestion urbaine. Si à Madiyana, on a commencé avec du matériel de seconde main, les machines achetées aujourd'hui sont beaucoup plus performantes. Ceci démontre tout l'intérêt des marabouts pour la gestion informatisée et la certitude de son utilisation généralisée dans le futur. Mais au-delà des habitants de Touba et dans la gestion urbaine, c'est toute la confrérie qui s'ouvre aux NTIC, notamment les migrants internationaux. L'exemple d'un *dahira* créé et géré par ces derniers sera révélateur.

Matlaboul Fawzaïni : un dahira transnational qui fonctionne grâce aux NTIC

Matlaboul Fawzaïni signifie, en arabe, « la recherche des deux bonheurs »¹⁶. C'est le nom d'un *dahira* fondé en 1990 autour du projet de construction d'un grand hôpital à Touba. Il compte en 2001 plus de 60 000 membres dans le monde. Cette dénomination a été reprise d'un poème de C. A. Bamba, texte considéré comme l'acte de naissance de la ville et contenant des prières et prédictions relatives à son développement. Ces prières et prédictions concernant Touba sont devenues un carnet de projets dont la réalisation constitue pour les fils de ce dernier une manière de perpétuer son souvenir et d'entrer eux-mêmes dans l'histoire de la confrérie. *Matlaboul Fawzaïni* se singularise par sa naissance à l'étranger et autour d'un seul grand projet. La création de ce *dahira* a été accompagnée par les NTIC qui structurent aujourd'hui largement son fonctionnement.

C'est en 1994 que le *dahira* dans sa forme actuelle a vu le jour. Le premier bureau de 33 membres a été formé au cours de la fameuse réunion de Touba de cette année-là. Il comprenait des représentants locaux et

¹⁴Cette restauration de l'autorité se fait également face à des intervenants extérieurs comme la SONATEL. Celle-ci, dans le nouveau programme d'extension de son réseau, a installé des postes de redistribution dans plusieurs quartiers dont Madiyana. Mais le khalife de quartier a demandé à la SONATEL d'arrêter les travaux parce qu'ils n'ont reçu ni la demande de la Communauté rurale, ni celle du khalife général qui ont donné l'autorisation. Les travaux avaient été arrêtés en attendant que la situation soit clarifiée.

¹⁵C'est le vocable français qui est utilisé.

¹⁶Sous-entendu le bonheur ici-bas et dans l'au-delà.

des mandataires en France, en Italie, en Espagne et aux États-Unis. Il a également été décidé par la même occasion de recruter des membres par la vente de cartes dans des bureaux établis dans chacun de ces pays. Les membres étant disséminés dans ces pays, au Sénégal, au Portugal, en Allemagne, en Guinée Bissau, au Gabon, en Afrique du Sud, les conditions d'adhésion et les cotisations sont établies et modulées selon le continent. Les Sénégalais résidents achètent leur carte à 1000 francs CFA et cotisent annuellement 2500 francs CFA tandis que les émigrés en Europe, en Amérique et en Asie déboursent 10000 F pour adhérer au *dahira* et 40 000 francs CFA au titre de la cotisation annuelle. Les droits d'adhésion pour les Sénégalais émigrés dans d'autres pays africains s'élèvent à 2500 francs CFA. Leurs cotisations représentent quatre fois moins que ceux des autres continents, celles des femmes la moitié des sommes versées par les hommes. Par ailleurs, des cartes de soutien sont disponibles et permettent de faire plus si on le souhaite.

Chaque bureau doit ouvrir un compte bancaire où sont versées toutes les cotisations. L'argent est acheminé par virement *swift* dans un compte unique ouvert pour l'ensemble du *dahira* à Touba. Par la suite, celui-ci épouse les contours du découpage administratif des pays d'accueil, avec des cellules correspondant aux régions, des sections aux départements, et des sous-sections à des niveaux administratifs plus bas. Les sous-sections sont regroupées en sections et les sections en cellules. Chaque fin de trimestre, les sections des capitales régionales se réunissent en assemblée au siège de la cellule et font le bilan. L'argent collecté est alors versé dans le compte de *Matlaboul Fawzaïni* au niveau du pays en question. C'est seulement à la fin de l'année que les virements se font vers le compte de Touba, siège de la cellule-mère. Aujourd'hui que l'hôpital est achevé et commence à fonctionner, *Matlaboul Fawzaïni* s'est donné le statut d'ONG qui veut étendre son action à d'autres secteurs de la vie *toubienne*, notamment en amont de la santé, c'est-à-dire l'assainissement et la fourniture de l'eau.

Pour que l'organisation mise en place soit opérationnelle, il a fallu recourir aux TIC. En réalité, la communication et l'information sont la clé de voûte du fonctionnement, le pilier de la mobilisation. L'explication de Dame Ndiaye part de loin : « Quand Dieu a envoyé le Prophète, c'est pour nous informer. Cheikh Ahmadou Bamba a écrit sept tonnes pour nous informer. L'information qui est notre credo était dès le début distillée quatre fois l'an. L'Assemblée générale également est toujours un haut moment de communication. Nous avons un Bureau permanent, des bureaux centraux et des cellules dotés de matériel informatique de pointe : computer, avec Internet et *E-mail*. Chaque cellule doit vivre ce que nous vivons. Le maître mot doit être la rapidité. Le système de communication se fait par nos bureaux centraux qui ont été dotés en moyens technologiques. Comme ce sont des structures qui sont en Europe, il était difficile d'y échapper d'autant plus que ce qui se construit c'est un monde sans frontières. Au lieu d'aller convaincre, il faut leur montrer ce qu'on réalise. Avant 1995, l'Espagne, l'Italie et Touba étaient dotés de machines pour la gestion de l'investissement, la gestion des ressources, et la gestion des hommes. La nouveauté de cette technologie fait qu'on ne voulait pas être largué¹⁷.

Pour Dame Ndiaye, (fondateur et responsable), au-delà du fonctionnement de *Matlaboul Fawzaïni*, son ordinateur est d'abord son « professeur ». Pour cet autodidacte, cet outil lui permet de progresser dans l'informatique et de s'informer sur tout. Il est branché sur Internet grâce à *Déclic Informatique*. Et c'est son niveau d'information qui lui permet aujourd'hui d'envisager la télémédecine pour son hôpital pour faire face au déficit de techniciens de la santé de pointe au Sénégal. Déjà, il utilise largement le courrier électronique à la place du courrier postal, même express.

L'informatique et l'Internet : un marché en développement à Touba.

En dehors de la gestion foncière, l'utilisation personnelle de l'informatique connaît un développement considérable à Touba. Des dizaines de marabouts se sont fait installer des logiciels arabes (*Windows 98* en arabe) et des claviers arabes sur des ordinateurs Pentium envoyés par des *taalibé* d'Italie. Ils découvrent ainsi le monde du traitement de texte en langue arabe qui, malgré ses limites au plan national, est connue par les marabouts *toubiens*. Si on connaît l'importance de l'écriture arabe dans la culture et le symbolisme *mouride*, son poids dans la représentation mystique de Cheikh Ahmadou Bamba, son utilisation dans les échanges de courrier, on peut parier sur son développement rapide. La page saisie et tirée coûte 1 000 F CFA. Les marabouts, surtout les jeunes en phase d'apprentissage de l'arabe, utilisent beaucoup *Windows* en arabe pour ses dictionnaires. En dehors des marabouts, d'autres corps utilisent l'ordinateur pour leur fonctionnement. C'est le cas du médecin responsable du dispensaire de Darou Khoudoss et plusieurs autres personnes qui l'utilisent pour leur gestion et le traitement de texte. Par ailleurs, les centres de traitement de texte et d'édition fleurissent et produisent désormais lettres, cartes de membre, cartes de visite. L'Institut Al Azar de Ndamme, qui est une école arabe d'inspiration égyptienne créée par le fils cadet de Cheikh Ahmadou Bamba, a également fait le choix de l'informatique pour sa gestion.

