



LA VENTE DES TELEPHONES PORTABLES ET METIERS CONNEXES A DECKON (LOME) : UNE REPONSE AUX PROBLEMES SOCIO-ECONOMIQUES

Gbati NAPO

napoluco@yahoo.fr

Université de Lomé, TOGO

Résumé

Les mutations technologiques en cours ont été importantes dans le domaine de la communication avec l'usage d'Internet et du téléphone portable en Afrique. Aucun domaine de la vie économique et sociale du continent n'échappe à l'emprise du secteur informel. Il en est ainsi, avec l'essor des technologies de l'information et de la communication (TIC), de l'avènement d'Internet ; plus récemment, de l'expansion du téléphone portable jusque dans les zones les plus reculées de bon nombre de pays de l'Afrique et plus particulièrement le Togo. Ce nouvel environnement technologique crée des opportunités économiques qui contribuent à la richesse nationale ainsi qu'à la création d'emplois et d'activités créatrices de revenus au profit de diverses catégories sociales. Au regard de l'intrusion rapide du téléphone portable, de son usage intensif ainsi que son omniprésence dans les ménages, l'on s'interroge sur la contribution de sa commercialisation au développement humain durable et à l'économie du Togo. Ainsi, ce présent article a pour objectif d'analyser les effets socio-économiques de la commercialisation du téléphone portable et ses accessoires. L'étude a emprunté une démarche méthodologique mixte combinant les approches quantitative et qualitative. Elle a fait usage des techniques appropriées pour collecter les données sur le terrain auprès d'un échantillon d'acteurs impliqués dans ce commerce. Il ressort de l'analyse des données que ce nouvel environnement technologique crée des opportunités économiques, et améliore les conditions de vie des intervenants sur le marché. Sa commercialisation permet aux différents acteurs intervenant dans le secteur d'assurer leur subsistance quotidienne, le maintien et le renforcement du lien social.

Mots-clés : vente des téléphones portables, économie informelle, développement humain durable, téléphone portable, Togo.

Abstract

Current technological changes have been important in the field of communication with the use of the Internet and mobile phones in Africa. No area of the economic and social life on the continent escapes the grip of the informal sector. This is so, with the rise of information and communication technologies (ICTs), the advent of the Internet; more recently, mobile phone expansion into the most remote areas of many African countries, particularly Togo. This new technological environment creates economic opportunities that contribute to national wealth and the creation of jobs and income-generating activities for various social groups. In view of the rapid intrusion of the mobile phone, its intensive use and its omnipresence in households, one wonders about the contribution of its marketing to sustainable human development and the economy of Togo. Purpose of the study: To analyze the socio-economic implications of the marketing of the mobile phone and its accessories. The study borrowed a mixed methodological approach based on a quantitative and qualitative approach. She used appropriate techniques to collect field data from a sample of actors involved in this trade. The analysis of the data shows that this new technological environment creates economic opportunities, an added value with the practice. Its commercialization allows the various actors to ensure their daily subsistence and generate temporary employment.

Keywords: marketing mobile phone,, informal economy, sustainable human development, Togo.

