



HAL
open science

Contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire.

Dabié Désiré Axel Nassa

► **To cite this version:**

Dabié Désiré Axel Nassa. Contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire.. 2011. halshs-00655619

HAL Id: halshs-00655619

<https://shs.hal.science/halshs-00655619>

Preprint submitted on 31 Dec 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire

Nassa Dabié Désiré Axel¹
dabie@voila.fr

Résumé : -La vulgarisation du téléphone portable en Côte d'Ivoire, a non seulement développé le rapprochement des populations entre elles mais aussi permis la naissance d'un type particulier de commerce autour de cet instrument de communication. A l'échelle d'une commune comme celle d'Adjamé, le réseau cellulaire a triomphalement marqué l'espace public.

Les rues, trottoirs, places marchandes et gares routières sont littéralement pris d'assaut par les « cabinards² » et autres acteurs intervenant dans la vente des produits démocratisant du téléphone portable.

Ces activités ont permis des bouleversements au niveau de la pratique commerciale de la production et de l'appropriation de l'espace par les acteurs divers intervenant dans la vente des produits vulgarisateurs du téléphone portable.

Mots Clés : Côte d'Ivoire, Abidjan, Adjamé, Téléphone portable, Commerce informel, marchés, urbanisation,

Contribution of mobile telephony to the dynamization of the abstract trade in the commune of Adjamé in Abidjan in Côte d'Ivoire

Summary: The popularization of the portable telephone in Côte d'Ivoire, not only developed the bringing together of the populations between them but also allowed the birth of a particular type of trade around this instrument of communication. With the scale of a commune like that of Adjamé, the cellular network triumphantly made public space.

The streets, pavements, commercial places and road stations are literally taken by storm by the "cabinards" and other actors intervening in the sale of the products democratizing of the portable telephone.

These activities allowed upheavals on the level of the commercial practice, the production and the appropriation space by the various actors intervening in the sale of the products popularizers of the telephone portable.

Key words: Côte d'Ivoire, Abidjan, Adjamé, portable telephone, abstract trade, urbanization, market

¹ Enseignant-Chercheur (Maître Assistant) Institut de Géographie Tropicale (IGT), Université de Cocody-Abidjan, 22 BP 744 Abidjan 22

² Terme ivoirien pour désigner les tenanciers de point-phones cellulaire

Introduction

L'avènement et l'essor de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire, ont entraîné des mutations dans la société de ce pays. Ils ont non seulement permis de libérer la population des contraintes d'éloignement et d'isolement géographique mais également modifié les rapports humains. Ces bouleversements s'observent au niveau de la pratique commerciale, de la production et de l'appropriation de l'espace par les acteurs divers intervenant dans la vente des produits vulgarisateurs du téléphone portable.

Cinq opérateurs GSM exercent sur le territoire ivoirien. Il s'agit de Orange de France Telecom, MTN du groupe Sud-Africain, MOOV du groupe Ivoirio-Saoudien, KOZ du groupe Comium Ivoirio-Libanais et GreenN du groupe Ivoirio-Libyen. Et le nombre de leurs abonnés est estimé à plus de deux Millions (ATCI, 2010). Ce chiffre de deux millions paraît très inférieur aux statistiques de l'ATCI. Le souci de modernisation et d'expansion de leurs activités les amène à investir d'avantage l'espace tout en priorisant le plus souvent sur l'espace urbain. Ainsi, Abidjan, « ville carrefour de l'Afrique de l'ouest », capitale économique de la Côte d'Ivoire avec de plus de cinq millions d'habitants apparaît-elle comme un potentiel marché à conquérir pour l'ensemble des opérateurs économiques de ce secteur.

Pour ce faire, en plus de nombreux investissements réalisés dans les dix communes composant la ville, la mise sur marché des produits est l'œuvre de multiples intervenants ou acteurs prêts à tout pour la conquête du marché. Eu égard à cette situation, toutes les rues composant le réseau routier d'Abidjan, infrastructures fondamentales de la performance économique de la ville, sont prises d'assaut par des points phones ou micros pôles de communications et autres panneaux publicitaires autour desquels se développent diverses activités commerciales qui affectent la fluidité de circulation, contribuent à la dégradation des artères, de l'environnement et modèlent l'urbanité globale de la ville.

Adjamé l'un des quartiers centraux de la ville d'Abidjan, qui mobilise une forte population du faite de la présence des commerces, gares routières et autres marchés offre un cadre répondant aux besoins de cette étude. C'est une commune qui polarise également la majeure partie des commerces dominés par l'informel et l'ensemble des liaisons routières qu'entretiennent les villes nationales avec Abidjan mais aussi les capitales des pays de la sous-région ouest africaine.

