

Impact De L'utilisation Du Téléphone Mobile Et De l'Internet Dans Le Fonctionnement Des Marchés Des Communes De Dassa-Zoume Et De Glazoue Au Centre Du Benin, Afrique De l'Ouest

Serge HOUNDETE¹, Roméo BALOGOUN², Rodrigue ABALO³, Aboubakar KISSIRA¹ et Placide CLEDJO²

¹Laboratoire d'Etudes des Dynamiques Urbaines et Régionales (LEDUR)

²Laboratoire Pierre PAGNEY : Climat, Eau, Ecosystèmes et Développement, Université d'Abomey-Calavi 01 BP 526, Cotonou 01



Résumé – L'approche méthodologique adoptée se subdivise en trois points à savoir : la recherche documentaire, la collecte de données, le traitement des informations. La collecte des données s'est fait sur un échantillon de 224 ménages, déterminé par la méthode d'échantillonnage de Schwartz D. (1995). L'analyse des résultats a été faite à l'aide du modèle SWOT. Plusieurs méthodes de traitement ont été employées. Par ailleurs, une analyse factorielle des correspondances a été faite. Elle a permis d'établir le lien entre l'appartenance linguistique et le niveau d'instruction dans l'usage des TIC ans les marchés. Dans ce cadre, le test d'indépendance ou non (Khi2) a été réalisé grâce au logiciel XLSTAT 2018.

En ce qui concerne l'usage des TIC dans les marchés, elles sont utilisées pour avoir des informations et connaître les prix des produits (95 %), discuter avec les partenaires d'affaires (fournisseurs et transporteurs) (85 %) et pour partager les informations corporatistes (70 %), porte-monnaie électronique (60 %), choix des articles (55 %) et le transfert d'argent (35 %). Ces différents types d'utilisation contribuent au bon déroulement des activités commerciales. Mais l'utilisation des TIC dans l'animation des marchés se trouve confrontée à des contraintes qui se résument à l'analphabétisme (90 %), à la couverture partielle du réseau de la téléphonie (70 %), aux difficultés d'accès à l'énergie électrique (65 %), à l'escroquerie liée à des achats fictifs (55 %) et à la cybercriminalité (20 %). Face à ces contraintes, un ensemble de disposition sont prises par les acteurs. Au nombre de celles-ci, on peut citer la réticence vis-à-vis du transfert électronique de fonds (90 %), le recours à l'aide d'une tierce personne (65 %), le respect des prescriptions des opérateurs GSM (70 %) et la vigilance (15 %).

Mots clés – Glazoué, Dassa-Zoumé, TIC, Téléphone mobile, Internet, Marché, Développement

I. INTRODUCTION

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) constituent le socle de la société de l'information et sont de plus en plus considérées, à tort ou à raison, comme des facteurs du développement économique et social des pays (A. Bensaada, 2013, p.76).

Depuis une trentaine d'années, l'accélération de la généralisation d'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a été l'un des plus impressionnants faits marquants. Elles se sont imposées comme l'un des principaux vecteurs de l'activité économique et sociale aussi bien dans les pays développés que dans les pays émergents et en voie de

développement ouvrant des perspectives de croissance entraînant de profondes mutations organisationnelles et managériales (N. D. Bloom, 2010, p. 12).

Les TIC sont projetées au centre des débats où se discutent le devenir du monde et le bien-être des individus et des communautés. Elles font partie intégrante des axes de développement dans les secteurs de l'éducation, du commerce, de la santé et de l'agriculture (S. Faucheu, M. Hue, I. Nicolai, 2010, p.8).

Selon le rapport annuel de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT, 2015, p.23), sur le plan mondial, de 738 millions en l'an 2000, le nombre d'abonnements à la téléphonie mobile, est passé à 2,2 milliards en 2005. En 2016, ces chiffres ont évolué et atteignaient environ 7 milliards d'abonnés mobile (UIT, 2016, p.54).

Concernant le nombre d'utilisateurs d'Internet, les chiffres avancés par le même rapport de l'UIT de 2015 indiquent que la connectivité en ligne dans le monde ne cesse de s'accroître : de 1,6 milliard d'internautes en 2008, ces chiffres sont passés au cours de l'année 2015 à plus de 3,2 milliards (UIT, idem) (Y. Tchadjobo, 2019, p.19).

Par ailleurs, les données fournies par l'UIT en 2016 indiquent que le nombre d'internautes dans le monde est estimé à 3,4 milliards. A côté de cela, la couverture 3G (3ème Génération) est passée de 45 % à 69 % de la population mondiale entre 2011 et 2015 (ibid.) (M. Kossai, 2015, p.14). Malgré ces progrès réalisés, d'importantes fractures numériques subsistent encore.

En effet, les niveaux d'accès à Internet sont plus élevés dans les pays développés que ceux en voie de développement malgré les multiples efforts consentis en la matière depuis plusieurs décennies.

Pour preuve, d'après R. K. Wendpanga (2018, p.61), 4,3 milliards d'habitants de la planète, dont 90 % vivant dans des pays en développement, ne sont toujours pas connectés à Internet. En outre, le taux de pénétration de la large bande fixe s'établit à 6 % dans ces pays, contre 27,5 % dans les pays développés.

D'abord diffusés dans les pays occidentaux, l'Internet et le téléphone portable ont pénétré au fil du temps les différentes parties du monde et sont aujourd'hui présents dans les pays défavorisés, notamment ceux d'Afrique (N. R. Ditengou, 2016, p. 122).

En Afrique, aborder les questions liées à la révolution numérique, revient à citer en abondance le développement rapide et fort du téléphone mobile. En cinq (05) ans (entre 2007 et 2011), les données de l'UIT (op.cit.) révèlent une véritable explosion de cette technologie mobile.

En effet, d'après cet organisme, de 174 millions d'abonnés à la téléphonie mobile (soit 23,3 téléphones pour 100 habitants) en 2007 le continent est passé en 2011, à 645 millions d'abonnés (soit 65 téléphones pour 100 habitants). Par ailleurs selon la même source, le taux de pénétration de la téléphonie mobile est passé de 1 % en 2000 à 54 % en 2012 toujours d'après l'UIT (Y. Tchadjobo, 2019, p.20).