¹⁷ Entretien avec Dame Ndiaye, 07 juillet 2000

L'importance prise par l'ordinateur dans l'organisation de la société urbaine *toubienne* et les pratiques *mourides* est également le fait de sa facilité d'acquisition. De plus en plus, ce sont des centaines d'ordinateurs qui sont ramenés d'Europe et des États-Unis dans des containers et qui sont déversés dans la ville. À Touba, on peut acquérir l'unité centrale d'un ordinateur 486 avec un disque dur de 640 et une mémoire de 12 à 50 000 F CFA ainsi qu'un écran à 20 000 F CFA. Mais ce sont surtout les claviers arabes et asiatiques (qu'on peut changer en mettant des patchs sur les touches) qui connaissent un grand succès. Les ordinateurs d'occasion ont stimulé à leur tour le marché de l'entretien et de la réparation, même si les réparateurs jurent que les clients ne payent pas à sa juste valeur le service rendu. Ce qui est assez logique au regard de la faiblesse du prix d'achat des ordinateurs.

La domestication de l'outil informatique est une composante d'une mouvance générale d'utilisation systématique de l'électronique depuis plusieurs années. Le rôle des migrants *modou modou* et des marabouts est dans ce sens primordial. Fascinés par la télévision, les magnétophones double cassette, les chaînes hi-fi, les baladeurs, ils ont contribué à changer la configuration et le contenu des salles de séjour des maisons *toubiennes* et d'ailleurs en y introduisant massivement l'électronique. La chaleur extrême et la poussière qui constituent les pires agressions pour le matériel électronique ont attiré beaucoup d'ateliers d'électroniciens. Pour les marabouts, le fait d'être à l'avant garde sur n'importe quel domaine est un moyen de promotion personnelle. L'électronique en général et l'informatique en particulier sont et seront de plus en plus des moyens de se singulariser.

L'accès au téléphone dans un contexte de banalisation de l'informatique, voilà un cadre favorable au développement d'Internet. C'est donc surtout en termes de potentiel qu'il faut appréhender les enjeux dont il est porteur à Touba. Malgré tout, la région de Diourbel à laquelle appartient Touba voit l'utilisation d'Internet croître progressivement, même si elle est encore très faible. La durée des communications qui lui sont consacrées s'élève en mai 2000 à 29 924 minutes, le nombre de connexions à 3 330 et la durée moyenne des communications est de 9 minutes. Avec ces chiffres relativement faibles, la région de Diourbel devance celles de Tambacounda et de Louga. L'un des moteurs de ce développement est constitué par l'association de *Trade Point Sénégal* à des privés qui mettent désormais l'accent sur la formation et la fourniture de services.

Les privés répondent à la demande en formation : l'exemple de Déclic Informatique et de l'Institut de Formation professionnelle (IFP)

Le pionnier de la formation s'appelle Bara Wade. Il a répondu avant tous les autres au besoin de formation exprimé par les commerçants et les Toubiens en général. Son école est implantée à la fois à Mbacké et Touba. C'est sur le conseil de son frère qui travaillait à la mise en place de la base de données informatisée de Darou Khoudoss que Bouso Faye a eu l'idée d'implanter une structure de formation à Touba. « Il m'a fait comprendre que le terrain était propice et vierge », explique-t-elle. « Je suis technicienne en informatique. J'ai travaillé à *Eximcor* (société qui exploitait les mines d'or de Sabodola (Sénégal oriental) jusqu'à sa fermeture). Après, j'ai fait du *free lance*. J'ai décidé l'année dernière [1999] de venir moi-même m'occuper de l'affaire parce que la gestion de mes frères n'était pas des meilleurs. Je suis vraiment venue pour donner du punch à l'affaire. Maintenant, j'habite ici. Je retourne à Dakar tous les 15 jours. Les affaires commencent à marcher. Je commence à être connue par les structures ».

Déclic Informatique veut répondre à un besoin croissant en matière de formation exprimé par les fonctionnaires et les privés du secteur formel, en particulier les commerçants de Touba. C'est d'ailleurs ce qui a motivé le choix de Ocass qui est le marché emblématique du secteur informel *mouride* pour l'implantation de *Déclic Informatique*. Si la demande en informatique est importante, sa satisfaction n'est pas chose aisée. Par ailleurs, Touba détient le record du plus haut niveau d'analphabétisme en français parmi toutes les villes du Sénégal. L'analphabétisme fait qu'« il est difficile pédagogiquement de leur faire comprendre quelque chose ; il faut au moins savoir lire, c'est pour cette raison qu'il y a eu au début beaucoup de désistements ». *Déclic Informatique* a progressivement changé de méthode, inventant des signes et des symboles pour se conformer au besoin de ses clients. L'analphabétisme est ainsi un obstacle à la diffusion des NTIC, mais il n'est pas insurmontable.

L'objectif de la formation de *Déclic Informatique* est l'initiation à *Word*, *Excel* et *Windows* après l'apprentissage de la compréhension et de l'utilisation d'un clavier d'ordinateur. Parmi les clients, il y a également des marabouts, qui apprennent la confection de calendriers pour promouvoir l'image de leur lignage, des fonctionnaires en service à Touba ou Mbacké, des gérants de pharmacie et autres magasins d'alimentation modernes.

Déclic Informatique a, depuis la fin de l'année 1999, fait une option sur l'Internet à la suite d'une forte demande des clients. Il est à présent fonctionnel (depuis mars 2000) après un investissement de 100 000 FCFA de l'entreprise. Le volet formation est le plus dynamique. *Déclic Informatique* compte aujourd'hui 20 élèves répartis en plusieurs groupes de niveau et d'horaire. Sur les 20 élèves de *Déclic Informatique*, huit sont de sexe féminin, sans doute des femmes de migrants internationaux ayant interrompu leurs études pour le mariage et qui avec l'éloignement de leur conjoint cherchent à s'occuper. Les jeunes en général ont besoin à la fin de la formation d'un diplôme ou d'une attestation alors que les commerçants n'expriment aucun besoin dans ce sens.

D'autres volets composent les activités de *Déclic Informatique*. Il s'agit d'abord de la vente d'ordinateurs d'occasion pour laquelle un marché actif commence à se consolider. Bousso Faye confirme l'intérêt des Toubiens pour le traitement de texte en arabe : « le marché des claviers arabes est aussi très porteur. Nous en avons vendu quelques-uns, mais on n'en a plus. Nous donnons deux conseils : acheter un disque et faire configurer cela en arabe ou acheter les claviers asiatiques et les « patcher » ». Il s'agit également de l'activité de maintenance qui a nécessité l'installation d'un atelier. « Je suis connu maintenant et les gens ne vont plus jusqu'à Dakar pour réparer leurs machines. L'autre vaste marché, c'est la « tropicalisation » des machines qui arrivent dans les containers et qui doivent être reconfigurées. Cependant jusqu'au 486, je ne prends pas. L'atelier permet également de réparer photocopieuses, fax, machines à écrire. La maintenance n'est pas très rentable. Les gens marchandent trop. Ils ne veulent pas payer les prix qui se pratiquent à Dakar. Comme ils n'achètent pas les machines très chères, ils ne connaissent pas la vraie valeur des produits et ne veulent pas trop payer à la réparation. Quant au marché de maintenance pour des sociétés installées à Touba, il n'est pas élargi. Ils ont souvent leurs propres ateliers à Dakar où les machines sont envoyées ».

Mais l'activité qui semble devenir la plus importante pour *Déclic Informatique*, c'est son « mariage » fonctionnel avec *Trade Point* qui en fait une antenne. Avec *Trade Point Touba* qui fonctionne depuis juin 1999, le contact a été établi dès mars 1999. Une cérémonie officielle de lancement a été organisée le 19 mai 1999 pour informer sur les possibilités offertes par ces deux structures. Il s'agit d'un système d'informations commerciales qui permet :

- la consultation et l'insertion d'opportunités (offres et demandes de produits, de services, de compétences, de partenariat technique et financier) ;
- l'accès à un répertoire des entreprises sénégalaises ;
- la publicité à travers Internet ;
- l'hébergement et la conception de pages *web* ;
- l'attribution d'*E-mail* ;
- l'automatisation de toute la procédure de prédédouanement ;
- l'assistance des opérations économiques dans le suivi de l'actualité des marchés ;
- l'assistance à l'utilisation des NTIC ;
- la couverture technique ;
- l'entretien des connexions ;
- l'installation des postes.