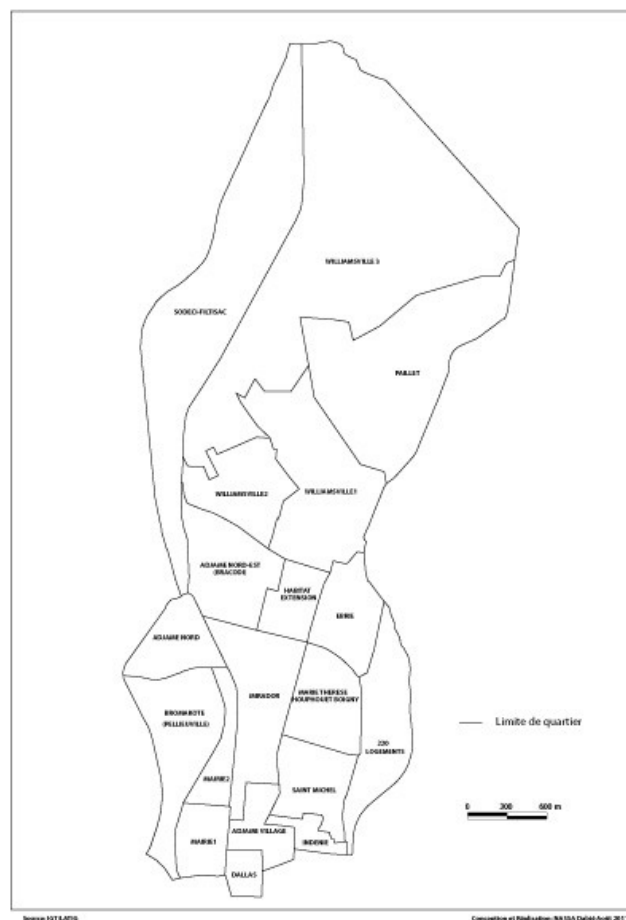
Pour mener cette contribution, nous avons eu recours à une littérature et une série d'enquêtes de terrain dans la commune et les dix-neuf (19) sous quartiers qui la composent: Adjamé Nord, Adjamé Est, Adjamé Village, Bromakoté, Dallas, Ebrié, Indénié, Habitat-Extension, Filtisac-Sodeci, Mairie 1 et 2, Marie Thérèse, Mirador, Paillet, St-Michel, Williams Ville 1, 2 et 3 et enfin le quartier des 220 Logements afin de mieux comprendre les caractéristiques du commerce informel autour du téléphone portable. Les investigations ont permis d'obtenir des informations sur les préoccupations mentionnées plus haut. Celles-ci ont été alors subdivisées en trois axes d'analyses à savoir : le cellulaire, un effecteur du commerce global ; le cellulaire, outil dynamisant du commerce informel et les effets induits de l'appropriation de cet instrument de communication par les acteurs divers dans les échanges contemporains sur l'ensemble de l'espace communal.

Le cellulaire, un effecteur du commerce global.

Le cellulaire apparaît pour la première fois dans les habitudes d'urbains ivoiriens à partir de 1996. La ville de pénétration de cet outil de communication est Abidjan. A cette époque, seulement un seul opérateur GSM opérait sur l'ensemble des dix communes composant cette capitale économique ivoirienne. Il s'agit de COMSTAR de l'américain Western Wireless dont le réseau était CORA à travers une licence n° 96/cel/001 du 22 mars 1996 à lui attribuée par l'Agence de Télécommunication de Côte d'Ivoire (ATCI). A cet opérateur s'est ajouté TELECEL contrôlé par l'égyptien Orascom Télécoms Holding, et Ivoiris devenu plus tard Orange de France Télécom. Leur

nombre d'abonnés cumulés s'élevait à 1 million³. Aujourd'hui, cinq opérateurs exercent sur l'espace de l'agglomération abidjanaise dont celui Adjamé. Commune du District d'Abidjan, avec une superficie de 1210 hectares, elle est délimitée par Abobo au Nord, Plateau au Sud, Attécoubé à l'Ouest et Cocody à l'Est (voir fig.1).

Fig. 1 : Localisation de la commune d'Adjamé



La présence d'infrastructures socioéconomiques majeures telles que les gares routières, marchés et écoles sur son espace, influence considérablement la variation de sa population. Il y réside de façon permanente une population d'environ 300000 habitants répartis entre les 19 sous quartiers tandis que le jour elle reçoit environ 2 à 3 millions de personnes qui y travaillent ou qui fréquentent ses différents marchés et gares routières dans l'exercice de leurs activités. Ces lieux sont des endroits favorisant et propices à l'implantation de commerces déclarés ou non. Concernant le relief, nous notons que Adjamé s'étend sur la zone des hauts plateaux continentaux du nord du district et aux secteurs de faibles pentes qui sont favorables à l'urbanisation.

³Les parts du marché ivoirien pour chaque opérateur s'élevaient respectivement à 44 % pour COMSTAR, 30% pour Orange et 26% pour Telécél de Loteny.

Ces conditions morphologiques et humaines ont permis, de rendre facile le déploiement et le développement d'infrastructures de communications non seulement vecteur de relations entre la population marchande et cliente mais également entre population de ce quartier. A ce jour, le nombre d'abonnés au téléphone cellulaire en Côte d'Ivoire est estimé à onze million sur une population de vingt millions (ATCI, 2010) soit environ un Ivoirien sur deux possède un téléphone portable. Le chiffre d'affaire des différents opérateurs, cumule autour de 525 millions de francs CFA soit 800 millions €. Vu cet extraordinaire engouement populaire autour du cellulaire, les différents opérateurs ont mis en place de nouveaux produits et stratégies pour non seulement conquérir de nouveaux marchés ou s'en rapprocher mais également dynamiser la vie socioéconomique. Ils ont ainsi suscité d'autres modes de fonctionnement qui ouvrent de nouvelles perspectives économiques en rapport avec « la filière de la grande distribution des cartes recharge téléphonique » (Touré, 2010).

A cet effet, sur l'espace communal de Adjamé, Orange a développé le *model agences*⁴ (au nombre de cinq). Quant aux autres opérateurs, ils ont plutôt milité en faveur de la rétrocession d'une partie de leurs activités (ventes de cartes recharge, accessoires téléphoniques, e-recharges, transfert d'argent et paiement de factures) à des maisons de distributions privées. Ce système fait référence à la franchise qui est une forme de contrat de distribution exclusive dans lequel le franchisé bénéficie des produits, de la marque, de l'enseigne et du savoir-faire du franchiseur. Ainsi, le groupe MTN en possède-t-il une douzaine, sept pour Moov, cinq pour le groupe Ivoirien-libanais Comium et trois pour GrennN. Ces maisons détiennent l'exclusivité de la vente des produits des opérateurs précités plus hauts. Ce sont elles qui font appel ou s'appuient sur les grossistes ou demi-grossistes détaillants pour la commercialisation des différents produits préalablement acquis auprès des opérateurs pour les revendre au consommateur.

