

Marsouin®

© Recherche sur la société
numérique et l'innovation



UNIVERSITE FELIX HOUPHOUET-BOUGNY



INSTITUT DE GEOGRAPHIE TROPICALE

TELEPHONIE MOBILE EN CÔTE D'IVOIRE ENTRE OPPORTUNITE D'EMPLOI ET TERRITORIALISATION DES OPERATEURS DE TELEPHONIE MOBILE DANS LA COMMUNE DE YOPOUGON (ABIDJAN)

Présentée par :

**NASSA Dabié Désiré Axel,
Maître de Conférences**

BAMBA Mansé, Doctorante



□ PROBLÉMATIQUE

□ METHODOLOGIE

□ RÉSULTATS OBTENUS

□ CONCLUSION



PETIT LEXIQUE DU MILIEU TELEPHONIQUE

Cabiniste = Cabinard = Détaillant = Portefeuille client : Personne chargée de l'approvisionnement des consommateurs ou clients finaux en produits et services téléphoniques.

Diffuseur de musique ou son: Personne qui commercialise les musiques à la somme de 25f/musique pour les téléphones

Djassa : Mot en Malinké, signifiant champs ou lieu de travail

Djassamen: Personnes chargées de la commercialisation des appareils et accessoires téléphoniques

Franchisé = Partenaire = Grossiste = Distributeur : S.A ou S.A.R.L représentant un opérateur mobile sur un espace octroyé par l'opérateur et en collaboration directe avec l'opérateur de téléphonie mobile pour la distribution des produits et service.

Intermédiares = Commerciaux = Dealers: Personne chargée de la distribution des produits et services de téléphonie mobile aux cabinistes.



PROBLEMATIQUE

Evolution des opérateurs mobiles et Nombre d'abonnés

- Dans le monde, **87 millions en 2005 à 687 millions en 2015** (Magrin et al., 2016);
- En Côte d'Ivoire, **13.549 en 1996 à 472.952 (2000) et 27.451.250 en 2017** (ARTCI, 2017);
- De 3 opérateurs Ivoiris, **Cora, Telecel (2003) à 6 opérateurs ORANGE, MTN, MOOV, COMIUM, GREENN et CAFEMOBIL ;**
- Depuis 2016, **ORANGE CI, MTN CI et MOOV CI.**

Territorialisation et Modèle de distribution des produits et services de la téléphonie

- De 1998 à 2007, **Modèle de distribution multimarque par des grossistes** (Touré M. 2012)
- Mise en place du modèle de **Distribution exclusif** par des opérateurs
- 4 franchisés à Yopougon, dont 1 franchisé Moov, 1 franchisé MTN et 2 franchisés Orange (Bamba M. et al., 2018).



PROBLEMATIQUE

Problème

- De cette recherche, le problème = Une multitude d'activités connexes qui ne discriminent pas l'espace dans leur forme de localisation dans la commune

Question

- Quelles sont les logiques commerciales qui sous-tendent à la création et diffusion des services et produits nés de l'innovation apportée par les opérateurs de la téléphonie mobile à Yopougon en Côte d'Ivoire?

Objectif

- Où sont localisées les activités liées à la commercialisation des produits et services?
- Comment fonctionne cette commercialisation des produits et services?
- Quel est l'impact socio-économique et spatial de ces activités sur la commune de Yopougon?