Déclic Informatique et *Trade Point Sénégal* participent donc à la valorisation des potentialités locales, au décloisonnement de la production, à l'insertion de Touba dans le commerce international, donc à l'assistance aux opérateurs économiques *toubiens*.

Mais cette invitation n'a pas été d'un grand succès du fait d'un déficit de communication. « L'information n'est passée que par le bouche à oreille. Il n'y a pas eu une grande influence ». Les lettres ont été envoyées pour la plupart à des personnes peu ou pas instruites qui n'ont sans doute pas compris tout l'enjeu de cet événement. Mais depuis lors, l'intérêt pour Internet et le *Trade Point* est grandissant. Le plus grand commerçant de Touba (Kabe Fall) est l'un des meilleurs clients.

L'objectif de *Trade Point Sénégal* à Touba est de vulgariser le commerce électronique. Un homme d'affaires a la possibilité de faire passer des informations concernant ses produits sur Internet en payant 500 F CFA. Ce qui est vraiment insignifiant.

Trade Point affiche les offres de vente. « Si un commerçant de Touba veut vendre du mil, il a la possibilité de le proposer en précisant la quantité et la qualité, et nous on s'occupe du reste », explique Bousso Faye qui place beaucoup d'espoir dans ce partenariat. Mais pour le moment, il n'est pas prévu un équipement de *Déclic Informatique* par *Trade Point*. Pour être membre du réseau de *Trade Point*, avoir un code client, il faut juste payer 2500 F CFA. Fallou Lô qui était allé découvrir ce réseau à son inauguration dit avoir « déjà

entrevu des possibilités de trouver des partenaires commerciaux ». Il a les adresses *Email* de certains fournisseurs. Il a lui-même une adresse *Email*, qui lui a coûté 4000 F CFA. Mais il dit l'avoir cherché juste pour anticiper. Pour le moment, cela ne lui est pas encore très utile. Fallou qui a suivi des cours d'alphabétisation en 1985 écrit lui-même ses messages. Ce qui n'est pas toujours le cas pour les autres commerçants *mourides*.

Trade Point a un rôle de conseil et assure le suivi jusqu'à ce que le contact entre le vendeur et l'acheteur s'établisse. Mais souvent, la transaction entre le client et son partenaire se poursuit au téléphone et avec un contact direct. Pourtant, l'intérêt de *Trade Point Sénégal* est de garder le plus possible le client au cours d'une transaction. « D'abord, on gagne de l'argent (300 à 500 FCFA) par l'envoi et la réception de messages par le mail. Si nous gardons le client et l'assistons plus directement dans la transaction, nous avons aussi un pourcentage ». Le fait que les partenaires complètent la transaction par le téléphone démontre que les commerçants de ce milieu ressentent le besoin d'associer la parole pour conclure une affaire. Le caractère socio-affectif de l'échange direct est conjugué à Internet dans le cas de *Trade Point Touba*. Cela signifie la construction de nouveaux comportements utilisant les NTIC tout en gardant son identité liée à l'oralité.

Cette initiative de *Déclic Informatique* est comprise dans la ville comme une avancée importante dans les attributs de la modernité que les *mourides* s'évertuent à réinterpréter dans le sens de leurs symboles. Les autorités maraboutiques font des visites fréquentes pour encourager les initiateurs. *Déclic Informatique*, qui ne fait pratiquement jamais de *marketing*, réalise un chiffre d'affaires d'environ 400 000 FCFA mensuel, dont 35 à 50% proviennent de la formation.

Mais par ailleurs, l'utilisation d'Internet qui paraissait complètement exclu dans un milieu *toubien* aussi attaché à ses valeurs, croît rapidement. Son développement récent s'appuie sur la curiosité des marabouts et leur goût de la technologie, mais également sur le relatif succès local de *Trade Point Sénégal*. Ce développement reste quand même limité. Une politique de vulgarisation plus étendue aboutirait sans doute à un grand succès. « On reste parfois trois jours sans consultation. En moyenne, c'est deux personnes par jour. Nous sommes les seuls à l'offrir. Nous sommes connectés en réseau : on peut faire dix connections à partir d'une seule ligne par le système *wingate*. C'est ce qui se fait dans les cybercafés à Dakar. » Pour le moment, « les gens se renseignent mais ce n'est pas encore le rush. Peut être qu'après trois à quatre promotions, il y aura un effet de mode et un effet boule de neige. Tout le temps d'ailleurs, nous nous connectons à perte pour pouvoir vulgariser le produit », se plaint Bouso Faye. Certaines personnalités ainsi que des organisations commencent à se connecter par le canal de *Déclic Informatique* qui leur assure une formation à domicile.

L'exemple de l'Institut de Formation professionnelle (IFP) est d'un autre ordre. En effet, il s'agit d'une école dont l'implantation à Dakar est assez ancienne et qui a découvert, à Mbacké, le moyen de capter la clientèle *toubienne*. Ce sont des démarcheurs qui ont prospecté la zone en vendant la bonne réputation de l'IFP. Le procédé est éprouvé ailleurs. C'est après avoir rassemblé 20 à 40 élèves fonctionnaires que l'école décide de s'installer dans une zone donnée. A Mbacké, les élèves du secteur privé et des commerçants de l'informel sont plus nombreux. C'est ce marché qui est porteur dans cette zone et l'IFP l'a compris. Une nouvelle stratégie a été ainsi mise en place pour s'adapter aux besoins et aux contraintes. L'IFP de Mbacké compte deux groupes de 20 élèves dont 11 femmes. Ici, la majorité des élèves sont des jeunes (moins de 35 ans). Après chaque session de formation, il est remis un diplôme et c'est d'après le responsable «le plus» de l'école par rapport à ce qui se fait à Touba. Faire une formation en informatique devient, même Touba, un gage de sécurité de l'emploi. Mais certains déclarent également suivre la formation par curiosité et par volonté d'anticiper. La section IFP de Mbacké gère un parc de 13 ordinateurs, des 486 DX et des *Pentium*. La formation concerne *Windows*, *Excel*, *Access*. Mais pour ce dernier et d'après le responsable, le niveau requis pour bien suivre la formation est rarement acquis.

Ces deux exemples démontrent que le « déclic » informatique s'est produit à Touba depuis une petite dizaine d'années. D'ailleurs, on a déjà l'impression qu'un ancrage de l'ordinateur dans le fonctionnement de la société urbaine *toubienne* est irréversible et est déjà assez important.

Les paraboles : expression de la singularité de la société urbaine

L'ouverture aux NTIC et leur pratique quotidienne concernent Internet qui se développe mais également la télévision dont l'évolution liée aux satellites est une nouvelle donne. Touba est la capitale d'une confrérie transnationalisée et le lieu d'invention de nouvelles formes de citadinités extraverties. Et la télévision est un des instruments de présence dans les entre-deux qui constituent le nouveau territoire des *mourides*. Arrivée au Sénégal au début des années 70 et plutôt adoptée par la bourgeoisie et la *Jet Set* dakaroise, elle est devenue dans les années 80 et 90 un média de masse regardé partout. Depuis une dizaine d'années, c'est la télévision satellitaire qui constitue la mode avec les antennes MMDS appelées *TV5*. Mais celles-ci, malgré

leur explosion dans tout le pays, n'offrent pas à Touba une réception de qualité, nonobstant leur hauteur exceptionnelle qui est elle-même une forme d'appropriation et d'innovation particulière. La réponse à ce déficit par rapport au reste du pays est constituée par l'explosion des antennes paraboliques. Elles fleurissent sur les toits des maisons plus qu'à Dakar¹⁸.