INTRODUCTION

Longtemps tributaire de l'oralité, le continent africain a fait un pas significatif dans l'appropriation et l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ce constat a suscité la réalisation de nombreuses études qui ont souligné entre autres, cette expansion rapide du téléphone portable, expliqué les modes d'usage et d'appropriation de cette nouvelle technologie, mis en exergue les transformations sociales induites par les Tic ou encore illustrer le contexte de paupérisation, d'analphabétisme et d'inexistence des infrastructures physiques de base indispensables à la vulgarisation des Tic (Chéneau-Loquay, 2001 et 2004 ; Do-Nascimento, 2004 ; Alzouma, 2008). La question de la participation des populations à tout ce qui a trait au développement économique se pose alors. Il est désormais dévolu aux populations, elles-mêmes la charge et les moyens de s'assurer des conditions de vie plus décentes. C'est dans ce contexte que s'analyse la problématique de l'apport du secteur informel à la vie économique togolaise. Le secteur informel a été et reste de nos jours, l'objet d'une multitude de théories, d'approches et d'analyses divergentes. Phénomène historique, déjà remarquable à l'ère coloniale à travers la dérogation de certains « indigènes » à l'imposition coloniale, le secteur informel, de nos jours, fait l'objet de réflexions critiques. Vu à ses premiers jours sous l'angle d'une anomalie temporaire au Ghana puis au Kenya, sa légitimité sociale n'est presque plus contestable à l'ère actuelle où il est à remarquer le désengagement sensible de l'Etat vis-à-vis des attentes des populations, tant qu'elle semble se présenter comme une réponse au problème de chômage. Les données de l'enquête QUIBB montrait en effet en 2011 que d'une part, le taux de chômage au Togo était de 10% pour les jeunes et 6,5% pour l'ensemble de la population, pour une population totale en âge de travail de 75.3% ; d'autre part, le taux de sous-emploi était dans la même période de 22.8%. La répartition diversifiée des sous-emplois entre les différentes régions explique les formes de migrations enregistrées. En effet, pendant que la région abritant la capitale togolaise (Lomé) compte 35.7%, la région des savanes (la plus pauvre du pays) compte 12.8%, la région de la Kara 15.9%, la région centrale 8.9% et la région des plateaux 17.1%. La tendance étant le déplacement des jeunes sans-emplois des milieux ruraux et des autres villes du territoire vers la capitale, à la quête de meilleures conditions de vie et de travail. Ce qui explique le fort taux de sans-emploi dans la capitale comparativement aux autres régions. Cependant, quel rapport existe-t-il entre le téléphone portable et le commerce informel ?

Autour de cette interrogation, naît l'essence même des fondements de la pléthore d'activités et autres circuits parallèles qui entourent l'économie du téléphone portable. Si son avènement a donné naissance à de nouveaux emplois directs et

indirects au Togo, à l'échelle d'un quartier comme celui de *Déckon*, il a aussi développé plusieurs activités connexes non reconnues mais tolérées. Au départ, le constat général qui se dégagait de la naissance de ces points de ventes de cellulaires était leur extrême mobilité spatiale qui leur permettait d'aller à la rencontre de la clientèle. Notons que même si cette mobilité est encore de mise dans leur fonctionnement, ces derniers tendent de plus en plus à se sédentariser. Du vendeur de cartes de recharge au développeur de logiciels en passant par le réparateur de téléphones mobiles, le secteur informel des Tic revêt des dimensions économiques, sociales et politiques qu'il est intéressant d'observer afin de mieux aider à façonner ce nouveau terreau qui est porteur d'espoir, si on écoute les discours politiques et les messages des conférences internationales sur la thématique des Tic pour le développement. Le développement rapide des technologies et l'espoir suscité par le sous-secteur nous interpellent donc à s'engager dans la recherche de leurs implications sur le développement.

Au Togo comme dans les autres pays africains, les activités formelles et informelles sont inters reliées et la dualité entre les zones urbaines, connectées à des réseaux matériels modernes et les zones rurales isolées et dépendantes des énergies locales renouvelables est un obstacle fondamental pour le développement (Loukou, 2012). Ce contexte est-il un atout ou un handicap pour l'insertion et la commercialisation des Téléphones portables ? Sachant que la libéralisation des économies semble favoriser l'introduction des Tic, la dématérialisation de ces systèmes sans fil peut être un avantage particulier ; la vraie révolution de la communication est le téléphone mais l'Internet présente des affinités avec les réseaux sociaux ceux en particulier sur lesquels sont basés les grands courants commerciaux africains. A cet effet, Déckon est sélectionné comme champ de l'étude puisqu'il constitue une plaque tournante comptant plus d'une centaine de boutiques où se vendent toutes sortes de matériels électroniques (Napo, 2014). Ce quartier présente en réalité la particularité de renfermer en son sein l'un des maillons du tissu économique et démographique du Togo. C'est un cadre d'étude dont la pertinence réside dans le fait que les activités qui s'y développent participent à la construction d'une « économie populaire ». Partant de ces faits, quel est donc l'effet de la commercialisation du téléphone portable et ses accessoires sur l'amélioration des conditions de vie des acteurs du marché ? Cette recherche, très éloigné de toute prétention exhaustive, s'est faite sous l'angle de la démarche fonctionnelle, c'est-à-dire le rôle que l'informel joue au sein du système social que constitue le quartier Déckon. A ce titre et au regard de l'intrusion et une expansion rapide des Tic ainsi que leur forte présence dans les ménages, l'on s'interroge sur les effets qu'ils peuvent avoir sur les lieux sociaux en pleine mutation en termes de sociabilité. Leur commercialisation et les services y afférents renforcent-ils ou au contraire affaiblissent-ils les liens socio-économiques entre les populations de Lomé ? La

recherche de réponses à ces interrogations constitue l'un des axes principaux vers lequel s'oriente la problématique de cet article.