Cadre de recherche, techniques et Outils de collecte de données



METHODOLOGIE

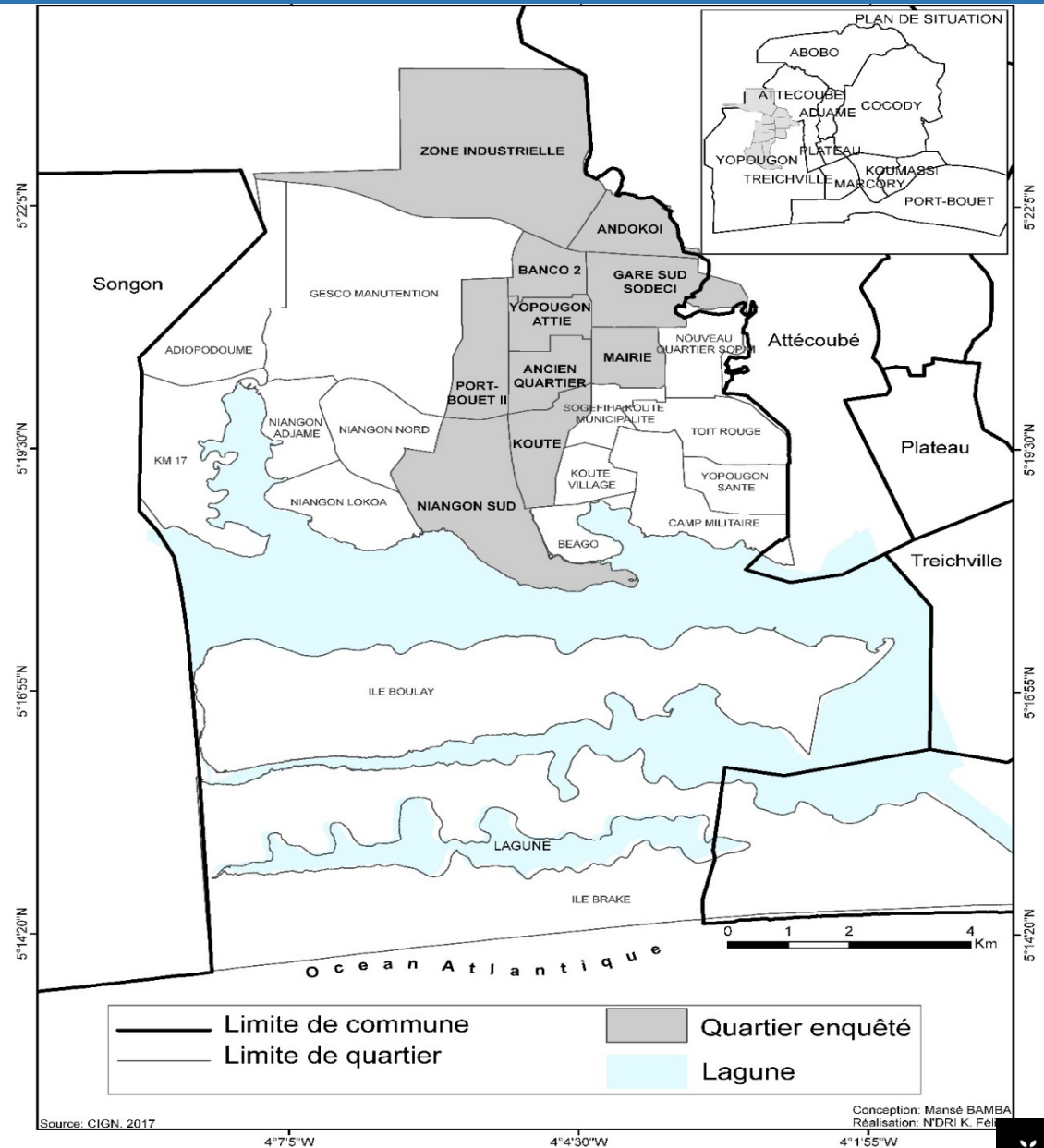
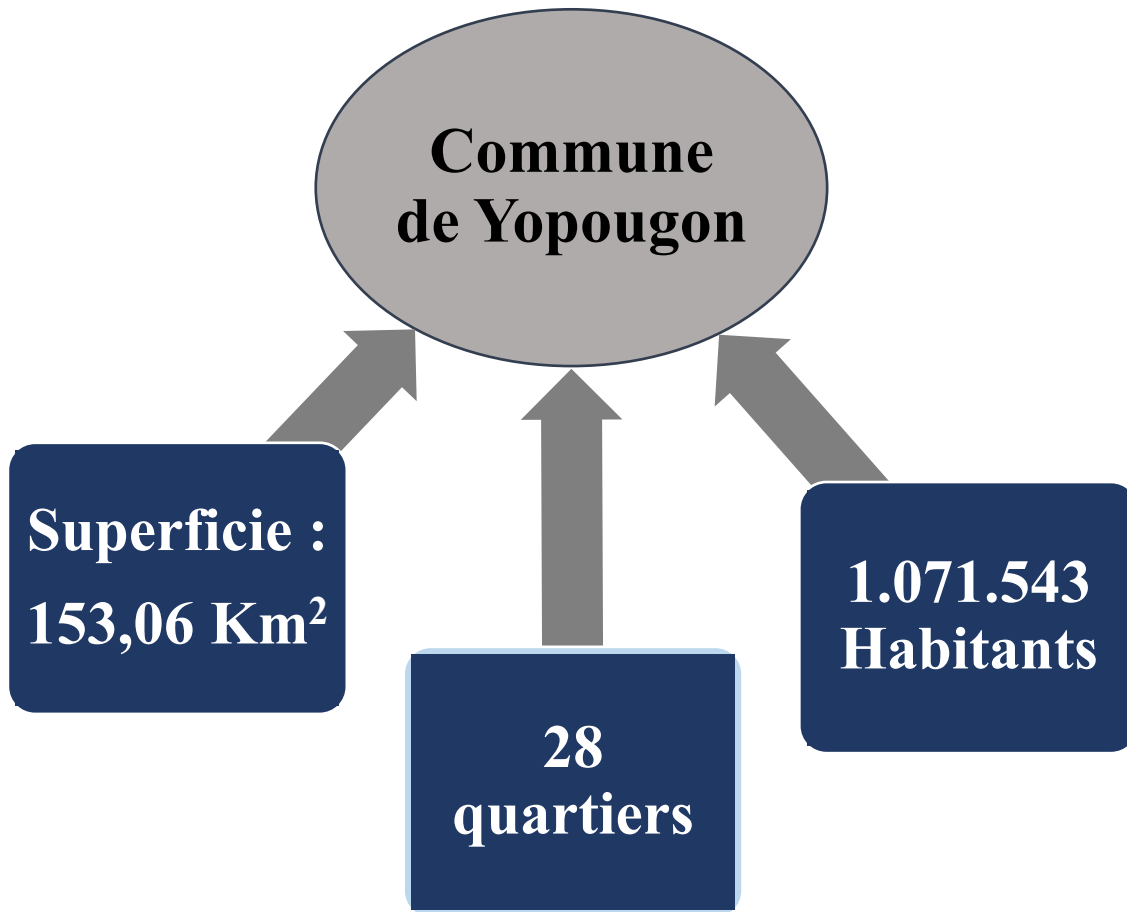


Figure 1: Présentation de la commune de Yopougon

TECHNIQUE DE COLLECTE DE DONNEES

Recherche documentaire

- Bibliothèques de IGT, IRD, ARTCI, AIGF
- Archives des Opérateurs mobiles (ORANGE, MTN, MOOV)
- Archives des franchisés

Enquête de terrain

- Observation
- Entretiens
- Questionnaires
- Géolocalisation avec GPS Garmin

Unités d'observation

- La commune de Yopougon
- Les quartiers de la commune
- Les sous-quartiers
- Les gares, Marchés, Lieux de divertissement
- Les voies de communication

Echantillonnage

- Choix raisonné et Méthode de suivi itinéraire
- **1882 Enquêtés:** 04 Franchisés; 185 Gestionnaire de E-Bank, 924 Cabinistes, 413 Vendeurs de téléphones et accessoires, 85 Réparateurs mobiles et 271 Diffuseurs de