Malgré l'ancrage identitaire fort de la société *mouride* à Touba, les paraboles sont celles de l'ouverture généralisée au monde extérieur mais également celles de l'ennui et de l'inactivité. En effet, les Toubiennes qui restent dans les maisons à longueur d'année devant l'absentéisme des Toubiens n'ont que la télévision pour passer le temps, les formes d'amusement et d'évasion connues ailleurs étant interdites à Touba. Et comme la télévision sénégalaise n'a pas une programmation continue, le seul recours reste la télévision satellitaire. Cette ouverture expose ainsi la société d'une ville religieuse à toutes les images positives et négatives de sociétés basées souvent sur d'autres logiques. Elle devrait achever de faire de la plupart des Toubiens des citoyens comme les autres, ce qui est en contradiction avec le projet initial du fondateur.

Ce sont les migrants internationaux qui ont, après certains marabouts voyageurs, contribué à faire des paraboles un élément important du paysage *toubien*. Mais le développement des paraboles et leur prolifération sont également liés à leur prix de vente à Touba. Au moment où une antenne est vendue autour de 800 000 F CFA à Dakar, les prix varient à Touba entre 175 000 (marché noir) et 400 000 F (prix magasins). C'est que celles qui sont vendues à Touba, achetées et reconditionnées aux États-Unis mais fabriquées en Corée du Sud, sont rapportées dans des containers par les commerçants *mourides* qui parcourent le monde, ou achetées à Banjul. Ceci relève d'une tradition créée par le statut d'exterritorialité qui a toujours permis aux *Toubiens* d'acheter des produits à bas coût provenant de Gambie. Cet élément a d'ailleurs contribué largement à consolider l'image *toubienne* de ville-miracle où la vie est facile. Les paraboles sont vendues dans des magasins spécialisés mais également dans des magasins de tissus et d'autres produits. « Depuis moins d'un an, ma boutique vend des paraboles. Le rythme des ventes est divers : je peux vendre un par mois, comme trois par semaine. Cela dépend des clients mais également des disponibilités. Il y a beaucoup de gens qui l'installent et c'est le vendeur qui est aussi l'intermédiaire entre l'acheteur et l'installateur », révèle Khadim Sylla, un vendeur attiré. Les paraboles viennent de Banjul et coûtent entre 185 000 et 200 000 dans sa boutique.

Avec le développement du marché des paraboles, *Canal Horizons* (chaîne cryptée) et d'autres sociétés commencent à investir la ville en proposant d'autres formules, notamment la possibilité de recevoir en clair les images de cette chaîne cryptée.

Au demeurant, la parabole est désormais fabriquée en partie à Touba par plusieurs ateliers de menuiserie métallique. Le « bol » comme ils l'appellent peut être ainsi vendu à des sommes dérisoires. Mais les paraboles traduisent également dans une certaine mesure l'opposition avec Dakar tout tourné vers les chaînes francophones TV5, CFI, Canal Horizons et l'ouverture au monde arabe : ARABSAT, LBC, NILE TV, NILE SPORT plus 300 chaînes de radio.

Outre les paraboles, les commerçants *mourides* de Touba vendent des radios satellitaires ramenées de Dubaï (Émirats arabes unis) devenu depuis quelques années une nouvelle destination pour les *mourides*, un nouvel eldorado. Les radios satellitaires sont utilisées depuis longtemps par les marabouts arabophones pour écouter les chaînes arabes. Elles sont également écoutées par la diaspora *mouride* pour s'informer à travers les radios FM, surtout *Walf FM* et *Sud FM*.

La mode qui commence à s'installer et qui va s'amplifier dans les années à venir est celle des petites radios FM émettant de certaines maisons maraboutiques ou de certains centres de quartier. Elles ont été installées depuis plusieurs années à l'approche ou pendant le grand pèlerinage de Touba pour participer à son animation mais également pour faire la promotion de leurs propriétaires. Elles diffusent des prêches, chants et poèmes écrits par le fondateur de la confrérie. Quoiqu'elles ne connaissent qu'une existence ponctuelle et une couverture limitée (rayon de 1 km), ces radios sont appelées à devenir, comme à Dakar, des véritables structures de communication mais également des entreprises commerciales cherchant à capter le marché publicitaire à créer ou à stimuler à Touba.

Le développement du marché de l'électronique dans la société urbaine *toubienne* participe d'une forme d'ouverture du *mouridisme* au monde moderne liée à sa transnationalisation croissante. Les *mourides* sont ainsi de plus en plus ouverts aux NTIC, qu'ils soient à Touba ou loin de leur capitale. Cette ouverture qui signifie une sorte de sécularisation, constitue une composante du projet confrérique d'universalisation.

¹⁸ Cela avait d'ailleurs suscité en moi surprise et étonnement en 1994 au moment où je commençais mes premières recherches sur cette ville.

L'explosion du téléphone, conjuguée au décollage informatique, offre un lit favorable au développement d'Internet à Touba et à son adoption par les Toubiens. Mais le *web* est surtout instrumentalisé pour promouvoir l'image de la confrérie, diffuser son message et ses symboles. Sous ce rapport, les segments qui constituent des courants réfractaires face au projet universaliste seront affaiblis et joueront sans doute un rôle moins important dans l'avenir. À l'inverse, les *dahira*, les commerçants et les jeunes marabouts sont les acteurs que peut servir l'appropriation des NTIC dans les jeux de pouvoir.

Mais quels sont les mécanismes qui informent l'adoption ou le rejet d'outils relevant surtout de la « modernité occidentale » ? Le *mouridisme* développe depuis sa naissance une certaine capacité à comprendre et à anticiper le monde et ses évolutions. La confrérie gère un projet de société qui a son type d'homme, son système d'éducation, ses valeurs, ses pratiques. Elle sait en général distinguer de manière stratégique ce qui sert ce projet (alliances circonstancielles avec l'État, radio, téléphone, Internet) et ce qui le dessert (école, jeux de hasard, alcool). Mais elle est de plus en plus hétérogène et ses différentes composantes prennent parfois des directions contradictoires. Si la confrérie échappe de plus en plus à l'autorité centrale et développe des périphéries incontrôlées, il est difficile de prévoir désormais, ce qu'elle adoptera et ce qu'elle rejettera, les rapports des différents groupes au monde ainsi que leurs intérêts et leurs capacités devenant très diverses.

Les *mourides* ont souvent déjoué les pronostics à leur égard, mais l'analyse du contenu de plusieurs sites internet ainsi que leur typologie laisse penser que le *web* est un nouveau territoire qu'ils cherchent à conquérir.

Touba et la confrérie sur le web ou le positionnement des *mourides* dans la bataille du contenu

Touba est la capitale d'une confrérie internationalisée et les TIC offrent à ses adeptes la possibilité d'entretenir avec leur milieu d'origine et leur ville-symbole des relations distantes très fortes. Mais cette internationalisation représente celle d'une religion migrante qui a un projet et un message à promouvoir. Et sous ce rapport, Internet semble devoir être son nouveau territoire, un canal important par lequel ses symboles et son discours se diffusent et évoluent. L'observation et l'analyse du contenu des sites *mourides* qui fleurissent sur le *web* le démontrent largement.

Internet au service du projet d'universalisation de la confrérie : un nouveau territoire pour les mourides

La confrérie *mouride* a, depuis ses débuts dans le dernier quart du XIX^{ème} siècle, une vision universelle du message qu'elle veut promouvoir. Cheikh Ahmadou Bamba, le fondateur, n'a jamais pensé circonscrire son enseignement à l'intérieur des frontières nationales. Lui-même a eu une histoire de vie translocale faite de mobilités.

La territorialisation de la confrérie n'est pas un mouvement linéaire du milieu rural aux espaces internationaux en passant par les milieux urbains. Ces différentes conquêtes ne se sont pas faites de manière exclusivement successive. Elles représentent des périodes qui s'empâtent, se complètent et s'influencent. La présence massive des disciples en milieu rural n'a pas empêché des personnalités importantes de la confrérie de s'installer dans des villes ou à leur lisière. De même, la ville a représenté, dans une large mesure, le tremplin de l'émigration internationale des *mourides*.