1. Cadre théorique, matériels et méthode

1.1. Cadre théorique

La vulgarisation du téléphone portable au Togo, 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. Ces nouvelles technologies ont fait l'objet de plusieurs analyses inscrites sous différents courants de pensées. Ce travail, dans la recherche de mise à jour des dynamiques et rôles socioéconomiques du téléphone portable et ses accessoires dans la ville de Lomé, ne saurait se faire en dehors d'une base théorique antérieurement constituée. Nulle recherche ne peut émaner du néant. Elle s'inscrit nécessairement dans le prolongement des études antérieures sur la question, en se positionnant pour ou contre.

Dans le présent travail, nous avons eu recours à la théorie¹ du bien-être de Pigou (1908). Il s'agit de voir le côté social (niveau de satisfaction atteint, les choses qui ont une incidence sur la qualité de vie, l'accès à l'éducation à la santé et aux loisirs, ressources économiques, etc.) et économique (tout accroissement de la somme disponible des biens économiques va dans le sens d'une augmentation du bien-être) des acteurs impliqués dans la vente des téléphones portables et autres.

1.2. Matériels et méthode

Pour cerner les contours du phénomène étudié, il a été adopté la combinaison de la démarche quantitative et qualitative à l'aide d'enquête transversale et à l'étude des parcours de vie des acteurs. La population cible est représentée à la fois par les vendeurs de portables et accessoires, les réparateurs et les clients. Les cibles étant mobiles, pour déterminer le nombre de personnes à interroger, nous avons utilisé la technique de sondage par quotas. Cette technique a consisté à fixer un nombre à ne pas dépasser dans chaque groupe cible. L'échantillon se présente à deux niveaux : pour l'approche quantitative, 155 personnes ont été interrogées réparties en fonction des cibles (voir tableau ci-dessous) sur la base de quelques variables à l'instar de la situation matrimoniale et le niveau d'instruction.

¹ Théorie du bien-être et politique économique, développée par Pigou et consultée sur www.erudit.org en novembre 2019.

Tableau 1 : réparation de l'échantillon en fonction des cibles

Cibles	Effectifs
Vendeurs des portables et accessoires	61
Réparateurs des portables	54
Clients	40
Total	155

Source : réalisé par l'auteur de l'article.

Concernant l'approche qualitative, 17 entretiens individuels ont été réalisées à l'aide d'un guide d'entretien avec les personnes ressources des institutions en charge des jeunes. Il s'agit des responsables du Ministère du développement à la base en charge du secteur informel, des institutions intervenant dans la promotion des jeunes et des entreprises privées comme le Programme de Promotion de l'Entrepreneuriat des jeunes, le Projet d'Appui à l'employabilité et à l'insertion des jeunes, le Fond National de la Finance Inclusive et le Programme Emploi Jeunes. Par ailleurs, les responsables des organisations des vendeurs et réparateurs ont été retenus pour des entretiens individuels par un choix raisonné à cause d'un réel manque de base des données mais en tenant compte de leur présence sur les lieux de vente. Les logiciels SPHINX Plus² et SPSS.22 et Excel ont été utilisés pour la modélisation du questionnaire et le dépouillement des données. La majeure partie des réponses obtenues a été consignée dans des tableaux, tandis que quelques-unes sont présentées sous forme de graphique. Le tri par thématique des données qualitatives a permis d'obtenir un résultat textuel présenté sous de verbatim.

2. Résultats et discussion

La collecte des données quantitatives et qualitatives a permis de présenter les résultats obtenus.

2.1. Vente des téléphones portables à Déckon et conditions de vie des acteurs impliqués

L'un des effets positifs des téléphones portables à souligner dans ce présent article, est relatif aux bienfaits procurés par la vente de cette technologie de communication par les jeunes, en particulier dans la capitale. Selon les données recueillies, cette activité leur procurerait en moyenne un revenu net estimé à 60000FCFA et plus par mois. En effet, le revenu journalier déclaré par les intervenants dans le domaine (qu'ils soient réparateurs, revendeurs de téléphones ou trader) oscille entre 2000 et 3000FCFA à raison de deux clients au minimum dans la journée pour les différents enquêtés. Ce revenu, bien qu'insuffisant pour sortir d'une situation d'extrême

pauvreté, permet aux enquêtés de « *satisfaire à court termes aux besoins immédiats et de pouvoir faire une épargne journalière dans une institution de microfinance. Ce qui leur permet avec le temps de pouvoir bénéficier des prêts pour pouvoir élargir leurs activités* » selon les propos d'un enquêté.