RÉSULTATS OBTENUS



RESULTATS OBTENUS

I- LOCALISATION DES TERRITOIRES COMMERCIAUX DE LA TELEPHONIE MOBILE

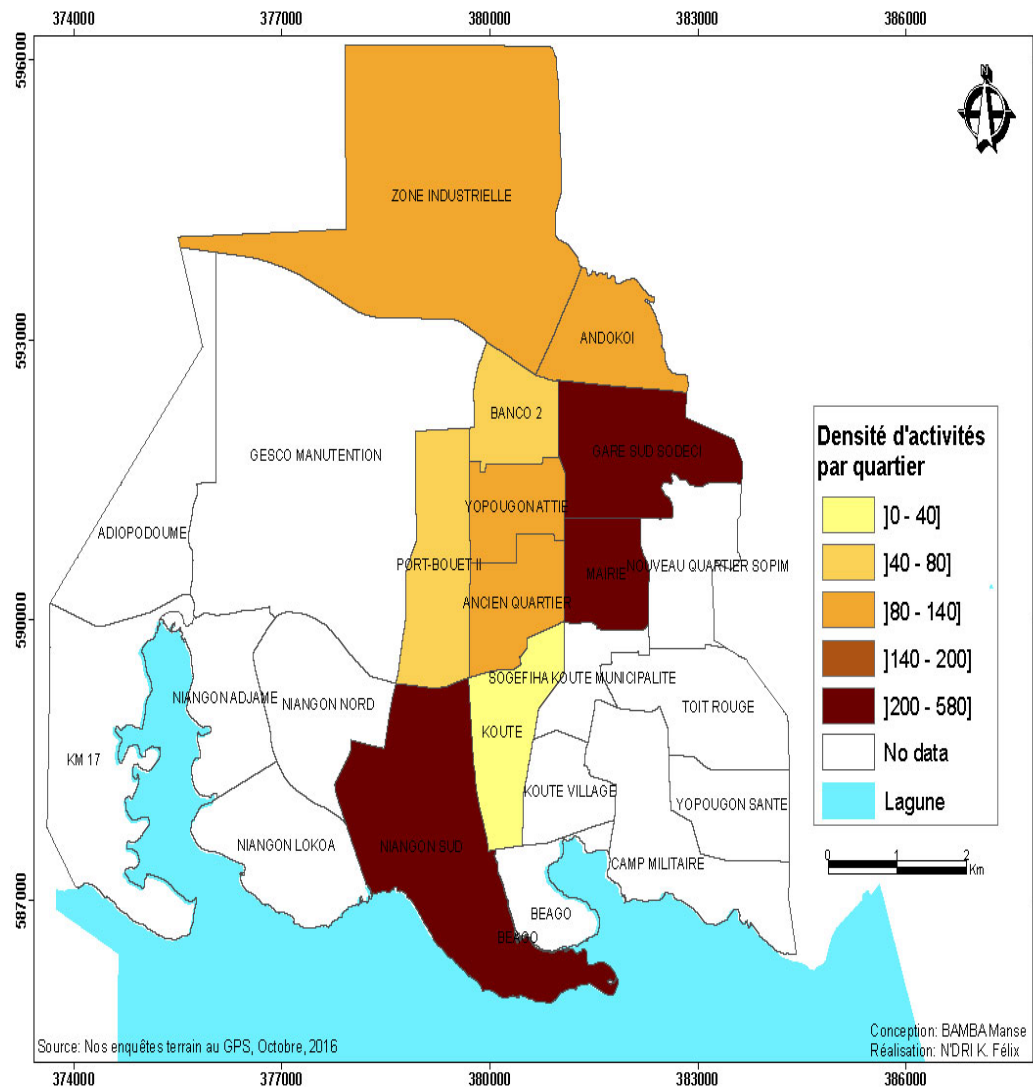


Figure 2 : Densité par quartier des activités de la téléphonie

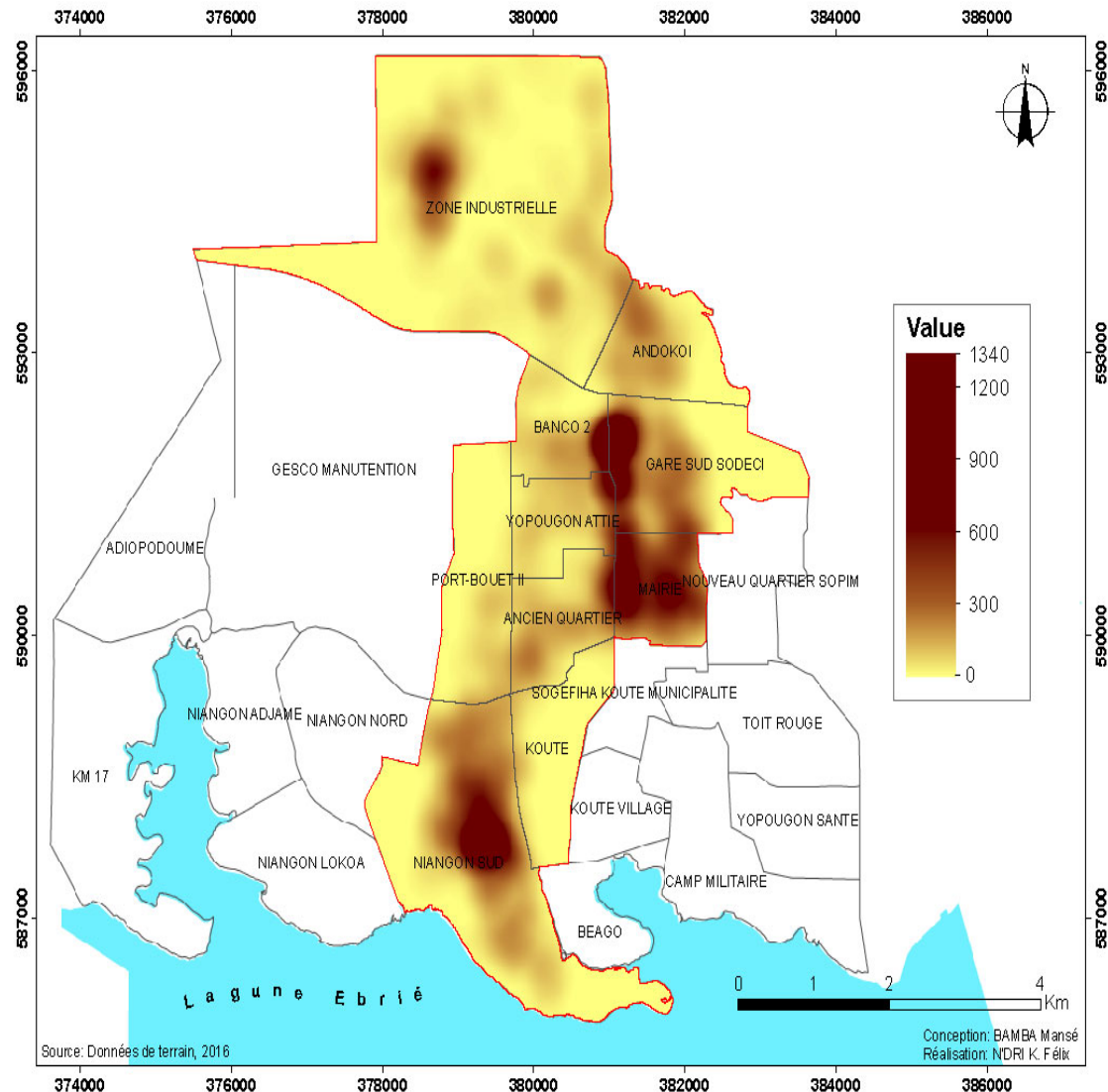


Figure 3 : Répartition de la densité des activités de la téléphonie mobile à l'intérieur des quartiers enquêtés