Dans la même optique, la migration de ces disciples vers le reste de l'Afrique, l'Europe et l'Amérique du Nord et les modes d'insertion qu'ils y inventent, donnent une dimension universelle à la confrérie dont les structures d'encadrement et d'organisation ne peuvent plus se passer de la participation des *modou modou* ou sont faites pour eux. Les *dahira* deviennent des « mouvements mondiaux », « internationaux » ou « universels » et prennent en charge des questions qui dépassent le cadre confrérique et embrassent plus globalement l'idéologie islamique ou simplement monothéiste (exemple du Mouvement mondial pour l'Unité de Dieu). Ces mouvements comptant plusieurs milliers de membres, et portant un véritable projet de société, développent une logique autonomiste, qui a pour ambition de prendre en charge tous les besoins du disciple. Dans cette optique, Touba devient le lieu idéal qui peut et doit abriter cette société souhaitée. Les nouveaux *dahira* ont une implantation à la fois nationale et internationale. Ils s'approprient de plus en plus le projet de ville, et participent à la construction urbaine en investissant des fonds considérables orientés vers l'organisation du grand pèlerinage annuel qu'abrite Touba, la création de quartiers, les secteurs de la santé, de l'assainissement, des réseaux urbains. Ils deviennent ainsi les tremplins de la mobilisation des migrants internationaux au profit de la ville. Les stratégies de mobilisation des moyens par les différents segments de

la confrérie ont évolué depuis quelques années vers le captage de la manne financière de la diaspora *mouride* établie dans les pays d'Europe occidentale, aux États-Unis et en Afrique.

Les images de Cheikh Ahmadou Bamba et de la mosquée de Touba deviennent des emblèmes, photographiées et rephotographiées, dessinées, sculptées, affichées, portées un peu partout dans le monde. La ville de Touba est intégrée dans les circuits touristiques des *Tours Opérateurs*. Ses pèlerinages sont fêtés simultanément dans plusieurs grandes capitales du monde (Bava et Guèye 2001). « *Now, I can go everywhere because I know you'll be there* », chante Youssou Ndour, star internationale du *show biz* et disciple de la confrérie, s'adressant à Cheikh Ahmadou Bamba.

Mais dans un contexte de généralisation d'Internet, les *mourides* ont également su saisir la balle au bond pour utiliser une image sportive. Le *web* devient très vite un instrument de prosélytisme important pour la confrérie et un nouveau territoire à conquérir, même s'il n'est que virtuel. Les sites qui vantent la puissance *mouride* et fournissent des informations sur la vie confrérique, son message, ses biens religieux, ses différentes manifestations et leur signification, l'œuvre de Cheikh Ahmadou Bamba et de sa descendance sont de plus en plus nombreux. Certains d'entre eux sont issus d'initiatives de marabouts, qui se singularisent ainsi et se font connaître tout en participant à la promotion de l'image de la confrérie. Mais la plupart sont le fait de *dahira* qui ont soit à la fois une implantation nationale et internationale, soit une implantation internationale exclusive couvrant plusieurs pays ou liée à un seul pays voire, une ville. Les *dahira* qui réalisent ces sites vendent également leur propre image en présentant leurs structures, leurs organigrammes, leurs actions. En réalité, les moyens symboliques et matériels tirés d'un milieu conquis sont toujours réinvestis dans d'autres. Et ce sont les biens religieux constitués, recomposés en milieu rural, puis en milieu urbain et au sein des communautés disséminées dans le monde qui ont été capitalisés et sont projetés dans le réseau des réseaux. Il en est ainsi de la production scientifique, littéraire, du langage, de l'imaginaire, de l'histoire de la confrérie, de ses savoirs, de ses discours et de son esprit. Les *mourides* sont ainsi déjà positionnés dans la bataille du Savoir et du Contenu pour lequel le Sénégal est presque inexistant.

Hizbut Tarqiyya : un engagement pour Internet qui confirme le dynamisme du pionnier

Hizbut Tarqiyya est le nom donné par le khalife de la confrérie à l'ancien *Dahira* des Étudiants *Mourides* (DEM), « association » qui a vu le jour dans les années 70 à l'Université de Dakar pour permettre aux jeunes intellectuels de la confrérie de trouver un cadre de rencontre et de solidarité. Après une forte implantation dakaroise et une décentralisation vers les capitales régionales et d'autres villes sénégalaises, *Hizbut Tarqiyya* est devenu un grand mouvement qui a fait le choix de s'établir à Touba où il a construit un grand centre socio-économique et culturel. Mais comme la plupart des autres *dahira* importants de la confrérie, il a connu une internationalisation croissante et est aujourd'hui présent dans plusieurs capitales et grandes villes européennes. Dans son évolution et sa croissance, *Hizbut Tarqiyya* qui se dit « inspiré et avec un projet culturel à promouvoir s'est toujours clairement fait le credo de la méthode et de l'organisation ¹⁹ ».

Hizbut Tarqiyya qui a fait du modernisme et de l'activisme au service du fondateur du *mouridisme* et de ses successeurs un moyen de s'imposer dans la confrérie, est un véritable pionnier pour ce qui concerne les TIC. Il utilise depuis longtemps la télédétection pour le suivi de ses exploitations agricoles et le théodolite pour les opérations de planage. Les « étudiants mourides » ont également une longue pratique des Talkie Walkie pour communiquer dans les champs et ont facilement adopté la téléphonie cellulaire.

À la fin des années 80, alors que l'informatique était à ses débuts au Sénégal, le *dahira* s'est doté d'une flotte d'ordinateurs qui a suscité l'émerveillement et l'envie dans plusieurs milieux dakarois. Cette acquisition avait pour but de s'adapter à la mutation du *dahira* dont la mobilité des membres nécessitait un contrôle plus serré à distance. L'informatique a été salvatrice dans ce contexte. Un fichier des membres comprenant toutes les informations sur chacun d'entre eux, sur leurs ressources financières respectives, est mis en place. Et progressivement, l'administration culturelle, celle des biens et celle des responsabilités ont suivi.

L'acquisition en 1988 du parc informatique par *Hizbut Tarqiyya* a coïncidé avec le lancement d'un « réseau de transmission de données par paquets de type X25 appelé SENPAC. Permettant l'accès aux banques de données étrangères pouvant atteindre 19200 bps, il (le SENPAC) est destiné aux entreprises et dans une moindre mesure aux établissements d'enseignement supérieur et de recherche » (Sagna 2000 : 13). Le système général était le TRANSPAC et le volet sénégalais géré par la SONATEL s'appelait le SENPAC. Mais c'est un système qui ne donnait accès qu'aux banques de données françaises essentiellement à l'aide de minitels et des ordinateurs. Le *dahira* s'y connecta et adopta surtout la vidéotex, l'ancêtre d'Internet au Sénégal. Avec son guide télématique du *mouridisme* (GTM), il devient ainsi pionnier au plan national et au

¹⁹ Entretien avec Atou Diagne, 06 juillet 2000.

sein de la confrérie. Des visites de ce « miracle » étaient organisées et l'avant-gardisme dont *Hizbut Tarqiyya* avait fait sa règle était vanté partout à cause de cette connections. « Mais ce système de gestion n'était pas parfait et nous l'avons suspendu pendant des années » raconte encore Atou Diagne, Responsable du *dahira*.

L'informatisation était également pour *Hizbut Tarqiyya* un moyen de conformer son fonctionnement à l'image de puissance de Cheikh Ahmadou Bamba²⁰. Il s'agissait aussi de former les membres à cet outil qui était déjà considéré comme une véritable révolution. La mobilisation et la motivation de ceux-ci passent également par une politique de communication interne qui met en exergue les réalisations, les donne à voir à l'aide principalement d'une dynamique commission audiovisuelle. Le membre a l'impression d'appartenir à un mouvement d'avant garde et de grande portée.

Le *dahira* qui a diversifié ses ressources financières consacre aujourd'hui toutes ses énergies et ses moyens à l'organisation du grand *magal* de Touba, qui rassemble chaque année près de deux millions de *mourides*. Il lui imprime sa marque modernisante en mettant en place des expositions, une chaîne de télévision et plusieurs autres innovations. Depuis 1999, il construit un grand site *web* qui est mis *on line* pour coller à l'actualité du *magal*. Il a pour objectif affiché de « promouvoir les valeurs culturelles que charrie le mouridisme et autour desquelles s'ordonne tout le système d'éducation de *Hizbut Tarqiyya* »²¹ via Internet²².