Également pour une meilleure couverture et vulgarisation de leurs produits, les entreprises de téléphonie mobile, elles-mêmes s'appuient directement sur leurs différents agents commerciaux mobiles, auxquels des secteurs territoriaux sont affectés pour le ravitaillement des commerçants-détaillants en vue de servir la clientèle. Tel est le cas de la vente des recharges virtuelles qui a fait place au prépaiement et qui permet de joindre un opérateur sans souscription à un abonnement préalable, à concurrence d'un crédit de communication téléphonique acquis. Dans ce système, le détaillant ou l'acteur informel fait appel à l'agent commercial de son secteur-territorial et ce dernier lui apporte un crédit téléphonique qu'il fait écouler sur le marché jusqu'au consommateur final. Ce mode de distribution est le plus utilisé et s'est imposé à tous. La préférence du marché pour le prépaiement au lieu de l'abonnement contractuel a fait émerger « une somme d'activités singulières et novatrices qui redessinent le paysage de la téléphonie » (Gnamien, 2006). Un des phénomènes majeurs de cette poussée d'activités en est le développement, de façon exponentielle et anarchique, d'un mode d'accès, les "points-phone cellulaires". (voir photo 1 p. 5).

⁴ Système qui consiste à permettre à un ensemble de grossistes de mettre en place un réseau de point de vente franchisés et de points services.



Photo 1 : Un point-telephone cellulaire soutenu par l'un des cinq opérateurs en activité en Côte d'ivoire (MTN). (Cliché de l'auteur, Août 2011)

Ces structures, offices de "cabines publiques" connaissent un succès sans précédent et se localisent pour la plupart le long des trottoirs et places publiques, certains carrefours, rues et places marchandes, très fréquentées. C'est autour d'elles que se développent un commerce atypique qui modèle l'urbanité globale de la commune d'Adjamé.

En somme, le téléphone portable loin d'être un banal outil de communication qui crée des rapprochements entre individus s'est mué en un instrument moteur du commerce dans sa globalité. Il met en exergue une dualité entre deux circuits qui fondent l'existence de l'économie des villes africaines. Il s'agit des secteurs de l'informel et du formel, qui renvoient à une sorte d'espace partagé alors que ces deux types d'économie ont toujours marqué leur cohabitation. L'une comme l'autre a ses avantages et inconvénients. Mais le monde de l'informel tire son existence des faiblesses du secteur moderne de la téléphonie qui a fait naître des besoins nouveaux dans la société. C'est justement l'ensemble de ces faiblesses dont s'est approprié cette société pour l'intégrer à son vécu et développer des activités de subsistance non déclarées réparties sur l'ensemble de l'espace communal d'Adjamé.

Le cellulaire, outil dynamisant du commerce informel

Cellulaire et commerce informel quel rapport ? Autour de cette interrogation, naît l'essence même des fondements de la pléthore d'activités et autres circuits parallèles qui entourent l'économie de la téléphonie mobile. Si son avènement a permis la création voire la production de plus de trois milles emplois directes en Côte d'Ivoire, à l'échelle d'une commune comme celle d'Adjamé, cet outil a plutôt développé plusieurs activités connexes non reconnues mais tolérées. Autour de ces activités, ce sont des dizaines de milliers d'emplois indirectes qui sont générés.

Mais parmi ceux-ci, celui de gestionnaire de points-phones ou « *cabinard* » maillon essentiel de la démocratisation et de la vulgarisation des produits de la téléphonie qui a émergé et devenant une sorte de relais entre entreprises et consommateurs. S'appuyant sur leur principale activité, basée sur les ventes multiformes de cartes de recharges (papiers, électroniques) et autres accessoires, le gestionnaires de point-phones, est l'un des petits distributeurs non agréés dont se servent les entreprises de téléphonie mobile pour leur développement. Pourtant, c'est une activité qui a vu le

jour grâce à l'usage frauduleux des abonnements-Sociétés⁵ et particuliers⁶ dès l'avènement du téléphone portable. Au départ le constat général qui se dégagait de la naissance de ces points-phone cellulaires était leur extrême mobilité spatiale qui leur permettait d'aller à la rencontre de la clientèle. Même si cette mobilité est en encore de mise dans leur fonctionnement, ces derniers tendent de plus en plus à se sédentariser. Une situation qui a l'avantage de leur permettre de fixer ou fidéliser une clientèle dans un rayon n'excédant pas plus d'un kilomètre. Leur prolifération sur l'ensemble de l'espace Abidjanais et précisément Adjamé relève de la volonté des acteurs de ce secteur de s'insérer dans le milieu urbain à travers l'économie informelle avec comme emprise spatiale, marchés, gares routières et autres points de rencontres qui « sont des espaces de production et des nœuds de circulation des richesses, des hommes, des connaissances et des informations ». (Nassa, 2010)

Aujourd'hui, une véritable industrie de la distribution des produits de la téléphonie mobile s'est instaurée entraînant même, de jeunes diplômés en quête d'un premier emploi. Ainsi, grâce à leur ingéniosité, les produits téléphoniques sont-ils acquis depuis certains pays européens (Communauté Européenne), américains (États-Unis) et asiatiques (Chine, Émirats Arabe Unis, Japon) à travers des réseaux divers. L'un des tout premiers réseaux qui a longtemps alimenté le marché a été celui de la diaspora. Elle acquérait des téléphones sur le marché du neuf ou de l'occasion dans les pays précités pour les acheminer vers des destinataires à Abidjan en profitant de la venue d'un ressortissant ivoirien. Les téléphones étaient ensuite écoulés en petites quantités souvent avec la complicité des douaniers en activités à l'aéroport d'Abidjan. L'opération pouvait se réaliser plusieurs fois, alimentant ainsi le marché abidjanais. Même si ce circuit existe encore, il semble être abandonné depuis les attentats du 11 septembre 2001 aux États Unis et l'ensemble des mesures qui en ont suivi dans le monde de l'aviation civile l'ont littéralement désorganisé.