Au Bénin, d'après l'Observatoire de l'ARCEP-Bénin, le nombre d'abonnés mobiles est passés de 9 461 872 en 2018 à 11 1140 891 en 2020, soit un accroissement de 7,6%. Le taux de pénétration mobile est passé aussi de 83,27% en 2008 à 91,17% en 2020. Aussi faut-il, le souligner le taux de pénétration global de l'Internet est évalué à 69,61% de la population béninoise au 31 décembre 2020 dont 69,36% pour l'internet mobile et 0,25% pour l'Internet fixe.

Le Bénin, à l'instar des autres pays africains, dispose d'un tissu dense de marchés et fait partie des zones de fortes densités démographiques et d'intenses activités d'échanges. L'évolution de ces activités d'échanges a suscité l'émergence de réseaux de marchés en fonction de la localisation, de la structure, de la périodicité et du volume des transactions (A. Aïcheou, 2017, p.7). Ces différents marchés favorisent la cohésion sociale et permettent des rencontres de toutes sortes. De même, les marchés contribuent à la commercialisation des produits vivriers et à l'amélioration des revenus des femmes. Les marchés demeurent donc les centres les plus importants d'échanges de produits entre marchands et acheteurs qui sont de véritables animateurs (G. Tchaou, 2011, p.17). A cet effet, la construction d'infrastructures marchandes, de transport et leur aménagement paraît nécessaire pour la transformation et l'écoulement des produits (A. Houinsou, 2013, p.20). Sur ce point de convergence des circuits, des filières de commercialisation et des réseaux marchands, des marchés de gros et de détail se trouvent au cœur de l'approvisionnement et de la distribution des produits agricoles vivriers dans le milieu d'étude.

Impact De L'utilisation Du Téléphone Mobile Et De L'internet Dans Le Fonctionnement Des Marchés Des Communes De Dassa-Zoume Et De Glazoue Au Centre Du Bénin, Afrique De L'ouest

Avec une population de 10,9 millions d'habitants, le revenu national brut par habitant du Bénin (méthode Atlas) s'élevait à 8,40 USD en 2015. Il est environ la moitié de la moyenne régionale de l'Afrique subsaharienne (1 637 USD). Environ 52 % de sa population vit dans des zones urbaines (INSAE, 2013, p.34).

Cependant, au Bénin, la couverture téléphonique et internet dans les zones rurales reste une préoccupation majeure. Cette situation reste identique dans le département des Collines notamment dans toutes les Communes de Dassa-Zoumé et Glazoué. La dimension « collectivité locale et développement local » a été ignorée dans presque tous les documents de stratégie. En raison de ce constat, la problématique du développement endogène et des collectivités territoriales ne sera pas prise en compte pendant très longtemps par aucune initiative traitant de la société de l'information (G. Kra, 2013, p.56).

Dans un tel contexte, il est impérieux d'entreprendre des études pouvant permettre de comprendre l'importance des TIC notamment le téléphone mobile et l'internet dans le développement des marchés dans lesdites communes.

Le secteur de recherche est situé entre 1°41' et 2°39' de longitude Est et entre 7°27' et 8°31' de latitude Nord. La figure 1 présente la situation géographique et administrative du secteur de recherche.

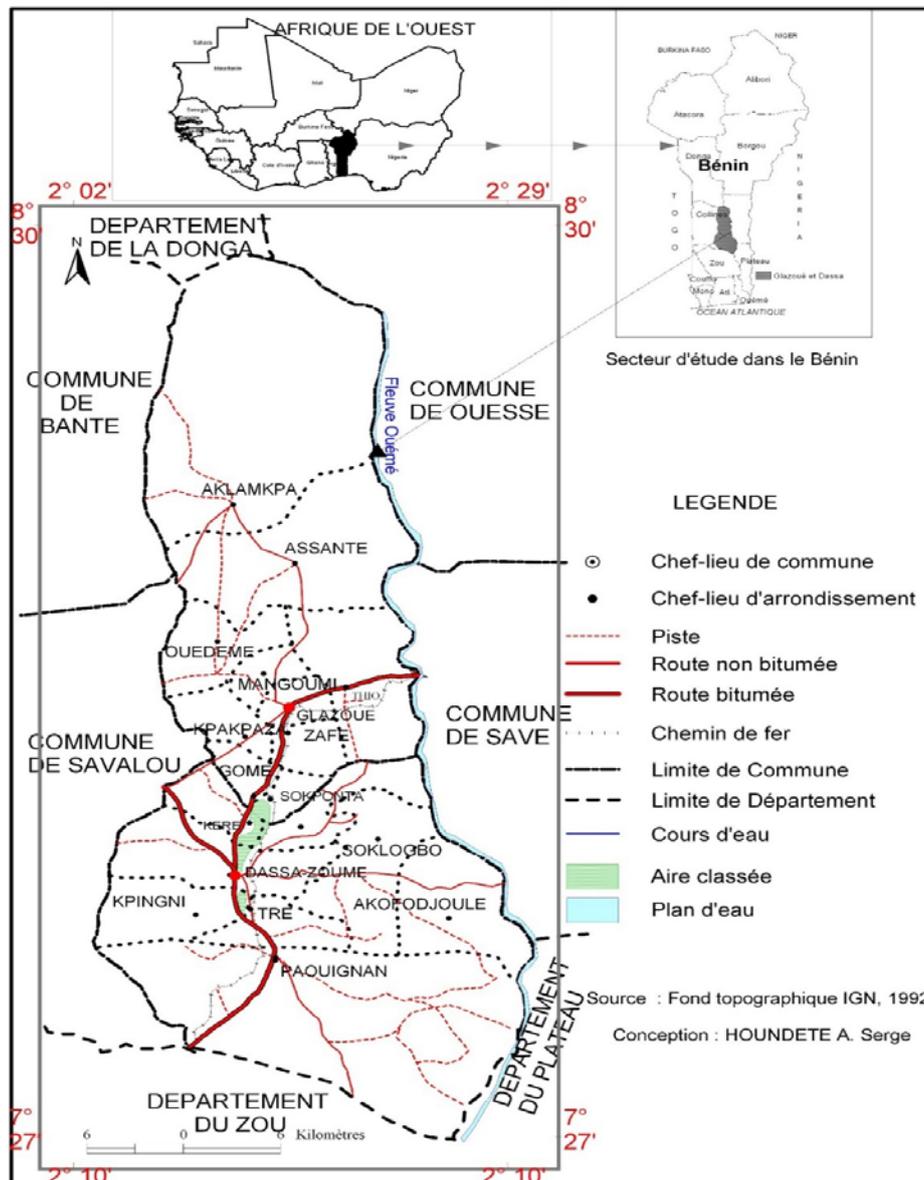


Figure 1 : Situations géographique et administrative du secteur de recherche

Les communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué s'étendent sur une superficie de 3461 km² et compte une population de 236553 habitants (INSAE, 2013, p 16). Elles abritent sept marchés dont deux principaux.