RESULTATS OBTENUS

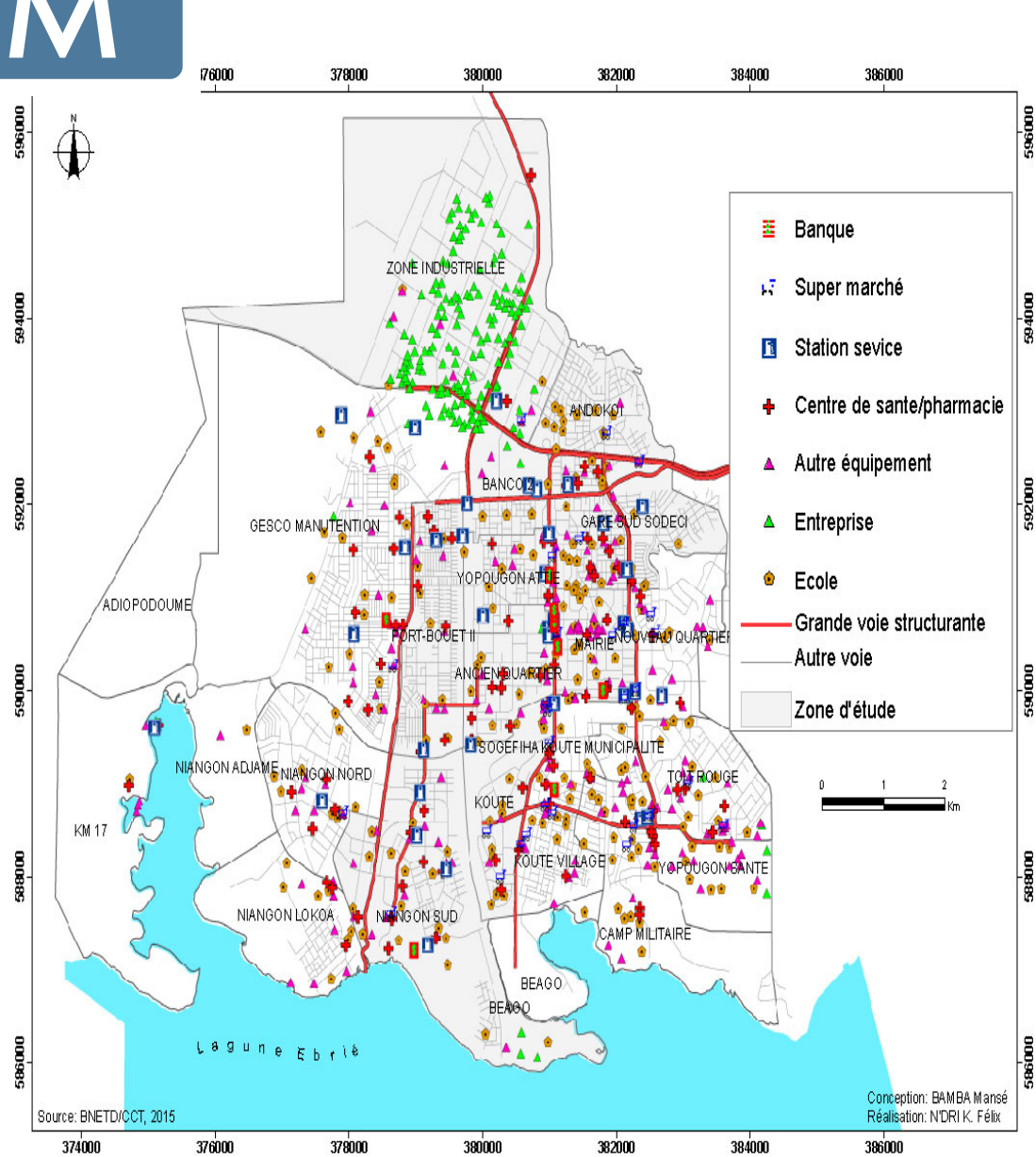


Figure 4 : Localisation des équipements, infrastructures et services de Yopougon

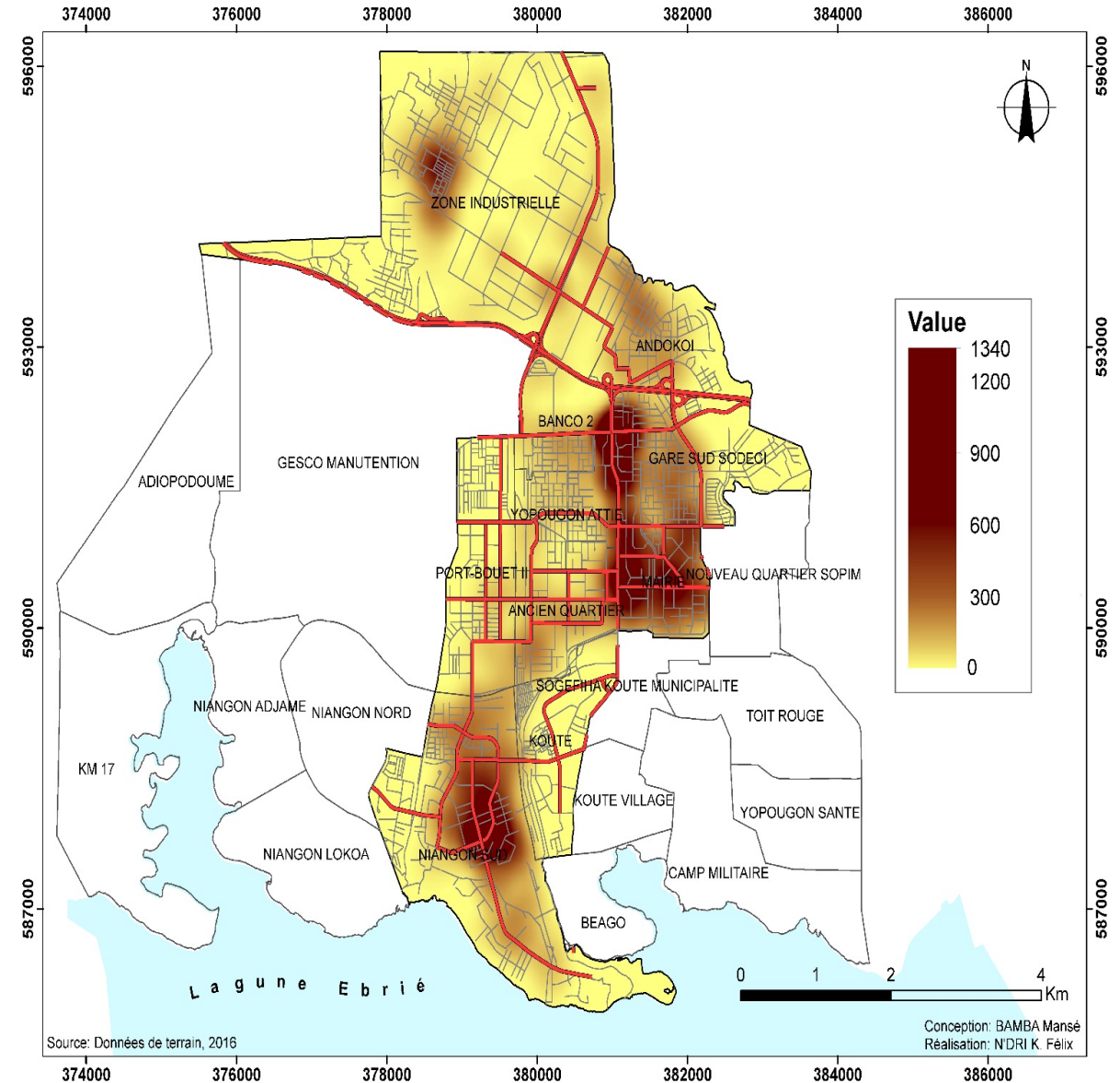


Figure 5 : Localisation des activités liées à la téléphonie mobile par rapport aux voies structurantes de Yopougon



DE LA LOCALISATION DES TERRITOIRES COMMERCIAUX DE LA TELEPHONIE MOBILE:

Les carrefours, les abords des gares et des voies structurantes constituent les principaux lieux de localisation des territoires commerciaux créés par la téléphonie mobile, car ils représentent les principales zones d'attractivité économique et de chalandise de la commune



RESULTATS OBTENUS

II-FONCTIONNEMENT DES TERRITOIRES COMMERCIAUX DE LA TELEPHONIE MOBILE

II-1- Organisation du marché de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire

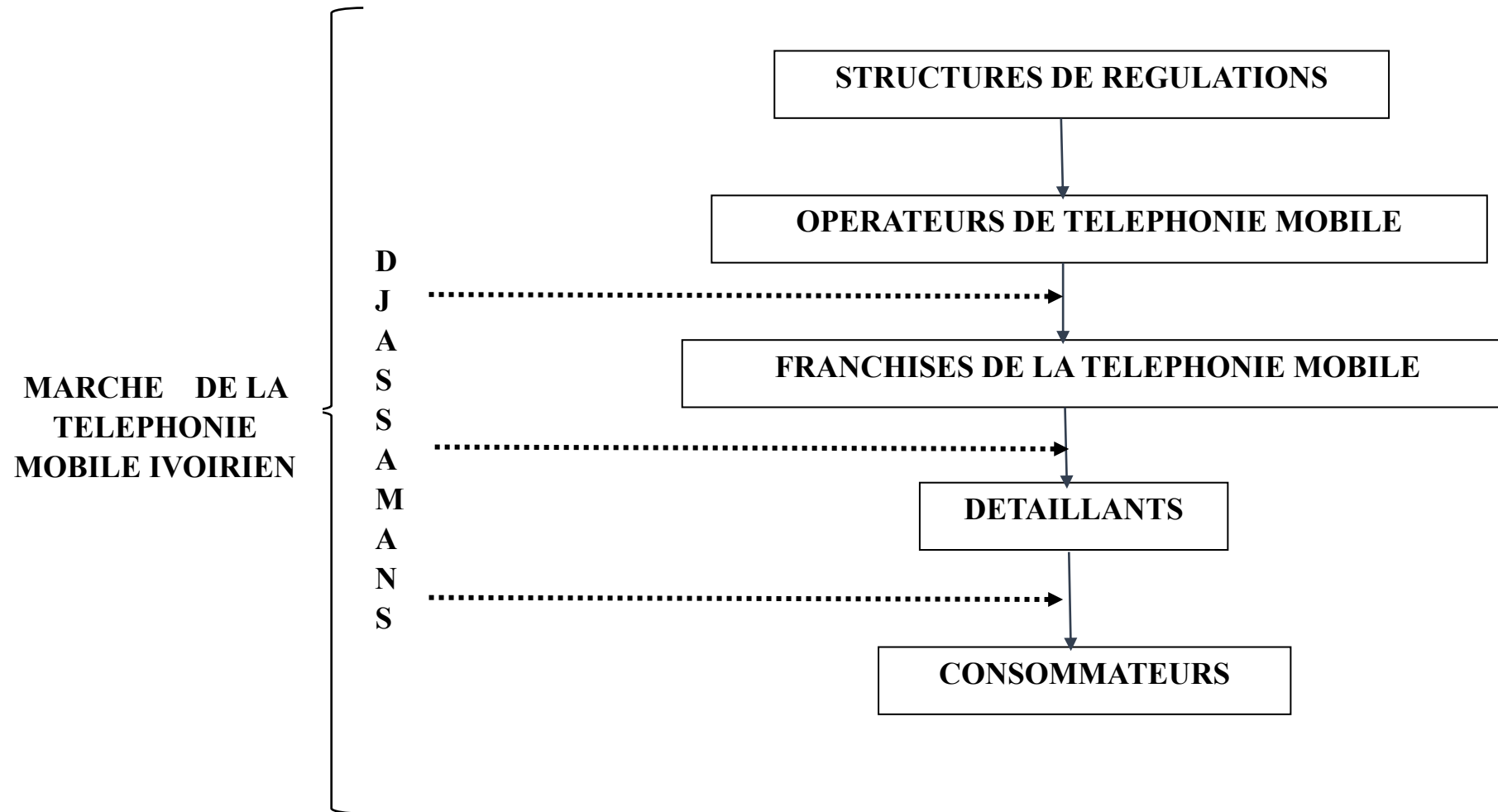
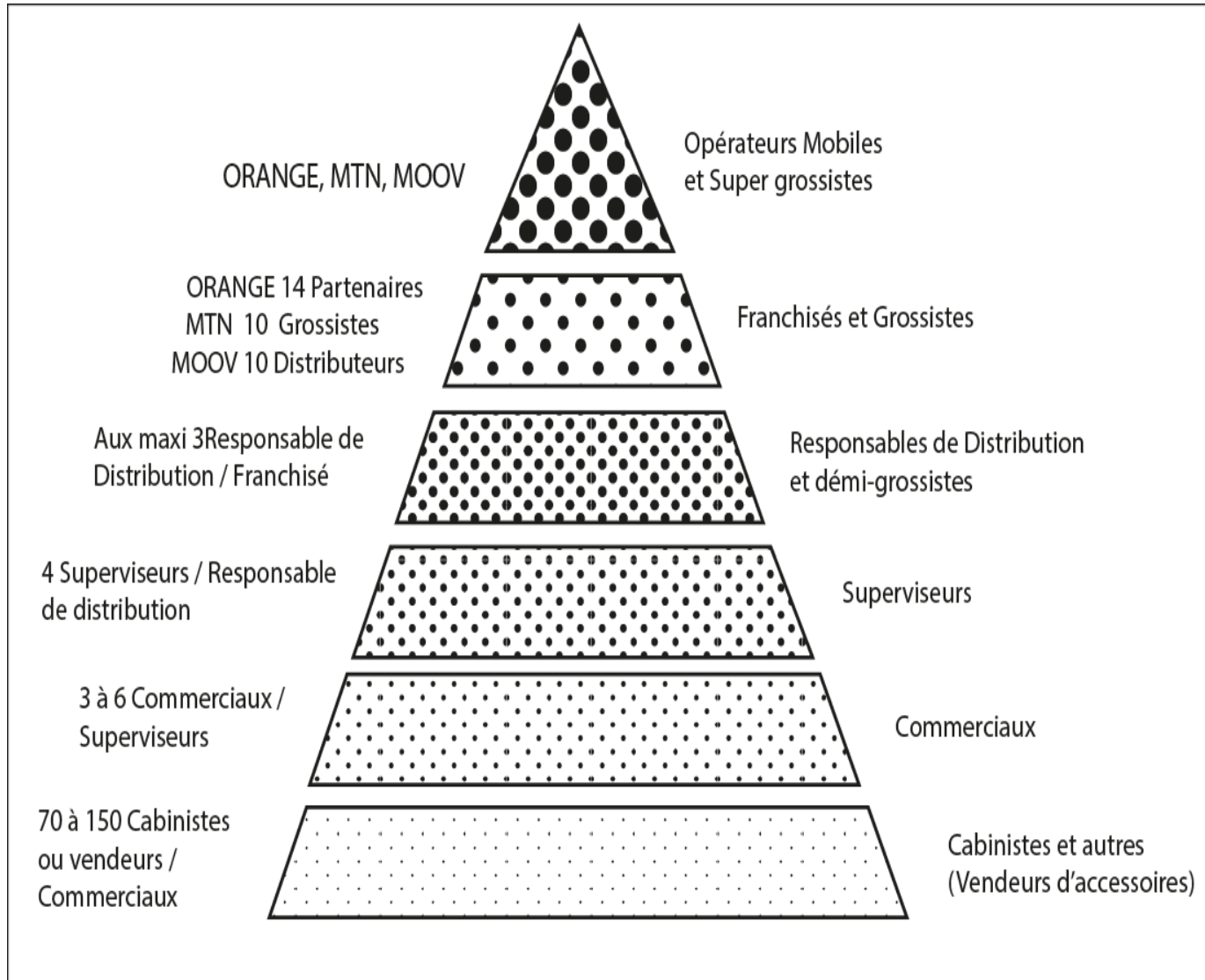