Les données de terrain ont corrélativement montré que les dépenses moyennes mensuelles des enquêtés varient entre 35000 et 50000FCFA (dépenses liées au loyer, déplacements et besoins primaires) favorisant une épargne et des possibles réinvestissements comme le montre la déclaration des biens individuels des enquêtés.

Une enquêtée déclare : « aujourd'hui j'arrive à subvenir à mes besoins grâce à la vente des cartes de recharge pour la communication, associée à l'activité de transfert d'argent ; ma vie a changé » (Vendeur de cartes de recharge, 35 ans). Le contexte favorise ainsi l'autonomisation des acteurs et la prise en charge de leur cellule familiale et plus selon d'autres enquêtés. Comme le souligne cet enquêté : « Avant que je ne commence cette activité, ce petit commerce, c'est mon père qui s'occupait de moi, mais actuellement, moi aussi j'arrive à lui envoyer de l'argent par moment : 10 000 ou 15 000F selon mes possibilités (...). J'arrive également à faire des économies avec ma propre boutique que je gère » (vendeur de téléphone, 38 ans).

La vente des téléphones portables et les activités connexes, leur apportent une certaine autonomie financière, et leur permet aussi d'aider leurs familles en difficulté financière.

Photo 1 : boutique de vente de portable



Source : photo prise sur le terrain lors de la collecte des données

Cette autonomie financière, permet à ceux qui le peuvent de venir en aide à leur parents, proches parents, frères et sœurs, etc. et de « *se sentir valoriser dans la famille, prendre en charge l'éducation de ces enfants et intervenir pour régler certains problèmes* » selon un enquêté. Cette analyse rejoint celle faite par Pigou (op. cit) dans sa théorie du bien-être et qui constitue le cadre de référence de cette recherche.

Tableau 2 : Répartition des enquêtés selon la situation matrimoniale et les personnes en charge

Situation Matrimoniale	Célibataire		Marié		Divorcé		Veuf (ve)		Total	
	Eff. f.	%	Eff. .	%	Eff.	%	Eff.	%	Eff.	%
0	0	0	0	0	3	1,9 4	2	1,2 9	5	3,22
1	3	1,94	8	5,16	2	1,2 9	0	0 1,9	13	8,39
2	5	3,22	7	4,52 38,7	0	0 1,9	3	4 2,5	15	9,68 48,3
3	8	5,16	60	1	3	4	4	8 0,6	75	9 30,3
Plus de 3	4	2,58	42	27,1	0	0	1	4	47	2
Total	20	12,9	7	9	8	5,1 6	10	5 6,4	155	100

Source : enquête de terrain, novembre 2019

On se pose encore une autre question de savoir quelle couche sociale est habilitée à exercer l'activité liée à la commercialisation et à la réparation des téléphones portables ? Pour cette question, d'après le tableau ci-dessus, l'analyse des données de terrain montre que toutes les couches sociales sont favorisées à cette activité mais la tendance est variable dans les proportions. Ainsi, la plupart des enquêtés sont des mariés (75,49%). Parmi ceux-ci, les enquêtés qui ont en charge trois (3) personnes occupent 38,71% et plus de trois personnes en charge occupent une proportion de 27,10%. Ensuite viennent les célibataires qui dans leur ensemble occupent la proportion de 12,90% contre les veufs(ves) qui occupent celle de 6,45%. Les divorcés n'en sont pas du reste de l'activité (5,16 %).