II. MATÉRIELS ET MÉTHODES

Les données utilisées sont relatives :

- aux besoins pour lesquels les TIC sont utilisées dans l'animation des marchés ;
- aux différents usages des TIC dans les marchés. Elles ont permis d'appréhender les services des TIC qui sont sollicités et leur influence sur le prix des articles.

La collecte des données est axée sur la recherche documentaire. Les données obtenues ont été complétées par celles des travaux de terrain, qui se sont déroulés à travers des visites périodiques pour rencontrer la population cible, essentiellement constitué des marchands.

L'effectif des personnes interrogées a été déterminé à l'aide de la formule de Schwartz D. 1995, $\Omega = Z\alpha^2 \times pq/i^2$ avec Ω = taille de l'échantillon, $Z\alpha = 1,96$ écart réduit correspondant à un risque α de 5 % ; $p = n/N$ avec p = proportion des ménages, n = nombre de ménages par arrondissement, N = nombre total de ménages dans le secteur, $q = 1 - p$ et i = précision désirée égale à 5 %. Ainsi, $p = n/N = 0,20$ soit 20 %, $i =$ taux d'erreur aléatoire = 5 % = 0,05. Le tableau ci-après montre la structure de l'échantillon.

Tableau I : Structure de l'échantillon

Communes	Arrondissements retenus	Nombre de ménages enquêtés	Ménages agricoles enquêtés	Pourcentage %
Dassa-Zoumé	Akofodjoulé	1330	14	5,69
	Dassa I	1683	18	7,31
	Dassa II	4661	51	20,73
	Gbaffo	813	9	3,65
	Kèrè	1877	20	8,13
	Kpingni	1764	19	7,72
	Lèma	960	10	4,06
	Paouignan	6210	68	27,64
	Soclogbo	2287	25	10,16
	Tré	1062	12	4,87
Total		22647	246	100
Glazoué	Aklankpa	4184	42,34	18,73
	Assanté	1782	18,03	7,97
	Gomé	1420	14,36	6,35
	Glazoué	4176	42,25	18,69
	Kpakpaza	1208	12,22	5,40
	Magoumi	1605	16,24	7,18
	Ouèdèmè	1842	18,64	8,24
	Sokponta	1286	13,01	5,75
	Thio	2496	25,25	11,17
	Zaffé	2334	23,30	10,30
Total		22333	226	100

Source : Travaux de recherche, mars 2020

Les données recueillies sur le terrain ont été dépouillées manuellement, triées et organisées suivant les grands centres d'intérêt à l'aide du tableur Excel 2016.

Les résultats d'enquête ont été quantifiés sur la base du score réel à partir du nombre total des personnes interrogées. Ainsi, les besoins pour lesquels les TIC sont utilisées ont été déterminés à partir de la perception des marchands. Le nombre de réponses par type de question a été exprimé par le protocole statistique $P = \frac{n}{N} * 100$ avec, n : le nombre de commerçants ayant donné de réponses positives et N : la taille de l'échantillon à l'échelle des deux (02) communes.

Par ailleurs, une analyse factorielle des correspondances a été faite. Elle a permis d'établir le lien entre l'appartenance linguistique et le niveau d'instruction dans l'usage des TIC notamment le téléphone mobile et l'internet dans les marchés. Dans ce cadre, le test d'indépendance ou non (Khi2) a été réalisé grâce au logiciel XLSTAT 2018.

III. RÉSULTATS

3.1. Types de besoin et influence du téléphone mobile et de l'internet sur les prix des produits

L'usage des TIC dans les services marchands se traduit par les besoins des acteurs et l'influence qu'elles ont sur le prix des marchandises.

3.1.1. Types de besoins des marchands via les TIC (téléphone et internet)

Dans le secteur de recherche, les TIC s'illustrent à travers les usages mobiles en vue de satisfaire à différents types de besoins comme l'indique la figure 2.

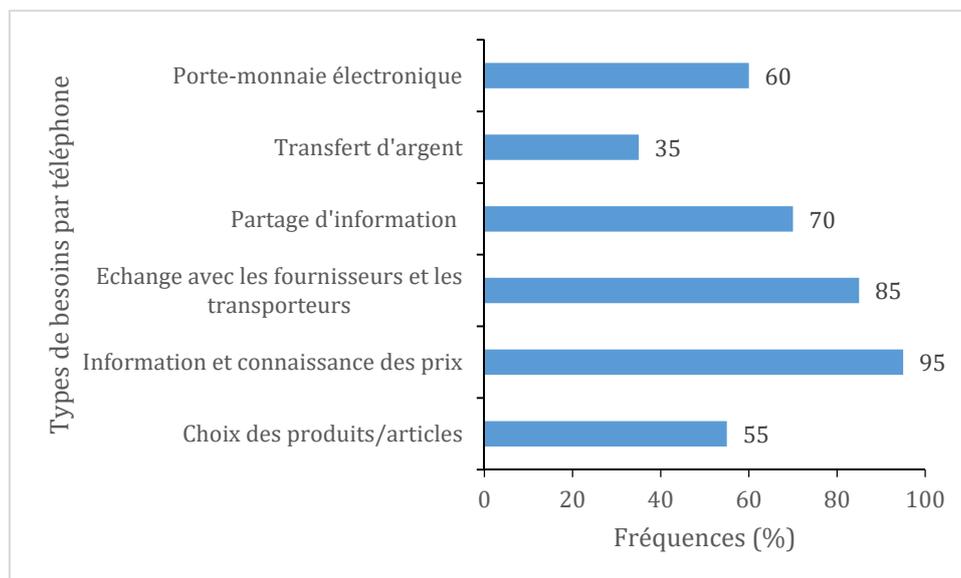


Figure 2 : Types de besoins par téléphone dans le secteur de recherche

Source : Résultats de nos travaux de terrain, janvier 2021

La figure 2 permet de constater que les marchands utilisent le téléphone pour différents buts. En effet, 95 % des marchands interrogés utilisent le téléphone mobile et l'internet pour avoir des informations dans le cadre de leur commerce et pour connaître les prix des produits. Les autres besoins pour lesquels les TIC (téléphone et internet) sont utilisées dans le commerce sont le stockage de l'argent (porte-monnaie électronique), le transfert d'argent, le partage d'information, échange avec les partenaires, et le choix des produits/articles à des proportions respectives de 60 %, 35 %, 70 %, 85 % et 55 %.