Autre circuit actuellement utilisé, est celui qui a comme point de départ la Chine et les Émirats. Ce circuit s'inspire du fonctionnement des coopératives et autres formes d'association de commerce. En effet, l'ensemble des membres de la coopérative ou de l'association désignent un membre qui est ensuite envoyé soit à Dubaï soit à Pékin pour faire des achats auprès des fournisseurs avec lesquels contact a été pris via Internet pour le groupe. Préalablement, les besoins, les moyens pour le visa, billets d'avion et autres frais de séjour de l'envoyé sont réunis. Dès son arrivée dans les pays précités, il part chez chaque fournisseur pour acquérir la marchandise et ensuite l'acheminer à Abidjan. A son retour, une redistribution suivant les commandes de chaque membre est alors effectuée et quelques jours plus tard les produits se retrouvent sur l'ensemble du marché.

La crise politico-militaire qu'a traversée la Côte d'Ivoire et qui a occasionné sa partition de fait a également favorisé l'apparition d'un autre circuit d'approvisionnement du marché. Il s'agit de la filière nigériane qui a comme point départ les Émirats, la Chine et Taiwan.

De ces pays via le réseau ibo et malinké très entreprenant en Afrique de l'Ouest, les produits transitent par le Nigéria et certains pays voisins du Nord de la Côte d'Ivoire (Burkina Faso, Mali). C'est de ces pays que des produits et autres accessoires téléphoniques sont acheminés à Abidjan à partir la ville de Bouaké. De cette ville, et à travers des circuits parallèles des commerçants acheminent les produits sur les marchés des villes du Sud de la Côte d'Ivoire. C'est de cette manière que sont approvisionnés les différents marchés de la commune.

Pour la mise en service et l'obtention d'une ligne téléphonique prépayée après avoir acquis un téléphone via ces réseaux informels, deux options sont offertes aux usagers.

⁵ Le développement de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire et la substitution dans les usages entre le filaire et le fixe a conduit les opérateurs à élargir leurs gammes de services aux entreprises publiques et privées. Pour ce faire des abonnements particuliers (abonnements société) ont été élaborés pour les dites entreprises. L'opérateur consentait à offrir des avantages financiers aux membres d'une entreprise leur permettant de téléphoner à moindre coût. C'est ainsi que Télécel avait créé pour des groupes d'entreprises les GFU (Groupe Fermé d'Usagers) et Orange les Corporate. Les prix des communications sont réduits pour les bénéficiaires de ces abonnements bon marché.

⁶ Ces abonnements, que l'on qualifie de frauduleux, sont des abonnements ordinaires, sans avantages particuliers, que proposent les opérateurs aux particuliers. Cependant certaines personnes souscrivent à un abonnement, dans le but inavoué de s'en servir comme point-phone cellulaire et ne s'acquittent pas du montant de la facture lors de la première échéance de celle-ci. La ligne est alors suspendue et l'abonné s'évanouit dans la nature.

Il s'agit de l'accès indirect qui consiste au déblocage du téléphone avant de pouvoir communiquer. Cette opération est relative à la manipulation informatique (la tropicalisation du téléphone) qui permet le recodage du téléphone provenant des pays industrialisés. Pour ce faire, des connaissances en informatique et un appareillage adéquat sont nécessaires. Cette activité est l'apanage de magasins spécialisés dans la tropicalisation ou d'étudiants en informatique pour qui l'opération constitue une activité d'appoint.

Quant à l'accès direct, une fois le téléphone réceptionné, le bénéficiaire peut se rendre chez un opérateur ou chez un gestionnaire de cabine pour souscrire à un abonnement ou pour l'achat d'une puce de communication de l'opérateur désiré et une carte prépayée. De cette façon, il obtient un numéro et peut émettre des appels et en recevoir. Quel que soit le mode d'accès (direct ou indirect) l'intérêt pour la population est que le passage par le réseau informel offre des avantages financiers non négligeables et permet de réaliser des économies substantielles. De la distribution multiforme de carte de recharge, l'activité principale du *cabinard* s'est étendue à l'acquisition, à la vente du portable et aux autres accessoires téléphoniques. (voir photo 2).



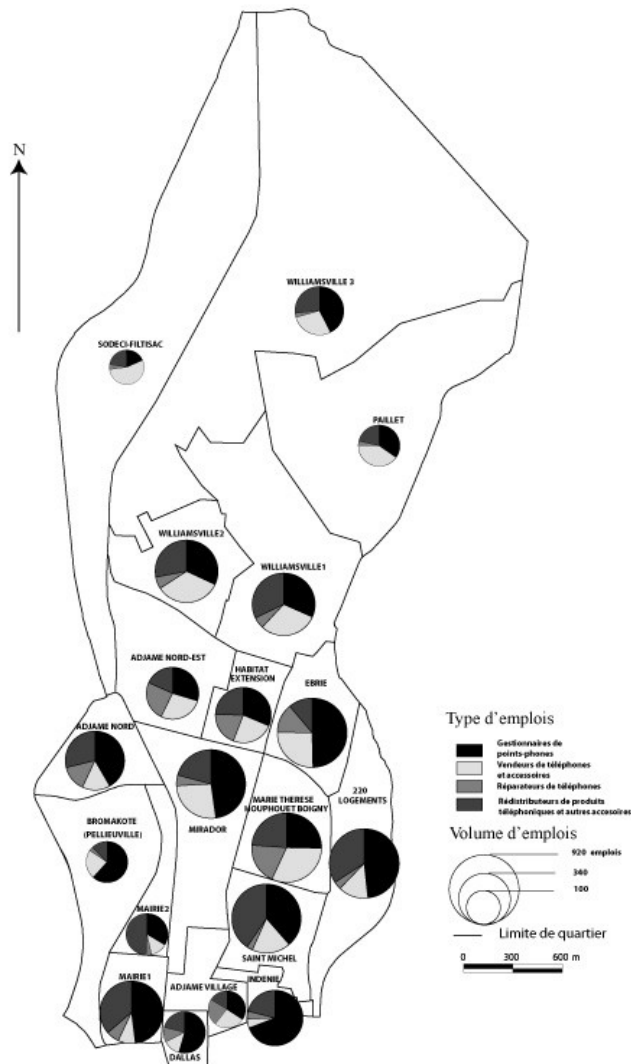
Photo 2: Un *cabinard* expose des téléphones portables et autres accessoires à la vente à travers une caisse en vitre afin de mieux faire voir ces produits à la clientèle (cliché de l'auteur, Août 2011)

A travers le cellulaire, le commerce informel s'offre un cadre d'expression de la volonté des réseaux innovateurs qui ont développés des transactions génératrices d'externalités. Eu égard à cela, le téléphone portable est ici perçu non pas comme un instrument de communication mais plutôt comme un outil marquant la matérialité de la diversification des activités qui ont longtemps régi le monde de l'informel dans les villes africaines.