La création d'un site *web* est une nouvelle étape de l'évolution du *dahira* et est en continuité par rapport au projet initié depuis le milieu des années 80. Les investissements pour ce qui le concerne sont faits de manière progressive²³. Le site www.htcom.sn est géré par une Division du Programme et du Patrimoine culturel qui fait un pari sur la puissance et la qualité plus que sur le nombre d'ordinateurs. Le caractère récent et inachevé de ce site comme des suivants est révélé par la mention « page en cours d'élaboration ». Il présente un texte de bienvenue qui démontre, s'il en était encore besoin, la conscience avant-gardiste du *dahira* quant à l'intérêt de s'approprier les NTIC dans le sens du projet confrérique d'universalisation :

Hizbut Tarqiyya a capitalisé beaucoup de connaissances et de matières susceptibles de former un contenu exportable. Il a déjà à son actif plusieurs publications inédites mais également des traductions de l'œuvre de Cheikh Ahmadou Bamba. Un fond documentaire littéraire et audiovisuel existe depuis le début des années 80 et a permis de théoriser la plupart des objectifs culturels et religieux. Il comporte tous les discours des khalifes de la confrérie, les histoires racontées et écrites et leurs traductions et l'œuvre littéraire du fondateur. Il a facilité la création du site, même si aujourd'hui les ambitions du *dahira* en termes de contenu ne sont pas toutes réalisées.

L'analyse du contenu du site révèle l'engagement de *Hizbut Tarqiyya* pour un islam universel et pour l'universalité du *mouridisme*. Une présentation détaillée du *mouridisme* et de son rôle de « réhabilitation de l'islam » est faite avec pour objectif de faire découvrir l'histoire de la confrérie et la signification générale de sa naissance. Sur ce point, le public visé est constitué par les autres musulmans et le but est prosélytique. Dans le même ordre d'idée, le menu « Islam didactique » apprend aux éventuels nouveaux convertis par le Net la pratique religieuse dans l'islam sans aucune connotation confrérique. Le sens et la portée des grandes commémorations et manifestations de l'islam sont expliqués. Mais le site de *Hizbut Tarqiyya* insiste surtout sur la personnalité de Cheikh Ahmadou Bamba qui est présentée sous son angle préféré, « le Serviteur du Prophète », titre qui donne son nom au site. Il propose des thèmes qui permettent de faire découvrir la confrérie à travers l'histoire de vie de son fondateur, de ses écrits, son pèlerinage et sa ville tant aimée, Touba.

Le vert, couleur de l'islam, est la couleur de fond du site également agrémenté par de nombreuses images du fondateur et d'autres saints de la confrérie, ainsi que de celle de la mosquée-emblème. Le son en est également une composante importante : on y diffuse à longueur de journée les poèmes de Cheikh Ahmadou Bamba chantés par les membres du *dahira* reconnus dans toute la confrérie par leur talent incomparable. On peut également écouter sur le site les derniers messages radiodiffusés du khalife général. Comme les autres

²⁰ « Le modèle n'est pas reproductible. Ce n'est pas parce qu'on a de l'argent qu'on peut faire comme HT. Notre mouvement est inspiré et à un projet culturel à promouvoir », explique Atou Diagne.

²¹ *ibid.*

²² Mais comme ailleurs, l'adoption d'Internet se fait avec une certaine dose de méfiance. « Quand la SONATEL a commencé Internet en 1996, nous avons attendu surtout pour ne pas faire du suivisme et pour ne pas nous asservir par l'informatique », raconte Atou Diagne.

²³ « Sans précipitation, parce que nous avons une obligation de résultat, » précise Lamine Diouf, responsable du site.

sites *web*, il y a un menu général, des sous-menus et des liens hypertextes qui permettent d'affiner la recherche et de télécharger des textes de Cheikh Ahmadou Bamba.

Le site est également considéré comme un espace de dialogue et d'échanges. Il permet, dans une certaine mesure, de suivre l'actualité de la confrérie.

Au-delà de *Hizbut Tarqiyya*, d'autres organisations moins connues du fait de leur implantation internationale ou trop localisée dans un lieu donné prennent de l'importance grâce à leurs sites.

Le site du Dahira Sahadaatoul Mouridina Touba Lille

Le *Dahira Sahadaatoul Mouridina Touba Lille* regroupe des étudiants *mourides* de Lille ayant éprouvé, dans les années 80, le besoin de se retrouver et de vivre intensément et collectivement leur foi. Il s'est adapté à la révolution d'Internet en mettant à profit le cadre universitaire lillois qui offre les infrastructures et les réseaux mais également son fond documentaire riche et varié tenu depuis plus de dix années pour encadrer les disciples.

Le site affiche dès l'abord son objectif : il « a pour vocation de diffuser l'œuvre de Khadimou Rassoul ». Il participe donc d'une stratégie offensive de prosélytisme qui vise à mieux faire connaître le *mouridisme* dans le monde par le canal du Net. Ce choix en implique d'autres en termes de contenu. Le site est largement dominé par des textes d'explication sur les *mourides*, Cheikh Ahmadou Bamba et son œuvre, la ville sainte de Touba, les autorités maraboutiques dont les actions sont exposées dans le détail, les *dahira*. Certaines de ces informations « capturées » sur plusieurs supports (journaux, livres, Internet) reprennent pour la plupart des publications et des traductions de *Hizbut Tarqiyya*. Elles ont un aspect pédagogique fort.

Par rapport aux sites observés, il est de taille moyenne mais présente un lien avec d'autres sites *mourides*. Ce qui démontre l'inexistence de stratégie concurrentielle pour ce site qui se définit comme non commercial. Ce fait est conforme à l'objectif final qui est de diffuser le message de Cheikh Ahmadou Bamba. Ici comme pour *Hizbut Tarqiyya*, la création d'un site est une forme de pratique religieuse dont les auteurs espèrent la rétribution. « Nous avons essayé d'apporter notre modeste et insignifiante participation à l'œuvre de Khadimou Rassoul, puisse DIEU agréer ce travail, et le rendre profitable à toutes personnes désireuses d'avoir un infime aperçu du Mouridisme », écrivent-ils.

Un autre objectif de ce site est de mettre en relation les *mourides* qui se connectant sur Internet, échangent des points de vue dans le cadre de fora et de débats. Il est donc un lieu de rencontres et de socialisation à distance. Mais c'est une socialisation qui ne concerne que des disciples intellectuels, qui non seulement savent lire et écrire mais sont souvent connectés et assez documentés pour échanger valablement des idées. Les sites *mourides* sont également des lieux de recrutement d'autres *mourides* au sein des *dahira* et au profit de marabouts. Internet devient ainsi un puissant véhicule de diffusion du message de l'islam, peut-être plus fort que toutes les guerres saintes. Les communautés musulmanes comme le *mouridisme* projettent sur le *web* leurs particularismes ainsi que leurs discours prosélytiques. Mais au-delà de son « islamité », c'est une identité plus complexe qu'y véhicule le *mouridisme*. Celle-ci se construit à partir de valeurs et d'appartenances diverses, et se recompose dans le contexte des différents foyers du *mouridisme* dans le monde.

Le site de la Fondation Khadimou Rassoul

La fondation Khadimou Rassoul est une organisation américaine regroupant des *mourides* et des amis qui ont pour ambition déclarée de poser un nouveau jalon dans la diffusion du message de Cheikh Ahmadou Bamba en passant par le *web*. Mais elle veut constituer également un outil d'identification des opportunités qui sont offertes à la communauté *mouride* et lui permettre de surmonter ensemble les défis qui se dressent devant elle dans toute l'Amérique du Nord. La fondation est localisée dans le District de Columbia et est déclarée « *non-for profit organisation* ». Le site de la fondation qui date de 1997 se singularise par son esprit universaliste plus marqué. Il présente une organisation qui a en charge non seulement des questions religieuses mais également des questions sociales, humanitaires et politiques pour mieux coller à la vague mondiale de partage des mêmes valeurs. Et la personnalité de Cheikh Ahmadou Bamba, ainsi que sa vie et son message sont valorisés dans le sens de ces valeurs. L'utilisation exclusive de la langue anglaise est aussi un signe de singularité marquant puisque tous les autres sites visités dans le cadre de cette étude sont en langue française. Le site de la fondation Khadimou Rassoul compte également beaucoup moins de textes de Cheikh Ahmadou Bamba ou présentant la confrérie et la ville de Touba. Il a un objectif didactique sans doute moins important même s'il promet de faire la même présentation en Français, en Arabe, etc.