Figure 6 : Les principaux acteurs du marché de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire (Conception réalisation : BAMBA Mansé, 2018)



RESULTATS OBTENUS

II-2- Distribution des produits et services de la téléphonie mobile dans la commune



Produits téléphoniques: Cartes de recharges, Achats de téléphones

Services téléphoniques: Problèmes avec les cartes SIM, Changement de puces, Internet, Mobile money

Figure 7: Hiérarchisation dans le fonctionnement général des territoires commerciaux de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire.



DES MECANISMES DE DISTRIBUTION DES PRODUITS ET SERVICES

La commercialisation des produits et services de la téléphonie mobile est fonction d'une hiérarchisation des tâches des acteurs du secteur donnant lieu à une organisation fonctionnelle de la distribution des produits et services marchands à la clientèle



III-IMPACTS SOCIOECONOMIQUES ET SPATIAUX DES TERRITOIRES COMMERCIAUX DE LA TELEPHONIE MOBILE

III-1- La téléphonie mobile: une opportunité d'insertion socioprofessionnelle

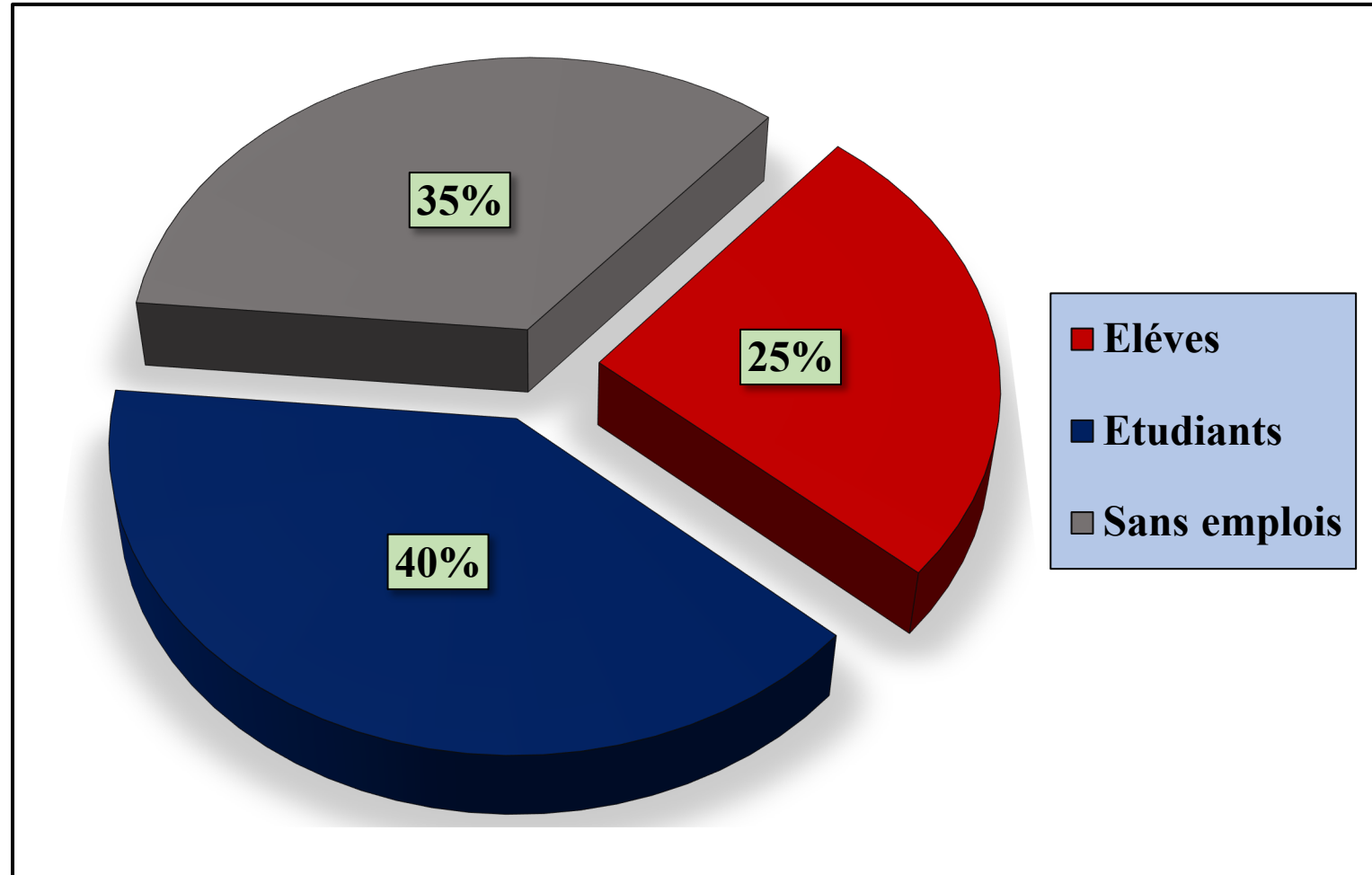


Figure 8 : Part des acteurs selon le niveau d'instruction



RESULTATS OBTENUS

III-2- La téléphonie mobile: une opportunité économique pour les acteurs et la municipalité

Tableau 1 : Gains des acteurs de la téléphonie mobile selon le type d'activité

Gain/ Mois en CFA	Cabinistes	Gérants mobile money	Diffuseurs de musique	Réparateurs	Franchisés/ Vendeurs de téléphones et accessoires
20.000 à 100.000	*		*	*	*
100.000 à 200.000	*	*	*	*	*
200.000F à 300.000F		*		*	*
250.000 à 500.000F					*
Plus de 500.000F					*