Désormais, grâce à cet instrument, le commerce informel à Adjamé ne se résume plus au portage, à la vente à la sauvette, à la distribution de quelques produits industriels et agricoles de consommation courante dans des boutiques et autres espaces de rencontres de quartiers. Son avènement et essor ont apporté de l'innovation en la matière permettant au secteur, l'insertion d'une frange de la population dans l'impossibilité de trouver un emploi dans le secteur moderne ou formel. Aussi, l'impact structurant du portable dans la société a-t-elle été l'apparition de nouveaux métiers avec leur

corolaire d'emplois, recomposant ainsi le paysage du secteur de l'informel. Il s'agit notamment de gestionnaires de point-phones, vendeurs de téléphones et accessoires, réparateurs, (ré) distributeurs de produits et autres accessoires de téléphones dont la répartition par sous quartier en est donnée à travers la carte ci-après.

Fig. 2 : Répartition des volumes et types d'emplois par sous-quartier à Adjamé



Source: Données d'enquête

Réalisation et conception: Nassa Dabié Désiré, IGT, 2011

Sur l'ensemble de l'espace communal, le téléphone portable génère des volumes d'activités offrant des emplois indirects dans le secteur informel. Suivant leur répartition spatiale, l'on constate leur nette concentration dans les sous quartiers centraux où bouillonnent, fermentent et s'entremêlent diverses pratiques commerciales. Il s'agit de ces lieux de rencontres, de réalisation des échanges autour desquels des réseaux divers se sont approprié le cellulaire pour l'intégrer à leur vécu et pour en faire un instrument privilégié du commerce informel. Ainsi, de l'action de ces réseaux, de multiples polarités de fait ont-elles éclos avec pour principales activités, des métiers portés par l'essor croissant de service de téléphonie mobile.

Les quartiers du marché central, de la gare routière et de celle de l'unique société de bus de la Société des Transports Abidjanais (SOTRA) qui restent des plates-formes multimodales d'ampleurs internationales malgré leur état de désuétude et où les besoins de communiquer, d'acquérir du matériel téléphonique sont réels, constituent des espaces de prédilection majeurs d'installation et d'implantation des acteurs. Par ailleurs, le terminal routier d'Abidjan concentre en ces lieux les routes de bus qui desservent aussi bien les destinations interurbaines ivoiriennes que les destinations

sous-régionales ouest africaines et se situe non loin du marché central. Les minibus communément appelés *gbakas* qui relient les périphéries de l'agglomération abidjanaise partent également de ces lieux entraînant diverses mobilités. Tout en contribuant à atteindre très rapidement le centre-ville, ils permettent de se rapprocher du quartier Plateau centre des affaires et même des zones industrielles de la métropole. De ce point de vue, ces lieux jouent aussi bien le rôle de plate-forme d'éclatement du trafic de bus à travers le pays que celui d'échanges que porte la métropole ivoirienne pour l'ensemble des États ouest africains.

Cette singularité liée à la fonctionnalité dévolue à la commune, développe des appétits pour l'exercice et la pratique commerciale dans ces espaces. C'est pourquoi la majeure partie des emplois indirectes (2000 sur 6500) et autres activités découlant du monde de la téléphonie mobile s'y concentrent, et les rues, carrefours et autres espaces publics autour comme à l'intérieur de la gare et du marché de la commune en sont les supports privilégiés. L'engouement pour ces lieux permet aux acteurs de cette économie populaire d'intégrer aussi facilement que possible les méandres du commerce informel en écoulant leurs produits selon une cadence rapprochée d'une à deux semaines d'intervalle. De cet fait, plusieurs acteurs préfèrent y acquérir des espaces quel que soit le « prix à payer » permettant ainsi une densification de la population marchande dans ces quartiers centraux qui cherchent même parfois à associer d'autres produits à leurs activités initiales en vue de rentabiliser leur localisation. Ainsi, le gestionnaire *de point-phone* cellulaire peut associer à cette activité la vente d'accessoires téléphoniques et autre gadgets pour rentabiliser son espace d'implantation. Celui, qui au départ s'était spécialisé dans la réparation de téléphones portables peut lui associer à la fois leur vente et la distribution de cartes de recharges. D'autre par contre délaissent leurs activités premières au profit de la vente des produits de la téléphonie. Tel est le cas de K. B. qui a délaissé la commercialisation de la friperie pour se consacrer à celle de la vente de téléphones portables et accessoires plus rentables. Il l'exprime ici dans cet entretien.

« Mon activité première était consacrée uniquement à la vente de la friperie à la descente de bureaux et usines des travailleurs à la gare nord d'Adjamé. J'étais la marchandise à même le sol et dans un vacarme indescriptible ; (je hélais) les passants. C'était difficile de m'en sortir. Je ne pouvais même pas rentrer à la maison avec une somme de 1300 francs Cfa soit 2€. J'ai dans un premier temps associé à la friperie celui de gestionnaire de cabine téléphonique cellulaire et peu à peu, j'ai réalisé un capital de 320 000 francs CFA soit 475€. C'est cette somme qui m'a permis de constituer un capital et de m'installer solidement dans la vente de téléphones portables. Cette activité me permet aujourd'hui de réaliser en moyenne des bénéfices mensuels pouvant atteindre 650 milles franc CFA à 1 million 300 milles francs soit 1000 à 2000€ ».