Ce site a également la particularité de présenter tout le détail de l'organigramme de la fondation. Il joue sur la transparence en révélant ses sponsors, ses sources de financement et en publiant sa licence. Ce mouvement a en réalité un penchant laïcisant plus fort, même s'il est bel et bien d'origine *mouride*. Plus que la promotion d'un message religieux, il porte un projet qui met en articulation *mouridisme* et développement intégral.

Diawartoul-lah : un exemple de site maraboutique

La création de site est désormais une composante de la pratique religieuse *mouride*. *Dahira*, fondations, mais également et de plus en plus des individualités de la confrérie se font le devoir de mettre *on line* un contenu pensé et conçu pour vendre l'image de la confrérie et lui donner une visibilité mondiale. Les marabouts comprennent aujourd'hui l'enjeu dont Internet est porteur et s'adaptent à leur tour. Ainsi pour un marabout *mouride*, la création d'un site *web* peut revêtir plusieurs significations.

Un marabout est un saint de la confrérie qui doit son statut à son lien biologique avec Cheikh Ahmadou Bamba ou avec un saint nommé par lui de son vivant. Son ascendance particulière par rapport aux autres marabouts en fait l'héritier d'un lignage de saints qu'il a également le devoir de valoriser à l'intérieur et à l'extérieur de la confrérie. L'organisation de pèlerinages liés au souvenir des grands saints de la confrérie donne à la plupart des lignages l'occasion de se donner à voir et à entendre. Le site web peut être pour son auteur un formidable cadre d'auto-promotion et de mise en scène de son lignage. C'est ce que semble avoir compris plusieurs jeunes marabouts de la confrérie ayant fait des études supérieures ou séjourné en Europe, et donc bien au fait des possibilités qu'offre Internet. C'est le cas de Serigne Abdoul Aziz Bara Mbacké (31 ans), issu comme son nom l'indique de la famille de Serigne Bara Mbacké, fils de Cheikh Ahmadou Bamba. La première image du site est sa photographie et ceci est peut être significatif de son souci de promotion personnelle. Le site du marabout a également un objectif de formation. On y déclare vouloir permettre « aux jeunes de recevoir l'enseignement de Cheikh Amadou Bamba et de préparer le 21ème siècle dans tous les domaines: économique, social, politique ».

L'observation de ce site donne à penser que la volonté de promotion personnelle et du *dahira* l'emporte sur l'idée dominante dans les autres sites de diffusion du message de Cheikh Ahmadou Bamba. Le genre de phrase suivante n'a été trouvé qu'ici : « Pour toute personne qui veut y adhérer, envoyez-nous un e-mail. N'hésitez pas à nous contacter si vous êtes sympathisants ou si vous voulez être membre. Nous recevons tout le monde ». Les sites maraboutiques ont sans doute moins de chances de se développer aussi rapidement que les sites des *dahira* et des organisations *mourides*. Même s'il y a de plus en plus de marabouts instruits et informés, leur grande majorité n'est sans doute pas apte à en comprendre les enjeux et surtout à investir pour leur développement. En plus, se pose la question du contenu. Si créer un site n'est pas si coûteux, il est plus difficile d'y mettre un texte sensé dans une langue étrangère. Alors, il est compréhensible que même quand c'est un marabout qui patronne un site, ce sont ses disciples qui s'organisent pour le réaliser.

Conclusion

Le système généralisé d'échanges qui fonctionne aujourd'hui sur la base de l'interactivité et l'instantanéité met face à face « les Nord, USA, Europe et Japon hypermédiatisés et imbriqués dans des réseaux complexes » et les Suds dont « l'Afrique des villages, des villes champignons qui échappe en partie à la structuration de l'espace et des réseaux techniques mais où par contre les réseaux sociaux jouent un rôle déterminant » (Chéneau-Loquay 2000). La massification et le caractère de plus en plus transcendant des TIC sonnent comme une nouvelle révolution. Et celle-ci semble devoir faire comme la révolution industrielle, ses exclus et ses favorisés. Mais cette distinction manichéenne entre deux catégories ne semble pas être le paradigme qui opère aujourd'hui. C'est que les NTIC sont un domaine dans lequel les retards les plus criards sont comblés aisément. Le transfert de technologie est également dans le contexte actuel facilité par les mobilités plus fortes et les réseaux qui se sont densifiés et diversifiés. L'Afrique partage désormais la même histoire que le reste du monde. Malgré la faiblesse de ses ressources, elle intègre progressivement les réseaux et s'approprie avec ses moyens et son identité ce nouvel espace de rencontre.

La confrérie *mouride* est l'un des groupes emblématiques et porteurs de cette évolution. Devenu un mouvement socio-religieux migrant, elle a pris une envergure nationale par les milieux ruraux et les milieux urbains, puis internationale en intégrant les interstices d'une économie mondiale dont on dit pourtant qu'elle est globalisante et dominatrice. Les *mourides* s'inscrivent dans une logique de participation active à la mondialisation dont ils surfent sur la vague. La confrérie « s'aménage des ouvertures dans la culture transnationale, s'y glisse et y négocie sa part, avec des règles et des pratiques commerciales souterraines. »

. en lui imprimant de nouveaux points d'inflexion, en le sommant de transiger avec de nouveaux acteurs, de nouvelles opérations et des formes inédites et flexibles d'accumulation » (Diouf 2000 : 20). Mais cette logique inclut dans la même mouvance un enfermement du symbole dans un souci contradictoire, mais nécessaire, de recentrer la spiritualité et le sacré pour mieux les diffuser. C'est par ce mécanisme que la confrérie a pu concilier sa transnationalisation - qui a ordonné un territoire aussi étendu et diffusé le fait *mouride* au-delà de son espace de prédilection - et la logique d'agglutination qui s'est traduite à terme par l'urbanisation de Touba, lieu d'unicité et de retour à l'appartenance. La mondialisation n'est donc pas, contrairement à certains prêts-à-penser, synonyme de perte de sens du lieu et de l'identité.

Les NTIC constituent d'une part un instrument d'intégration de la ville-territoire qu'est Touba au reste du pays, et d'autre part le levier de son internationalisation qui est une composante de son autonomisation. Leur importance prise dans la capitale des *mourides* et au sein du groupe tout entier en fait un analyseur des mutations sociales au Sénégal et permet de saisir les contours d'un projet culturel à la fois endogène et universaliste.

Le monde d'aujourd'hui est marqué par l'explosion de l'économie servicielle. Sous ce rapport, l'Afrique dans son ensemble semble encore plus « mal partie » que pour l'économie industrielle. Mais la révolution des NTIC peut permettre de sortir *a priori* d'une logique mondiale inégalitaire. D'autant plus que le coût de ces ressources technologiques diminue sans cesse au moment où leur importance stratégique et sociale augmente au Sénégal. Dans le monde global qui se construit aujourd'hui, accéder aux lignes et réseaux, c'est accéder aux idées, et accéder aux idées, c'est accéder aux pouvoirs. Les NTIC qui progressent au Sénégal ouvrent les perspectives, élargissent les horizons, éveillent les consciences, donnent de nouvelles opportunités de relations plus fortes en faisant fi de la distance. Si elles donnent potentiellement la faculté de se libérer de son corps, de sa race, de sa nationalité, de sa personnalité et de communiquer comme de purs esprits, les *mourides* se les approprient de manière singulière en les instrumentalisant dans leur fonctionnement et dans la promotion de leur message religieux. La photographie, la radio, la télévision, le téléphone, et Internet transportent les symboles par le son et l'image partout dans le monde et permettent de construire et de diffuser parmi eux-mêmes et vers d'autres les codes d'une identité socio-religieuse qui s'est débarrassée de ses complexes et qui revendique sa reconnaissance.