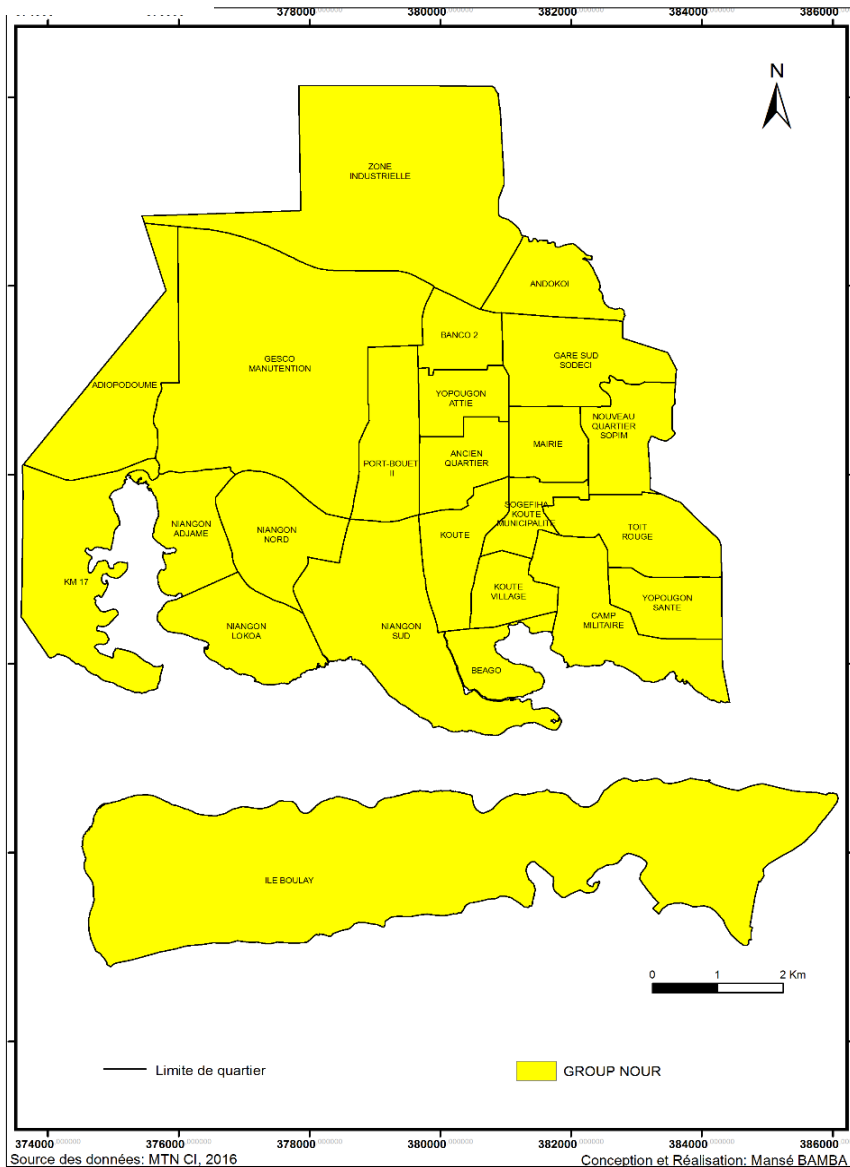
Tableau 2 : Récapitulatif des paiements de taxes des djassas de la commune de Yopougon

DJASSAS	VENDEURS DE TELEPHONES ET ACCESSOIRES	REPARATEU RS DE TELEPHONE S	DIFFUSSEUR S DE SON	TOTAL ACTEURS
<i>ESPACE ITEL</i>	113	10	9	132
<i>ESPACE TECNO</i>	52	6	7	65
<i>ESPACE SAMSUNG</i>	90	7	5	102
<i>TOTAL ACTEURS OCCUPANTS</i>	255	23	21	299
<i>TAXE MENSUELLE A LA MAIRIE</i>	5.000 F CFA	5.000 F CFA	3.000 F CFA	
<i>TAXE DEVERSEE A LA MAIRIE</i>	1.275.000 FCFA	115.000 FCFA	63.000 FCFA	1.453.000 FCFA



III-3- La téléphonie mobile: une territorialisation des opérateurs de mobile et acteurs dans la commune

III-3-1- Territorialisation des opérateurs MTN et MOOV dans la commune



Cependant, les opérateurs MTN et MOOV:

- **Gouvernance territoriale univoque régie par une main- mise d'un unique franchisé dans la distribution de leurs produits et offres de service.**
- **GROUP NOUR pour MTN et d'ONEMART pour MOOV**