Le service de téléphonie mobile, par ses produits, participe pleinement à la dynamisation du commerce informel en permettant à une population en quête d'un mieux-être et laissée pour compte de tirer profit des services liés à l'avènement de cet instrument de communication. Ainsi, a-t-elle développé une foule d'activités commerciales singulières dans les lieux centraux de la commune, pour satisfaire aux besoins de la société. Nonobstant cette situation, le commerce autour de du service de la téléphonie pose la problématique de l'occupation et de la gestion des espaces publics en milieu urbain.

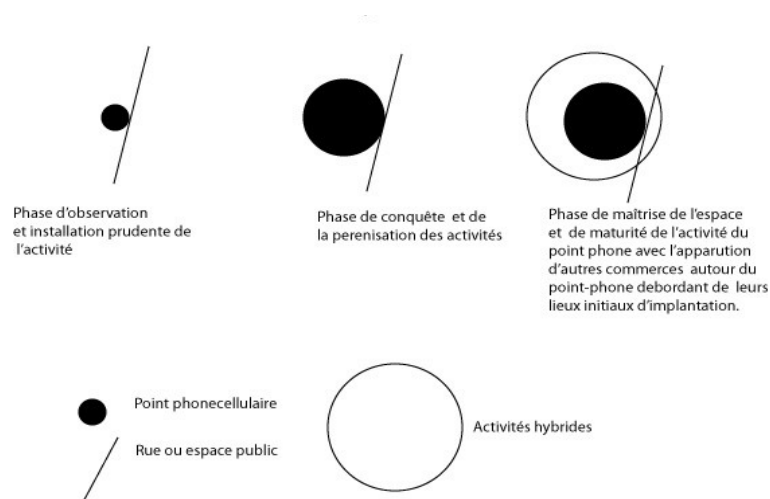
Les effets induits de l'appropriation de cet instrument de communication par les acteurs dans les échanges contemporains et sur l'ensemble de l'espace communal.

En même temps que les activités liées au commerce populaire sont en augmentation grâce au cellulaire, le développement et l'essor de la téléphonie mobile à Adjamé se traduisent aussi par une occupation des espaces publics, sur et autour des lieux de réalisation des échanges.

Au sein de ces espaces, se révèlent des mutations qui atteignent les sphères sociales, culturelles, économiques et spatiales de la commune. Ces mutations sont largement induites par l'émergence d'un commerce de proximité qui influence les modèles d'aménagement et de gestion de l'espace urbain. A juste titre, le développement des points-phones cellulaire façonne les rues et autres espaces marchands à travers des réseaux sociaux, produit de nouvelles formes de sociabilité et d'échange. A l'échelle d'une commune comme celle d'Adjamé, la dynamisation du commerce informel à partir

de service de téléphonie mobile réinvente non seulement la pratique commerciale mais également favorise les transformations et l'appropriation collective des espaces par des réseaux divers.

L'un des phénomènes marquant ce dynamisme est l'occupation effrénée et anarchique des rues et espaces publics qui obéit à la logique « du matraquage de la clientèle » à partir des lieux de mobilités et concentration humaine. Les espaces favorables à cette logique sont généralement les points de transit et places commerciales où la production, l'interrogation et les modalités de fonctionnement des micros-territoires de commerces générés par la téléphonie mobile naissent selon trois phases : une première phase d'observation et d'installation prudente de l'activité, une deuxième de conquête et la dernière est relative à la maîtrise de l'espace. Chacune de ces étapes d'appropriation des espaces publics associe une ou plusieurs activités commerciales qui modèlent l'urbanité globale de la commune (voir fig. 3).



- Le point de départ de production et de conquête des espaces de commerces de proximités de l'industrie de la distribution des produits de la téléphonie mobile est le point-phone cellulaire. Le choix du lieu d'implantation de la cabine ou du point-phone, se fait en fonction de la logique évoquée plus haut et l'activité commerciale qui s'y associe est la vente multiforme de cartes de recharges et la gestion des appels téléphoniques de la clientèle. Cette étape est marquée par une phase d'observation avant une installation prudente de l'activité. C'est pourquoi, le point-phone est conçu avec des matériaux de récupération composés d'un banc et d'une tablette facilement démontables que l'on peut ranger dans un coin de la rue ou à l'arrière-cour d'une concession.
- La deuxième étape concerne la phase de conquête. Elle se résume à la pérennisation de l'activité de vente de cartes de recharges à laquelle l'on associe les téléphones portables et autres accessoires téléphoniques. Le point-phone cellulaire prend ainsi de l'ampleur. C'est ce moment précis que certains opérateurs de la téléphonie interviennent pour sponsoriser le gestionnaire en lui octroyant du matériel à leur effigie qui offre plus d'esthétique spatial. Cette étape renvoie à une sorte de légitimation de l'activité des points phones cellulaires par les opérateurs du secteur de la téléphonie mobile, contre d'éventuelles mesures de déguerpissement que pourraient prendre les autorités communales pour dégager les espaces de circulation (la voirie : les rues, les trottoirs, carrefours, places), espaces ouverts tels que les parcs et jardins, les marchés, les gares routières, qui font l'objet d'occupation anarchique.
- La dernière étape est la phase de la maîtrise de l'espace. Elle est marquée par l'exercice des activités hybrides autour du point phone cellulaire pour bénéficier de la protection de l'opérateur téléphonique qui l'a sponsorisé. Ces activités sont pour la plupart composées de