3.1.1.1. Information et connaissance des prix

Dans le cadre des besoins d'information et de connaissance des prix, le marchand appelle son fournisseur. En fonction de la marchandise qu'il écoule, le fournisseur peut être à Bohicon, à Cotonou ou dans les villages environnants lorsqu'il s'agit notamment des produits tropicaux tels que le gari (farine de manioc) ou encore le maïs.

3.1.1.2. Echange avec les partenaires

Les échanges avec les partenaires concernent les appels effectués avec les transporteurs, les intermédiaires et les fournisseurs. Selon 75 % des marchands interrogés, ce procédé fait désormais partie de leur travail. Il leur permet de connaître rapidement la situation sur le terrain et la position des marchandises sur le chemin. L'encadré 1 présente les témoignages d'une revendeuse sur les échanges avec les partenaires.

Encadré 1 : Discours d'une revendeuse sur le suivi téléphonique de sa marchandise

.... Ce jour-là, je m'inquiétais tellement. C'était au mois d'août et j'étais allée m'approvisionner au marché rural de Bétécoucou. Là-bas, il n'y a pas de taxi comme en ville. Généralement il y a un ou deux véhicules de type bâché et qui nous permettent d'acheminer nos produits. Mais le véhicule à bord duquel se trouvaient mes achats est tombé en panne. La nuit tombant, en tant que femme au foyer, j'ai sollicité un taxi-moto et je suis rentrée à Dassa-Zoumé. Le comble ce jour-là, il y a une grande pluie et je m'inquiétais tellement du chauffeur et de la marchandise. Je l'appelais de temps en temps pour m'enquérir de sa situation tout au long de son chemin. C'est jusqu'au lendemain dans l'après-midi qu'il a pu regagner Dassa-Zoumé tout épuisé.

Source : Travaux de terrain, janvier 2021

L'encadré 1 sur les propos de cette marchande permet d'appréhender comment elle a fait le suivi de l'acheminement de sa marchandise tout au long du trajet. Au-delà de cela, cette manière de faire permet de compatir et d'être présent aux côtés des transporteurs lors des difficultés.

3.1.1.3. Partage d'information

Qui a l'information a le pouvoir dit-on. Les acteurs des marchés sont bien conscients de cette assertion et en utilisent à leur avantage dans le cadre de leur métier. En effet, selon leur affinité, les commerçants communiquent entre eux à travers appels, SMS et message des réseaux sociaux pour partager des informations et parfois éviter les points de contrôle de la police en retardant ou en contournant ceux-ci. La figure 3 présente les types de communication utilisés par les marchands.

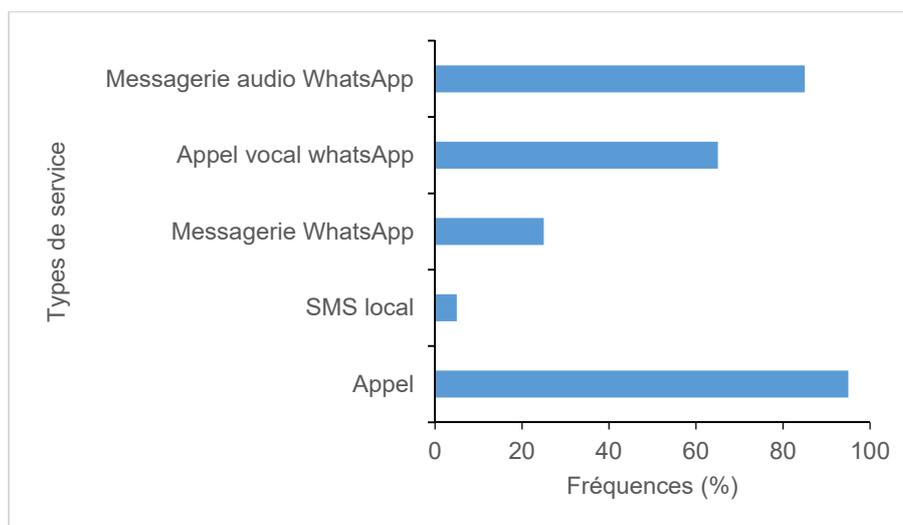


Figure 3 : Types de communication

Source des données : Résultats de nos travaux de terrain, janvier 2021

La figure 3 indique que tous les types de communication courants sont employés par les marchands de Glazoué et de Dassa-Zoumé de façon cumulative, mais à des proportions différentes. Les appels téléphoniques sont le choix préféré de 95 % des marchands contre seulement 5 % de SMS (short message service).

Par ailleurs, les services nécessitant la connexion internet sont aussi utilisés. En raison de son caractère rapide et du nombre élevé de commerçants peu lettrés, la messagerie audio du réseau WhatsApp est préférée par 85 % des marchands. Dans le même temps, 65 % émettent des appels téléphoniques via WhatsApp et seulement 25 % écrivent des messages WhatsApp.

3.1.1.4. Porte-monnaie électronique

Le porte-monnaie électronique est un dispositif qui peut stocker de la monnaie et d'effectuer directement des paiements sur des terminaux de paiement. C'est un compte hébergé sur une carte grâce à une puce électronique. Dans le secteur de recherche, ce service des opérateurs GSM est bien connu et utilisé par les acteurs des marchés. Pour les abonnés au réseau Moov et/ou MTN, ce service leur permet de disposer de l'argent préalablement déposé sur leurs comptes. Dans le secteur de recherche, 80 % des marchands utilisent ce service juste pour stocker de l'argent. Ils sont réticents à effectuer des paiements ou autres transactions via ce canal. Ce sentiment s'explique par les cas d'arnaque qui s'observent dans le secteur. Mais l'autre raison qui explique cette situation est le niveau d'instruction approximatif des marchands.

3.1.1.5. Transfert d'argent

La mondialisation et la monétisation font que l'envoi de l'argent d'un coin à un autre devient une opération quotidienne de grande importance et ce, pour faciliter la tâche aux différents utilisateurs. Le transfert d'argent est une transaction qui comprend le dépôt et retrait d'argent et le transfert P2P (figure 4).