Il revient après analyse que les hommes mariés ou tout au moins en concubinage ont plus tendance à exercer la profession et davantage les hommes en couple ayant d'enfants. C'est pourquoi Fishbein et Ajzen (1975) écrivaient déjà que le

comportement d'un individu est directement déterminé par son intention de réaliser ce comportement. À son tour, l'intention est fonction de deux variables : l'attitude de l'individu à l'égard de la réalisation d'un comportement et la norme subjective associée au fait d'adopter ce comportement. Ils sont plus disposés en contexte de crise à la pratique de toute sorte d'activités pour satisfaire les besoins prioritaires de leur famille. Dans un contexte de paupérisation des cellules familiales, les luttes individuelles de survie se passent des considérations subjectives quoique générales de certaines professions à l'instar de la vente des téléphones portables, les réparations surtout la vente des cartes de recharge. Les représentations communes lisent ces professions comme propres aux catégories d'individus livrés à la paresse et aux gains faciles. Elles sont donc devenues depuis quelques années, la porte de survie des acteurs dont le contexte économique n'offre plus de possibilité d'insertion professionnelle que celle-là. C'est dans ce contexte que Ajzen (1991) pensait la nécessité de tenir compte des comportements qui ne sont pas entièrement sous le contrôle volitif individuel, c'est-à-dire lorsqu'il existe des contraintes à l'adoption du comportement. C'est dans ce contexte que les personnes sans emploi, en couple et plus encore ceux qui ont des enfants, sont davantage orientés vers ces corps de métier. Si leur entrée dans la profession a pour objectif la survie de leur famille, ils semblent découvrir tous très tôt, que le métier est plus rentable qu'ils ne le pensent même si, faut-il encore qu'ils aient le niveau d'instruction requis pour la pratique de certains aspects du métier comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 3 : Répartition des enquêtes selon le niveau d'instruction et la formation professionnelle

Formation professionnelle	Sans formation		Commerçant				Total	
	Eff	%	Eff	%	Eff	%	Eff	%
Non instruit	6	3,87	8	5,16	2	1,29	16	10,32
Primaire	10	6,45	9	5,81	5	3,22	24	15,48
Secondaire	12	7,74	55	35,48	23	4	90	58,06
Supérieur	3	1,94	7	4,52	15	9,68	25	16,13
						29,0		
Total	31	20	79	50,97	45	3	155	100

Source : enquête de terrain, novembre 2019

En matière de commercialisation des téléphones portables et les accessoires, il ne faut pas forcément une formation professionnelle avant d'exercer ce métier sauf la réparation des portables. Voilà pourquoi la majorité relative des enquêtés (58,06%) a au moins le niveau secondaire. Il est à remarquer que la plupart de ceux qui ne sont

pas instruits ou qui ont fait le primaire, sont les vendeurs de cartes de recharge et les traders qu'on rencontre dans le marché. Pour le reste, les vendeurs de téléphone portable et les réparateurs ont au minimum le niveau secondaire ou des diplômes équivalents, qu'ils mettent en valeur dans ce secteur de business pour améliorer la rentabilité de leurs activités. Les propriétaires de boutique de vente ou de réparation, même quand ils n'ont pas le diplôme suscité, se font accompagner par des parents en cours de formation ou ayant terminé leur formation dans une perspective soit de cession/legs, ou d'ouverture d'autres boutiques/succursales qui leur seront confiés. L'analyse selon le profil sociodémographique nous indique que les réparateurs de téléphones portables sont majoritairement jeunes, célibataires et sont âgés de moins de 30 ans. Ils ont généralement un niveau d'instruction primaire ou secondaire et travaillent pour la plupart à leur propre compte. Avant de se lancer dans cette activité, ces jeunes faisaient du petit commerce ou même dans certains cas, ils étaient en chômage. Avec la nouvelle activité de dépannage, leurs revenus se sont améliorés de manière drastique selon l'intégralité des répondants. L'entrée des acteurs est en effet déterminée selon le modèle de Davis (1989, p.19) par « deux types de croyances seulement : l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue ».

Confirmant l'avis selon lequel bon nombre d'entre eux estiment mieux gagner leur vie, avec le revenu tiré de cette activité, ils arrivent non seulement à aider leurs familles dans la satisfaction des besoins matériels et surtout alimentaire, mais aussi dans certains cas, ils arrivent à investir dans d'autres activités commerciales en procédant à une extension de leur champ d'intervention sur le marché. Selon un enquêté « *présentement, dans mon atelier j'ai commencé à vendre les accessoires des portables entre autres écran tactile, incassable, les plaquettes des portables etc.* ». Une autre enquêtée affirme ceci « *je compte dans les années à venir me marier et ouvrir une boutique de vente des produits alimentaires à ma femme cela nous permettra de vivre heureux* ». La principale difficulté rencontrée dans le cadre de cette activité est l'incompréhension de certains clients qui accusent souvent les réparateurs d'avoir abusé de leur confiance ou qui refusent parfois de supporter certains coûts occasionnels. On note aussi les risques de métier qui peuvent amener les réparateurs à endosser la responsabilité de certains dommages occasionnés sur les appareils dans le cadre de leur activité. Malgré ces quelques difficultés liées au métier, les réparateurs dans leur ensemble, estiment que cette activité leur a permis d'améliorer leurs conditions de vie, même s'ils espèrent que l'avenir leur offre encore plus d'opportunités de s'épanouir.