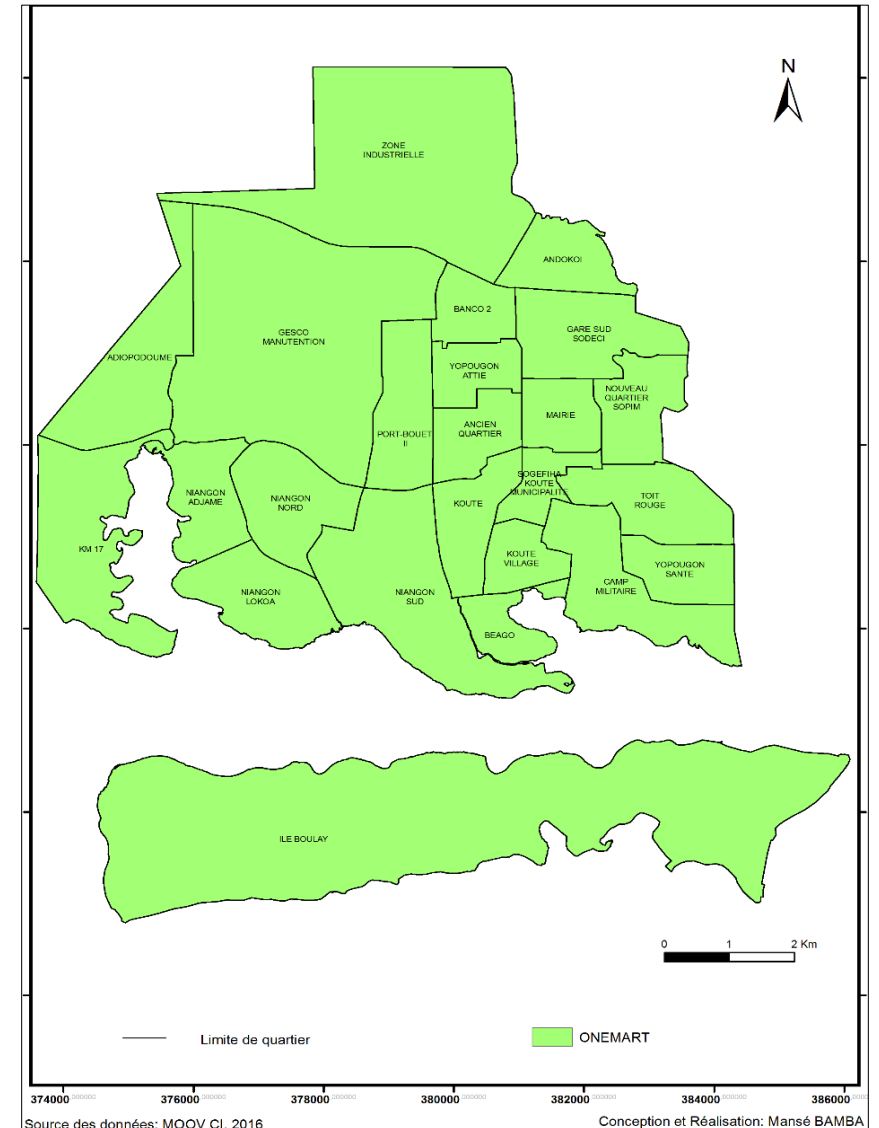


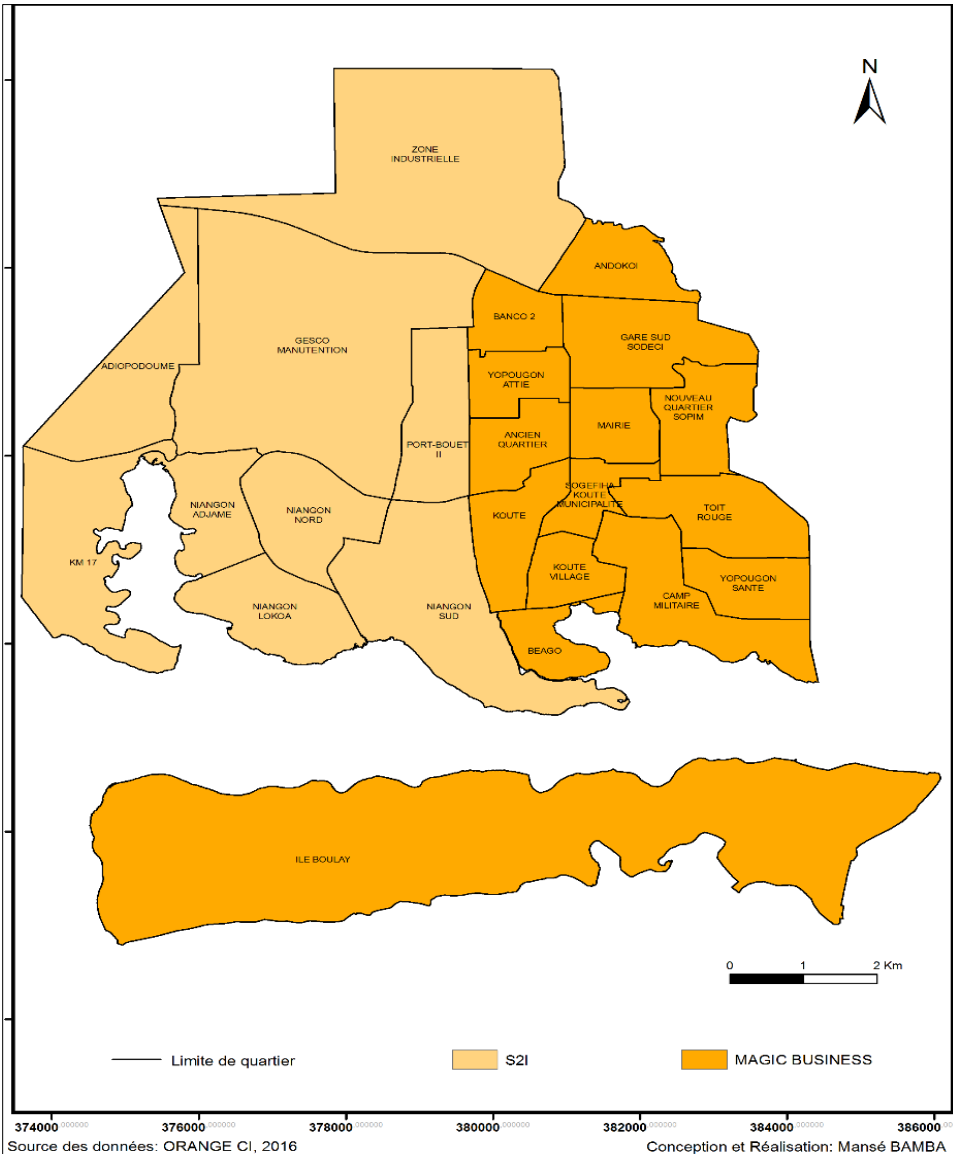
Figure 9 : Territorialisation de l'opérateur MTN par le Grossiste Group Nour

Figure 10 : Territorialisation de l'opérateur MOOV par le Distributeur Onemart



III-3- La téléphonie mobile: une territorialisation des opérateurs de mobile et acteurs dans la commune

III-3-2- Territorialisation de l'opérateur ORANGE dans la commune



Le franchisé S2I à l'EST du territoire communale et MAGIC BUSINESS à l'OUEST.

Ce Type d'occupation Territoriale = Dualité concurrentielle dans la gouvernance spatiale de l'opérateur ORANGE-CI.

Figure 11 : Territorialisation de l'opérateur ORANGE par les partenaires S2I et Magic Business



III-3- La téléphonie mobile: une territorialisation des opérateurs de mobile et acteurs dans la commune

III-3-3- Occupation anarchiques des voies de communication par les acteurs dans la commune



Encombrement des espaces publics par des acteurs



- **Déguerpissement régulier**
- **Victimes des accidents de circulation**
- **Tracasseries de la municipalité**
- **Vol par certains clients...**



TERRITORIALISATION DES ACTEURS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE DANS LA COMMUNE:

La fonctionnalité des territoires commerciaux créée par la téléphonie mobile s'accompagne d'externalités socio-économiques et spatiales.

Ces territoires dans leur fonctionnement suscitent une catégorisation de nouveaux types d'emplois suivie d'une fragmentation du territoire marchand consécutivement au modèle de distribution promu par les opérateurs du secteur



CONCLUSION

L'utilisation du téléphone et la commercialisation des produits et services de la téléphonie mobile = une opportunité de création de nouveaux types d'emploi dans la commune.

Franchisés; Gestionnaire de E-Bank, Cabinistes, Vendeurs de téléphones et accessoires, Réparateurs mobiles et Diffuseurs de musiques.

Cette commercialisation des produits et services est **hiérarchisé** et part des structures de régulations jusqu'aux consommateurs.

Externalité socioéconomique: Gain des acteurs et Fiscalité pour la municipalité

Externalité spatiale: Occupation anarchique des acteurs.

Territorialisation des opérateurs = univoque pour MTN et MOOV.

ORANGE, une dualité dans l'occupation spatiale.

MARSOUIN DIGITAL SOCIETY CONFERENCE 2019

MERCI

POUR VOTRE

ATTENTION

Marsouin