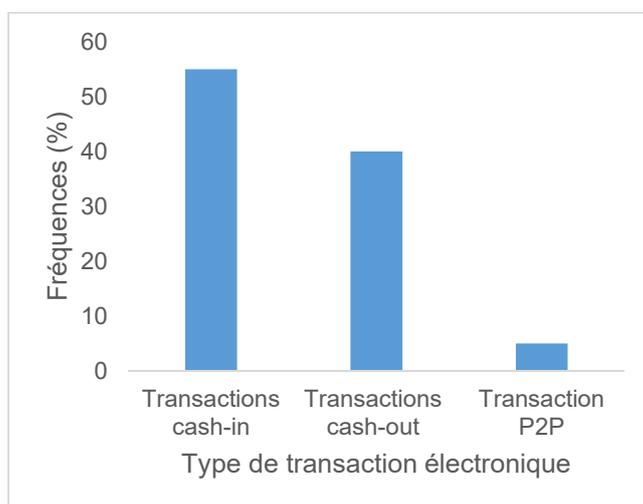


Figure 4 : Type de transaction électronique de monnaie dans le secteur de recherche

Source des données : Résultats de nos travaux de terrain, janvier 2021

La figure 4 permet de constater que dans le secteur de recherche, la transaction concerne les transactions cash-in et les transactions cash-out. Les transactions cash-in comprennent les transferts d'un agent (point marchand de MTN ou Moov) à un client. C'est le processus par lequel un abonné fait créditer son compte de monnaie électronique en donnant en contrepartie de l'argent en espèce. Il est généralement effectué via un agent, qui prend l'espèce et crédite le compte mobile money du client avec la même valeur de monnaie électronique. C'est ce procédé qui permet aux acteurs des marchés du secteur de recherche de stocker de l'argent sur leur compte. Les transactions cash-out comprennent les transferts d'un abonné à un agent (point marchand de MTN ou Moov). C'est le processus par lequel un client déduit de l'argent de son compte de monnaie électronique. Il est généralement effectué par l'intermédiaire d'un agent, qui donne au client de l'argent espèce en échange d'un transfert de monnaie électronique à partir du compte mobile money du client.

A tous ces procédés, il faut ajouter le transfert de personne à personne (P2P). Ces transactions proviennent d'un compte d'un abonné au service financier numérique et vont au profit d'un autre compte d'un abonné au service financier numérique. Dans la pratique, les marchands du secteur de recherche n'utilisent pas ce mode de transfert d'argent en raison de l'arnaque que connaît l'opération par moment. Pour payer des marchandises via la monnaie électrique, ils ont recours aux services des marchands de

Moov ou MTN, car selon eux, c'est risqué et en cas d'erreur ou d'arnaque, il y a un interlocuteur qui pourra en répondre (photo 1).



Photo 1 : Point des services mobile money à Glazoué

Prise de vue : Houndété, janvier 2021

La photo 1 permet de voir un point de vente des produits et services GSM pour une opération de transfert d'argent électronique. Ce point de dépôt permet aux acteurs de déposer ou de retirer de l'argent pour l'achat ou le paiement des marchandises sur place. C'est un procédé rapide qui permet de gagner du temps et de s'approvisionner lorsque le produit est disponible.

En outre, les populations ont de plus en plus recours aux services GSM dans leur activité. La figure 5 présente l'évolution du nombre de compte du service financier mobile.

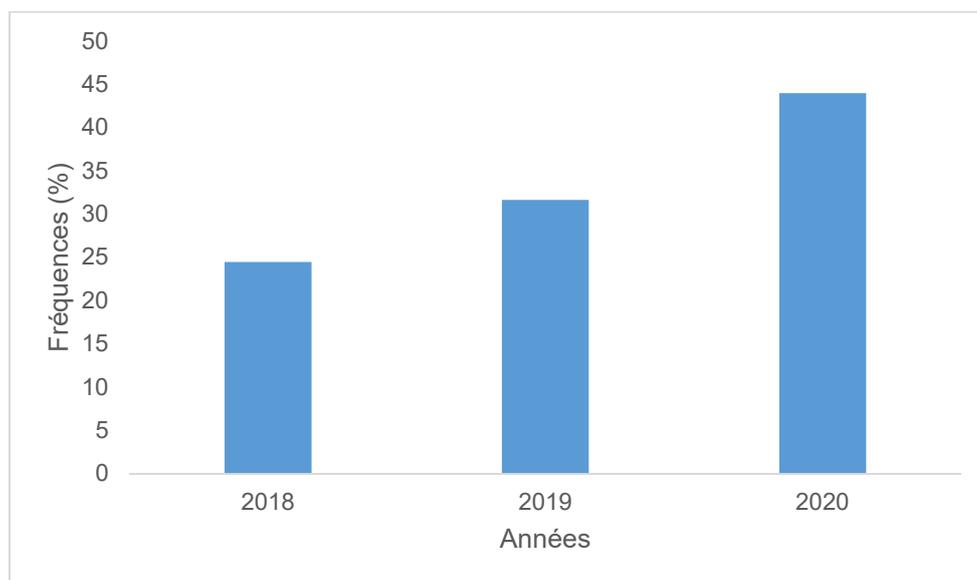


Figure 5 : Proportion de compte des services financiers au Bénin

Source des données : ARCEP, 2020

La figure 5 permet de constater que sur les trois dernières années le nombre d'abonnés actifs au service financier mobile s'est accru régulièrement. Leur fréquence passe de près de 24 % en 2018 à 32 % en 2019 puis à 44 % en 2020. Cela témoigne un engouement croissant de la population aux opérations de transfert d'argent électronique. La figure 6 présente le volume des transactions SFM.