Dans ce contexte, deux sous-groupes *mourides* importants tirent le mieux leur épingle du jeu. Il s'agit du corps des commerçants dont les ressources entretiennent partiellement la classe maraboutique, et qui se saisit des NTIC, le téléphone surtout, mais de plus en plus l'informatique, et Internet pour améliorer ses activités. Ce groupe et ses activités évoluent sans cesse selon le lieu d'implantation et selon les échelles sur lesquelles ils s'inscrivent. Le monde de l'information et de la communication contribue à faire prendre conscience aux commerçants de leur force mais également à diversifier leurs sources de revenus. Les nouveaux riches de ce groupe sont ceux qui ont profité de l'explosion du téléphone portable et des importations de produits informatiques et électroniques.

L'autre sous-groupe, qui se renouvelle sous l'effet de l'internationalisation et de l'adoption des NTIC, est constitué par les *dahira* développant désormais une vision transnationale et universaliste. Ils ont compris l'enjeu que représente la diffusion du message de Cheikh Ahmadou Bamba dans un monde d'enracinement et de rencontre où chacun apporte son savoir. « Sur Internet, personne ne sait que vous êtes un chien », dirait un proverbe internaute. Seul le contenu qu'on met *on line* compte. Internet devient après les milieux ruraux, les milieux urbains et les espaces internationaux, le nouveau territoire dont les *mourides* tirent profit tout en les marquant par leur idéologie et leurs pratiques. Sous ce rapport, la production scientifique les concernant est réinterprétée pour donner leur contenu aux sites *web* dont certains développent des liens.

L'appropriation des NTIC par les *mourides* de tous les horizons contribue surtout à faire de Touba, leur ville « idéale », leur nécropole-ville de pèlerinage, leur ville-marché, un pôle des télécommunications qui influe de plus en plus sur les enjeux nationaux et internationaux. Touba contribue à remettre en cause les notions de frontière et de citadinité qui se vivent désormais autrement, perdant de leur réalité. La relative jeunesse de la ville se marie bien avec celle des NTIC qui contribuent à façonner la ville et son image de lieu de référence.

Ce qui fait la force des *mourides*, c'est autant leur capacité à s'adapter à l'étranger que leur faculté à se recentrer symboliquement et concrètement sur le lieu saint de Touba, à jouer dans ces entre-deux pour valoriser et légitimer une certaine pratique nomade du religieux. Reterritorialisations et recompositions incessantes par les NTIC également qui donnent de nouvelles limites au groupe et embellissent symboliquement et concrètement l'emblème qu'est Touba. Mais ce nouveau territoire se différencie des premiers conquis par le fait qu'il est plus virtuel que réel et qu'il constitue un réseau mondial de positionnement par les contenus. Chaque époque a ses instruments et technologies d'information et de communication. Les émissaires à pied et à cheval entre les *daara*, les messages radiophoniques et télévisées du corps maraboutique, le téléphone, les sites internet sont autant d'outils qui ont structuré et

diffusé le discours et l'identité confrériques. Chaque territorialisation recompose ainsi l'identité de la confrérie. Ce sont cependant des valeurs et des symboles construits ou consolidés dans les autres territoires qui sont réinvestis dans le nouveau que constitue Internet. La foi inébranlable des *mourides* en la réussite est soutenue par la question du salut qui est liée au sein de la confrérie au travail au service du groupe par l'intermédiaire du corps maraboutique. Elle est à l'origine de la capacité à investir de nouveaux territoires.

Touba est une mémoire construite qui constitue une composante du territoire *mouride*. La sacralité et le symbole diffusés au loin par les NTIC et la migration internationale vont-ils perdre de leur force avec l'élargissement du territoire et sa virtualité ? La confrérie a su toujours trouver l'énergie pour mener à terme ses entreprises. Mais elle commence seulement à comprendre l'enjeu et l'opportunité que représentent les NTIC. Sous ce rapport, la société *mouride* est représentative d'une certaine société sénégalaise qui est en avance par rapport à l'État qui perd son rôle de catalyseur, obligé de louvoyer pour suivre et être présent.

Références

- Bava Sophie, Guèye Cheikh 2001, « Le grand *magal* de Touba. Exil prophétique, migration et pèlerinage au sein du *mouridisme* ». *Social Compass* 48 (3) : 421-438.
- BCEOM-DUH 1974, *Ville de Touba, monographie*. 80 p. + cartes
- Castells, M. 1999, *Le pouvoir de l'identité*, Paris, Fayard, 538 p.
- Chéneau-Loquay Annie 1999, « Quelle insertion de l'Afrique dans les réseaux mondiaux ? Une approche géographique », in chéneau-loquay (éd) *Enjeux des Technologies de la communication en Afrique*, Paris, Karthala et Regards : 23-65.
- Copans J. 1972, « La notion de dynamisme différentiel dans l'analyse sociologique : société traditionnelle, système *mouride*, société sénégalaise », [*Travaux et documents de l'ORSTOM*, n°15]
- Coulon C. 1981, *Le marabout et le prince. Islam et pouvoir en Afrique noire*, Paris, Pedone, 317 p.
- Cruise O'Brien Donal 1970, « Le talibé *mouride* : la soumission dans une confrérie religieuse sénégalaise », *Cahiers d'Etudes Africaines*, vol. X, 40: 562-578.
- Diop A. M. 1990, « L'émigration murid en Europe, *Hommes et Migrations* », 1132 : 21-24.
- Diop M.-C., Diouf M. 1990, *Le Sénégal sous Abdou Diouf. États et société*, Paris, Karthala, 440 p.
- Diouf M. 2000, « Commerce et cosmopolitisme. Le cas des diasporas *mourides* du Sénégal », *Bulletin du Codesria* 1.
- Ebin V., Lake R. 1992, « Camelots à New-York : les pionniers de l'immigration sénégalaise », *Hommes et Migrations*, 1160 : 32-37.
- Guèye Cheikh 1999, « *L'organisation de l'espace dans une ville religieuse : Touba (Sénégal)* », Strasbourg, Université Louis Pasteur, 650 p [Thèse de doctorat (nouveau régime)].
- Mary André 2000, « Anges de Dieu et esprits territoriaux : une religion africaine à l'épreuve de la transnationalisation », *Revue Autrepart*, 14 : 71-89.
- Médard J. F. 1992, « Le "Big Man" en Afrique : esquisse d'analyse du politicien entrepreneur », *L'année sociologique*, 42 : 167-192.
- Pélissier P. 1966, *Les paysans du Sénégal. Les civilisations agraires du Cayor à la Casamance*. Imprimerie Fabrègue, Saint-Yrieix, Haute Vienne, 939 p.
- Popovic Veinstein 1985, *Les ordres mystiques de l'islam. Cheminements et situation actuelle*. Paris, Editions de l'EHESS, 325 p.
- Racine J. B. 1993, *La ville entre Dieu et les hommes*, Paris, Anthropos, 355 p.
- Roberts A. F., Roberts M. N. 1998, « L'aura d'Amadou Bamba. Photographie et fabulation dans le Sénégal urbain ». *Anthropologie et Sociétés*, XXII (1) : 15-40.
- Salem G. 1981, « Des diasporas d'artisans et de commerçants. Étude socio-géographique du commerce sénégalais en France », Paris, EHESS / CNRS, 240 p. [Thèse de doctorat de 3ème cycle].
- Sagna Olivier 2000, « Les technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal : un état des lieux », Dakar, 62 p. [UNRISD, *Research Programme on Information Technologies and social Development*].
- Sané I. 1987, « Les marchands ambulants sénégalais dans les marchés urbains de Lyon : ethnographie d'un réseau économique et social », Lyon, Université Lyon II, 209 p. [Mémoire de DEA, Démographie et sciences sociales appliquées].

Tall S. M. 1996, « Kara International Exchange : un nouvel instrument financier pour les courtiers *mourides* de l'axe Dakar-New-York », [Communication au Colloque international de l'APAD, 5-8 juin, Université de Hohenheim (Stuttgart)].

Zongo G. 2000, « Télécentres au Sénégal », in Cheneau-Loquay (éd): 211-223.