commerce de friperie, de vente des produits de la musique, presse et autres gadgets. C'est au cours de cette phase de maturité dans la production et conquête des espaces publics par les points-phones cellulaires que les problématiques de fluidité de circulation, sécurité, dégradation des artères et l'environnement connaissent une ampleur qui affecte-la ville. A cette phase, les commerces débordent de leurs lieux initiaux d'implantation pour gagner des espaces qui relèvent du domaine public et autres espaces privés. Une situation qui désagrège voire déstructure l'espace habité. D'où la combinaison, aujourd'hui à Adjamé, d'un certain modèle de ville avec une planification urbaine d'un côté et de l'autre un quartier au développement spontané de la croissance proliférante du commerce informel. Tel est le cas des sous-quartiers des 220 logements, Dallas, St Michel, Indenié, Marie Thérèse Houphouët, bien structurés et intégrés à l'urbanité de la commune opposés aux quartiers mirador, Ebrié, et Adjamé village développés grâce au commerce informel et autres « pratiques spontanées d'occupation, de déguerpissement avec ou sans recasement ou régularisation » (Leimdorfer, 1999). Il se crée ainsi de nouvelles pratiques commerciales qui s'expriment à travers les artères de la ville.

Les symboles les plus visibles de ces pratiques sont les colonisations effrénées et occupations des espaces par certains particuliers qui débordent largement leur espace privé et leurs prérogatives légales, se légitimant par le contrôle du sol attaché à leur propriété pour en obtenir une rente. Par ce fait, des commerçants informels s'installent devant des structures formelles, engendrant une compétition pour l'acquisition, le contrôle de la clientèle et des espaces qui sont souvent sources de conflits entre les acteurs. En effet, ces conflits dont les causes sont diverses, ont lieu entre occupants d'un même espace mais aussi entre acteurs de commerces structurés et informels du secteur de la téléphonie mobile. Ces conflits se manifestent soit ouvertement, soit de manière sournoise. Quand ils sont ouverts, ils se traduisent par des bagarres, injures ou la casse des outils et équipements de travail des gérants des points phones. S'agissant des conflits sournois, ils s'observent à travers plusieurs faits dont le refus de se rendre de petits services (se faire la monnaie, se prêter des équipements tels les chargeurs de téléphones...), la délimitation et l'entretien de l'espace.

A ces conflits s'ajoute aussi la question sécuritaire, portée par la prolifération des commerces et autres activités générées par les points-phones cellulaires. Pour ce faire, les habitants des quartiers à forte densité d'occupation de cabines s'envisagent un mode de vie sous la forme des *enclosed neighborhoods*⁷ sud-africains. Ils s'enferment dans des quartiers enclos dont la taille varie de 50 à 70 pâtés de maisons. Pourtant à l'origine c'étaient des espaces ouverts mais dont les rues qui en permettent l'accès sont fermées par la pose d'une barrière voire d'un poste de garde pour contrôler les entrées et sorties des piétons et véhicules à cause des agressions enregistrées depuis l'arrivée et la pratique de ce type de commerce. Au-delà de l'impact physique et économique du phénomène des points-phones, celui-ci sous-tend presque inévitablement une confrontation sociale entre les habitants qui se sentent chassés de leur propre quartier et les *cabinards*, parfois étonnés des critiques reçues. Cette situation, est de nature à amplifier le développement anarchique de la commune. Autrement dit, ces espaces produits sont des voies ouvertes à la régression urbaine qui empêche d'avoir une ville structurée avec des rues non encombrées et non embouteillées par la grande affluence dont sont objet les différents commerces.

Au terme de cette analyse, il ressort que la téléphonie cellulaire à travers l'industrie de la distribution des produits qu'elle génère a une emprise spatiale, sociale, sociétale, culturelle et économique sur l'ensemble de la ville et sa population. A travers les points-phones cellulaires, qu'elle a engendrés et intégrés au vécu de la population, façonne, fait émerger une urbanité qui agit sur la manière de construire, d'aménager, de produire l'espace urbain et de l'habiter. En d'autres termes, le service de téléphonie mobile est révélateur d'un genre de cadre de pratique commerciale

⁷ Une enclave résidentielle fermée et isolée de la trame viaire publique par une barrière qui permet de filtrer les voitures et piétons, bien que la zone ne soit pas privée.

piloté à partir des points-phones cellulaires sous la protection bienveillante des opérateurs du secteur, mais aussi par l'ingéniosité des acteurs.

Conclusion

L'avènement du téléphone portable a certes permis le rapprochement entre individus mais s'est surtout présenté comme un outil de contribution à la légitimation du commerce informel dans la métropole ivoirienne. Il a généré des besoins nouveaux au sein de la société, développé une foule d'activités commerciales de subsistance non déclarées mais soutenues par l'ensemble des opérateurs du secteur dans les lieux centraux de la commune d'Adjamé. Ainsi à travers les points-phones cellulaires, une des activités commerciales que le portable a engendrées et intégrées au vécu de la population, façonne une urbanité qui agit sur la manière de construire, de produire l'espace urbain et de l'habiter.

Le tour d'horizon effectué, révèle que le service de téléphonie mobile offre un genre de cadre de pratique commerciale piloté à partir des points-phones grâce à l'ingéniosité des acteurs qui se traduit au niveau spatial par un phénomène de déconstruction-restauration-reconstruction des mutations qui atteignent les sphères sociales, culturelles, économiques de la ville. Aussi, l'appropriation de cet instrument de communication par la société façonne-t-elle les rues, trottoirs et autres espaces de rencontre à travers des réseaux sociaux, produit de nouvelles formes de sociabilité, d'échanges marchands et de mécanismes pour lutter contre l'exclusion et la vulnérabilité sociale. Le service de téléphonie mobile) est devenu pour la population un rempart contre l'anéantissement social et régulateur de l'espace.