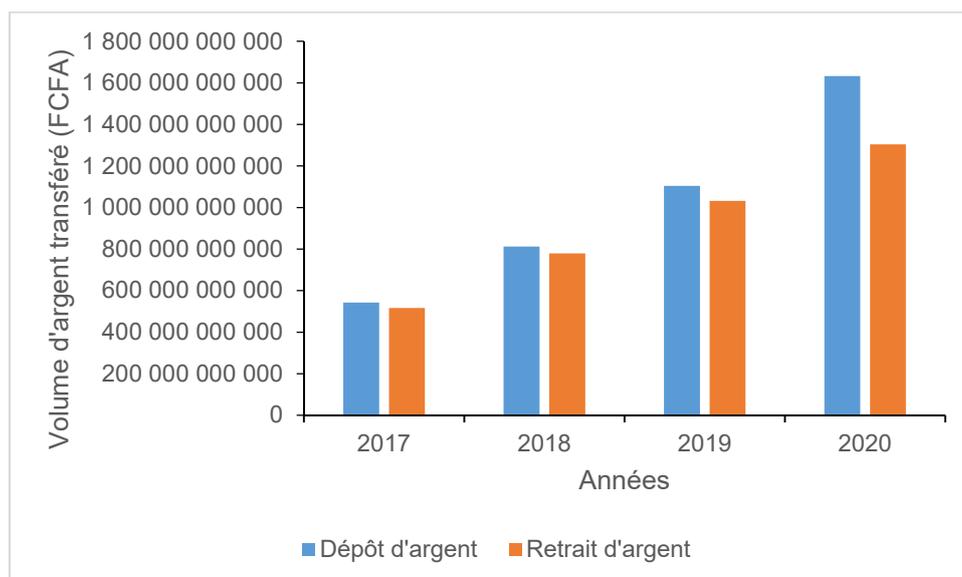


Figure 6 : Volume des transactions SFM au Bénin

Source des données : ARCEP, 2020

La figure 6 indique que le volume des transactions SFM est à la hausse de 2017 à 2020. Mais entre le dépôt d’argent et le retrait, la population a une forte propension au dépôt. Il y a, en effet, 4 092 292 742 683 FCFA qui sont déposés contre 3 631 620 575 900 FCFA de retrait. Cela s’explique qu’en dépit de la réserve qu’émettent certaines personnes en raison des déconvenues qui émaillent les opérations, les TIC en général et la monnaie électronique sont entrées dans les habitudes à cause de la sécurité et des avantages qu’offrent ces opérations. Les marchands du secteur de recherche n’échappent pas à cette réalité. Elle est d’autant plus réelle en raison même des réserves qu’ils émettent au sujet de certaines opérations.

Pour mieux ressortir les interactions de l’utilisation des services de la télécommunication dans marchés de Glazoué et de Dassa-Zoumé, les influences des TIC sur les produits ont été évaluées.

3.2. Influences des TIC (téléphone mobile et internet) sur les prix des articles

Pour fixer le prix de vente de ses articles, les marchands prennent en compte le prix d’achat en gros des produits et les divers frais liés au fonctionnement y compris les frais de communication. La figure 7 indique la part des coûts d’utilisation des TIC sur les prix de produits.

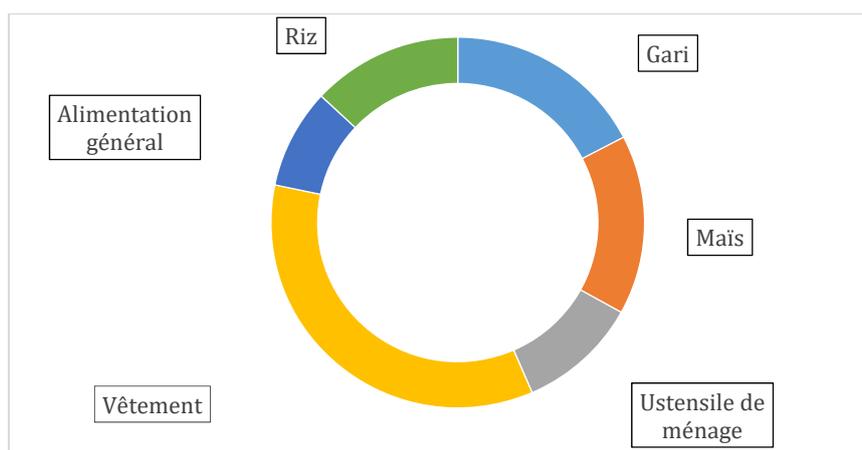


Figure 7 : Influences des TIC (téléphone mobile et internet) sur les prix des produits

Source des données : Travaux de terrain, janvier 2021

La figure 7 permet de constater que l'utilisation des TIC (téléphone mobile et internet) contribue à l'augmentation des prix de vente à terme. En effet, le décompte des frais de communication (appels, messagerie et connexion internet) dépensés dans le cadre des activités marchandes entraîne une augmentation moyenne de 0,96 % du prix de vente des articles aux consommateurs. D'une manière plus approfondie, c'est la catégorie des vêtements qui enregistre le taux le plus élevé des frais de communication, soit 2 %. Pour les autres articles, l'augmentation induite par les TIC est relativement la même. Elle est de 1 % ; 0,9 % ; 0,6 % ; 0,5 % et 0,75 % respectivement pour le gari, le maïs, les ustensiles de ménage, l'alimentation générale et le riz.

3.3. TIC (téléphone mobile et internet) et animation des marchés

Les marchés du secteur de recherche sont animés par des acteurs appartenant à différents groupes sociolinguistiques. La figure 8 présente la répartition des animateurs des marchés selon leurs caractères sociolinguistiques.

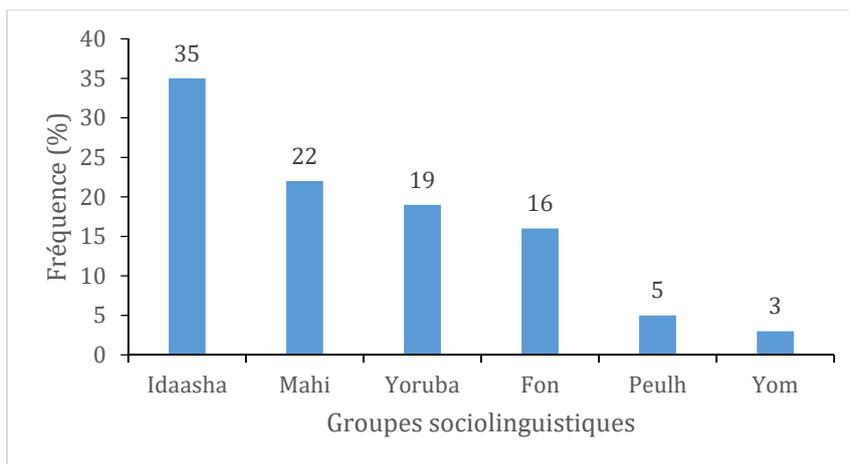


Figure 8 : Répartition sociolinguistique des acteurs des marchés

Source des données : Travaux de terrain, janvier 2021

L'examen de la figure 8 indique que différents groupes sociolinguistiques interviennent dans l'animation des marchés. Il s'agit principalement des Idaasha (35 %), les Mahi (22 %), les Yoruba (19 %) et les Fon (16 %). Il faut préciser que selon la situation géographique des marchés visités, ces différentes proportions des animateurs varient avec une prédominance des personnes appartenant à la langue locale. L'utilisation des TIC dans les marchés est une réalité dans les communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué. La figure 9 montre le lien entre l'utilisation des TIC (téléphone et internet) et les groupes sociolinguistiques.

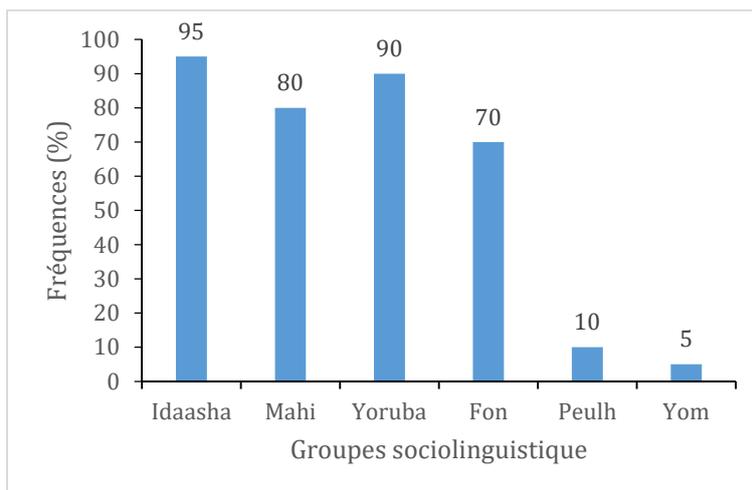


Figure 9 : Fréquences d'utilisation du téléphone mobile et internet par les groupes sociolinguistiques

Source des données : Travaux de terrain, janvier 2021

De l'analyse de la figure 9, il ressort que les groupes sociolinguistiques utilisent les TIC dans le cadre de leurs activités marchandes à de différentes proportions. Si au sein des Idaasha, l'usage des TIC est répandu à 95 %, il l'est moins au sein des Yoruba qui les utilisent à 90 % contre 80 % de marchands Mahi qui associent l'usage du téléphone à l'animation des marchés. Au sein des autres communautés, les TIC sont utilisées à 70 % par les Fon, à 10 % par les Peulhs et à 5 % par les Yom.

En fonction de leur appartenance linguistique et de leur niveau d'instruction, une analyse de l'utilisation des TIC (téléphone mobile et internet) dans les marchés a été faite. Il est observé le degré d'utilisation des TIC dans les marchés est fonction de la langue (figure 10).

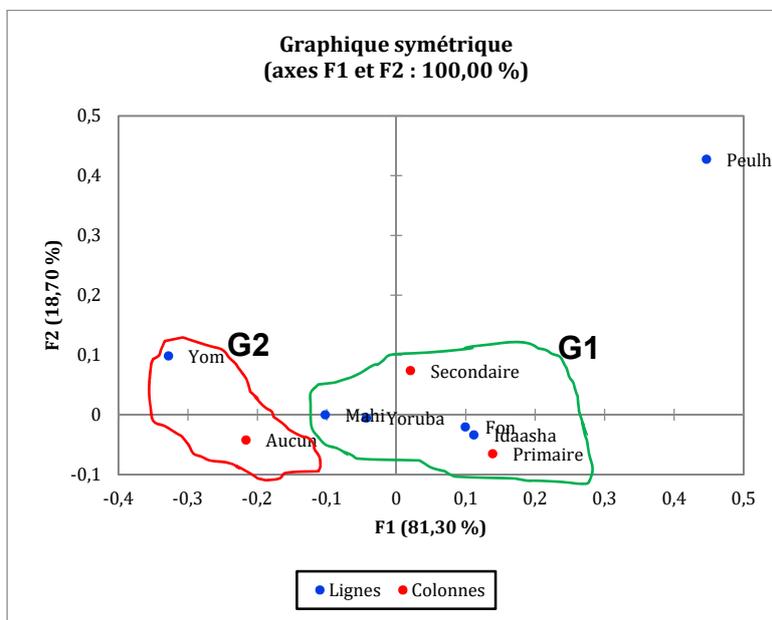


Figure 10 : Niveau d'instruction et utilisation du téléphone mobile et internet

Source des données : Résultats de nos travaux de terrain, janvier 2021

La matrice de l'AFC montre une inertie totale de 100 % dont 81,30 % pour le facteur F1 et 18,70 % pour le facteur F2. Cette proportion est largement suffisante pour tirer une conclusion relative entre les variables étudiées et les observations. De plus, la p-value (0,0001) est inférieure à la valeur d'alpha (0,05) ; il existe donc un lien entre les variables (appartenance linguistique) et les observations (niveau d'instruction). L'examen de la figure 10 permet de constater qu'il y a un lien positif entre l'utilisation des TIC et le niveau d'étude élevé, plus les TIC sont utilisées. Ceci a été observé au niveau des groupes sociolinguistiques Idaasha, Yoruba, Fon et Peulh. Mais la communauté des Yom fait l'exception à ce principe et affiche un lien faible au seuil de 32,7 %. Ce qui se traduit par une utilisation élevée des TIC au sein des Yom qui n'ont aucun niveau d'instruction que ceux qui ont un niveau de cours primaire.

IV. DISCUSSION

Dans le cadre de cette recherche, il s'est avéré que le coût élevé de la communication induit une surenchère des produits/articles dans les marchés. Ce résultat est en accord avec celui de A. Gbetoenonmon (2013, page 4), qui avait évoqué la situation parlant du coût élevé des facteurs de production tels que l'électricité et les télécommunications. Il y ajoute aussi l'insuffisance et la qualité défectueuse des infrastructures, en particulier de transport. Mais dans le même temps, l'utilisation des TIC contribue à l'amélioration des revenus des commerçants à travers la rapidité et le gain de temps que cela produit. Ce résultat est en harmonie avec ceux de G. M. Gahié et al., (2015, page 50) qui avait affirmé que la ville de Toulépleu (côte d'ivoire) connaît une importante inclusion financière grâce à l'usage du téléphone mobile comme une alternative pour accéder aux services financiers.