Bibliographie

- AMSELLE Jean-Louis, (1990), *Logiques métisses, anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs*, Paris, Payot, 152 p
- BAMBA M (2011), Téléphonie mobile et structuration de l'espace à Adjamé, Mémoire de Maîtrise, Université de Cocody-Abidjan, 156 P. dir. Nassa Dabié Désiré Axel
- CADENE Philippe (dir.), (2007), *La mondialisation ; l'intégration des pays en développement*, Paris, Sedes, 221 p
- CHENEAU-LOQUAY A. dir., (2000), Enjeux des technologies de la communication en Afrique. Du téléphone à Internet, KARTHALA – RÉGARDS, 402 p
- CHENEAU-LOQUAY A. (2001), L'Etat africain face aux nouveaux réseaux de télécommunications : les cas du Mali et du Sénégal, *Afrique contemporaine*, n°spécial, pp 36-47
- CHENEAU-LOQUAY A. (2001), Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique, *NETCOM*, vol.15, n°1-2.
- CODE DES TELECOMMUNICATIONS (1995), Ministère des Infrastructures économiques. République de Côte d'Ivoire.
- CÔTE D'IVOIRE., économie (2005), Et pourtant elle tourne, *JEUNE AFRIQUE L'INTELLIGENT* Paris, n° 2337, p
- DEBARBIEUX B., (1996), « Le lieu, fragment et symbole du territoire », *Espaces et sociétés*, n° 82-83, p13-33.
- GIRAUT François., (2007), « L'Afrique, un continent et ses territoires en mondialisation », Cadène Philippe, *La mondialisation ; l'intégration des pays en développement*, Paris, Sedes, p 127-140.
- GNAMIEN G (2002), *Téléphonie mobile, modes d'appropriation et structuration de l'espace urbain : Exemple de la ville d'Abidjan*, Mémoire de DEA, Université de Bordeaux 3, 100 P. dir. Annie Chéneau-Loquay
- HURIOT J.-M. (Dir.), (1998), *La ville ou la proximité organisée*, Paris : Anthropos-Economica, 238p.
- JANIN P, 2001, « Une géographie sociale de la rue africaine, Bouaké Côte d'Ivoire », Paris, *Politique africaine*, n°82, pp 177-189.
- MADORE F, (2006), *Le commentaire de paysage, en géographie humaine*, paris, Armand colin, 270 p.
- MORELLE M, (2006), « La rue dans la ville africaine (Yaoundé, Cameroun et Antananarivo, Madagascar) », *Annales de géographie*, n° 650, 2006, 339-361.
- NASSA Dabié, (2005), *Commerce transfrontalier et structuration de l'espace au nord de la Côte-d'Ivoire*. Thèse de doctorat, Université de Bordeaux 3, 336 p. dir. François BART et Koffi ATTA.
- LACOUR C., PUISSANT S. (dir.), (1999), *La métropolisation. Croissance, diversité, fractures*, Paris : Anthropos, Collection Villes, 190p.
- LARSEN S. E., BALLEGAARD-PETERSON A. (dir.), (1998), *La Rue, espace ouvert*, Odense, University Press, 219 p.
- LaSUR, ENAC-EPFL-CSRS (Abidjan), ENDA (Dakar)-CNH (Nouakchott), 2005, « Urbanisation, espaces publics et gestion urbaine durable en Afrique de l'Ouest: Processus d'exclusion et d'intégration sociale à Dakar et à Nouakchott », http://nccr-ns.epfl.ch/autres_rech/pdf/EPA.pdf. 7 p. En ligne [consulté le 16/02/08].
- Loukou A. F. (2003) « Économie informelle et télécommunications en Côte d'Ivoire : le cas des cabines téléphoniques privées », *NETCOM*, vol. 17, n° 1-2, p.99-112.
- LUSSAULT Michel et LEVY Jacques, (2003), *Dictionnaire de la géographie, de l'espace et de la société*, Paris, Bellin, 1033 p.
- JACKSON P (1999), "Commodity cultures : the traffic in things", in transactions of the institute of British Geographers, London, News Series, Vol. 24, N°1 p 95-108
- PEROUSE J-F, (2007), « Les formes de la mondialisation en Turquie et leurs expressions socio-territoriales », in *La mondialisation, l'intégration des pays en développement*, (dir.) Cadène, paris, sedes, p 141-149.
- ROCHFORT M, (2000), *Le défi urbain dans les pays du Sud*, Paris, L'Harmattan. 184p.
- TOURE M (2010), Logique des contrats et réalité du marché : la filière de la grande distribution des cartes de recharge téléphoniques, *Les cahiers d'Outre-Mer*, PUB, n°251, pp 403-417

Notice biobibliographique

Axel Désiré Dabié NASSA, géographe, maître-assistant à l'Institut de Géographie Tropicale (IGT) de l'université de Cocody-Abidjan, développe des recherches sur la mondialisation, les frontières et le commerce. Les dernières publications de l'auteur sont les suivantes :

- Les frontières nord de Côte d'Ivoire dans un contexte de crise, in *Aspects de la Côte d'Ivoire, Les Cahiers d'Outre-Mer*, PUB, n°251, (2010), PP451-483
- Voyageurs sur les marchés routiers en Côte d'Ivoire, In *Commerce et mobilités* dir. Yves Boquet et René-Paul Desse, Sociétés EUD, (2010), pp 105-118
- Crise de la nature dans l'agglomération abidjanaise : l'exemple de la colonisation des espaces verts par l'habitat et les commerces dans la commune de Cocody, *Villes et organisation de l'espace en Afrique*, dir. Jérôme Aloko-N'guessan et all, Karthala, (2010), pp 149-158
- *Sécurité alimentaire et approvisionnement des marchés urbains en produits vivriers en Côte d'Ivoire, éléments de réflexion, scénarios d'organisation, proposition*, dir. Nassa Dabié désiré Axel et Céline Bikpo, l'Harmattan, Paris, 2010, 350p.
- Abidjan : Rue du commerce et Rue des jardins à l'épreuve de la mondialisation, in *Où en est la rue face à la globalisation* dir. Djemila Zeneidi, *Géographie et cultures, l'Harmattan*, n°7, (2009), pp 73-90.

Mail : dabie@voila.fr