La forte pénétration du téléphone mobile dans les communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué a entraîné le développement de la monnaie électronique à travers les transferts d'argent et l'amélioration des revenus des commerçants. Ce résultat a été confirmé

par une étude menée en 2015 par le cabinet Deloitte en Côte d'Ivoire qui affirme que la forte pénétration du téléphone mobile en Côte d'Ivoire a entraîné le développement des solutions de paiements mobiles et du commerce électronique, contribuant "largement" à l'amélioration des conditions de vie des populations de Côte d'Ivoire.

"Il est nécessaire de mettre à profit la forte pénétration du téléphone mobile en Afrique et en Côte d'Ivoire (plus de 80%) pour favoriser le développement de l'usage des solutions numériques au service de l'amélioration du quotidien des populations", soutient Marc Wabi dans son discours, associé gérant de Deloitte Côte d'Ivoire cité par l'étude. Le cabinet note que les avancées technologiques observées au niveau mondial profitent largement à l'amélioration des conditions de vie des populations ivoirienne notamment à travers le développement des solutions de paiements mobiles et du commerce électronique impulsé par la forte pénétration du mobile en Côte d'Ivoire. Ce résultat a été également confirmé au Bénin plus particulièrement dans les communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué.

D'après Aker J. (2008) cité par Alzouma Gado en 2008 au point 15 de la revue *ticetsociete*, vol. 2, n°2, en abordant le titre 3.1 L'impact du téléphone mobile sur le développement de l'Afrique, l'usage du téléphone mobile est en train de transformer les marchés ruraux et de multiplier les opportunités d'affaires pour les paysans du Niger. Ces constats sont également d'actualité dans les marchés ruraux du Bénin en général et ceux des communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué en particulier.

V. CONCLUSION

Au regard de tout ce qui précède, il ressort de nos travaux que l'utilisation du téléphone mobile et de l'internet est très optimisée dans le fonctionnement et l'animation des marchés des communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué. Leur utilité n'est plus à démontrer. L'utilisation optimale du téléphone mobile et de l'internet est fonction du groupe socio-linguistique et du niveau d'instruction de la population enquêtée dans les communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué. Une analyse de la matrice AFC de l'utilisation des TIC (téléphone mobile et internet) dans les marchés a été faite. L'examen de cette matrice a permis d'établir un lien positif entre l'utilisation des TIC (téléphone mobile et internet) et le niveau d'instruction avec un indice de corrélation de Pearson de 95,2 %.

Le transfert d'argent via le téléphone mobile devient une opération quotidienne de très grande envergure dans les marchés des communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué.

Globalement l'utilisation du téléphone mobile et de l'internet dans le fonctionnement et l'animation des marchés des communes de Dassa-Zoumé et de Glazoué a été confirmée par tous les enquêtés du secteur d'étude.

RÉFÉRENCES

- [1] Aker C. Jenny, 2008, « Does Digital Divide or Provide? The Impact of Cell Phones on Grain Markets in Niger », Bread Working Paper n° 177, mai, pp. 1-60, <<http://ipl.econ.duke.edu/bread/papers/working/177.pdf>> consulté le 11 mai 2022
- [2] Alzouma, Gado, 2008, « Téléphone mobile, Internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information » *tic&société* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | 2008 mis en ligne le 05 mai 2009, consulté le 11 mai 2022. DOI: doi.org/10.4000/ticetsociete.488
- [3] Bloom N. Draca, (2010): *The Economic Impact of ICT*, Centre for Economic Performance, LSE, SMART N. 2007/0020.
- [4] Ditengou Rockaya Nielle, 2016 : *Politique, médias et développement : l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le cas du Gabon en Afrique centrale*. Thèse de doctorat à l'Université Paris 13 Sorbonne Paris, 409 p.
- [5] Fauchaux S., Hue C., Nicolai I. , 2010 : « TIC et développement durable : Les conditions de succès, De Boeck Supérieur. p.8 ».
- [6] Gbètoénonmon Abel, 2013 : *Le Bénin en Afrique de l'Ouest : Visions, défis et contraintes économiques*, bulletin 7 de FRIEDRICH EBERT STIFTUNG, 34 p.
- [7] Gahié Gnantin Mathias, (2015) : *L'apport des Technologies de l'Information et de la Communication dans le développement du département de Toulépleu*, Mémoire de Master 2, Université Alassane Ouattara, 173 p.

- [8] INSAE, 2013 : Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitation, Février, 2013, Dynamique de la population, Cotonou, 35 p.
- [9] Kra Gérard, 2013 : Communication et Développement Local : la contribution des technologies de l'information et de la communication (TIC) à la gouvernance locale, mémoire de maîtrise, 56 p.
- [10] Loukou Alain François, 2015 "Le développement des Technologies de l'Information et de la
- [11] Communication (TIC) en Côte d'Ivoire face aux contraintes d'énergie électrique", ANYASA,
- [12] Revue des Lettres et Sciences Humaines, Laboratoire de Recherche sur la Dynamique des
- [13] Milieux et des Sociétés, Université de Lomé, no 3, juin 2015, pp 36-51
- [14] Loukou Alain François, 2013, "La fracture numérique dans un univers numérique : cas de la Côte d'Ivoire", in actes du colloque Interrogating Inequality: Linking Micro and Macro, 108th
- [15] American Sociological Association (ASA) annual meeting - ASA 2013 Proceedings -, August
- [16] 10-13, 2013 (New York, USA).
- [17] Loukou Alain François, 2005, Télécommunications et développement en Côte d'Ivoire à l'ère de la société de l'information et de la mondialisation, thèse de doctorat, Université Montpellier 3
- [18] Rapport d'étude du Cabinet Deloitte Côte d'Ivoire, 2015 : Les tendances en 2015 du secteur des technologies, des médias et des télécommunications
- [19] Rapports d'activité de l'ARCEP-Bénin, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020
- [20] Schwartz Daniel (1995) : Méthodes statistiques à l'usage des médecins et des biologistes. 4^{ème} édition (Editions médicales Flammarion), Paris, 314 p.
- [21] Wendpanga Rodrigue Kabore (2018) : Usages agricoles des terminaux mobiles au Burkina Faso. Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2018. Français, 284 p.