2.2. Effets induits par la vente des téléphones portables et accessoires téléphoniques

Une autre activité liée à la vente des téléphones portables est celle de la vente des accessoires téléphoniques comme les batteries, les gaines de portables ou les coques d'habillage des cellulaires comme l'illustre la photo ci-dessous.



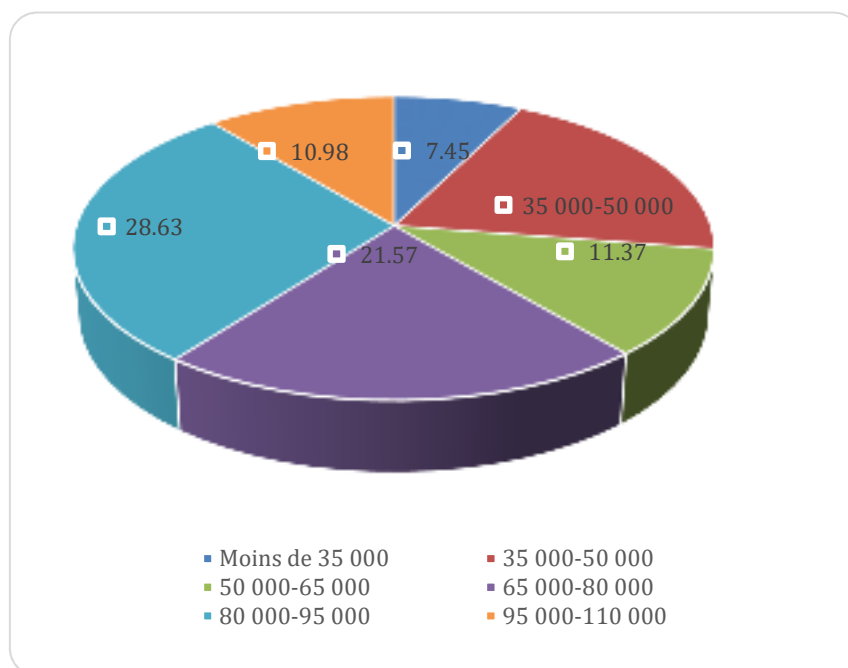
Source : photo prise sur le terrain lors de la collecte des données

En parcourant le quartier *Déckon* où se commerce prend de l'ampleur, l'on se pose une question : pourquoi cet engouement autour de cette activité ? Dans cette logique un enquêté dit ce qui suit « *lorsque tu arrives à Déckon, tu dois trouver quelque chose à faire surtout dans la vente du portable il suffit de connaître quelqu'un et tu restes à côté de ce dernier et quand tu identifies un client tu t'approches en lui proposant rapidement vos articles, surtout les nouveautés, tout en lui donnant des avantages qui sont liés. Tu finiras par gagner un, deux ou trois clients dans la journée* ». L'objectif visé à ce niveau de l'analyse est de cerner leurs activités passées éventuelles, leur situation socioéconomique antérieure et leur condition de vie actuelle relative à la nouvelle activité exercée dans le secteur de la téléphonie mobile. Sur le terrain, nous nous sommes intéressé à un échantillon de 61 revendeurs exerçant à *Déckon*. L'âge moyen des revendeurs est de 27 ans révolu, pour la plupart ils sont célibataires (56%). L'analyse selon le niveau d'instruction nous indique que la grande majorité d'entre eux (65%), n'a jamais pu aller au-delà du primaire, même si 35% ont déclaré avoir un niveau secondaire (niveau secondaire 1er cycle). Cela nous révèle ainsi que ces revendeurs, n'ont pas pour la plupart achevé le système éducatif primaire. Après avoir quitté l'école et avant d'embrasser le métier de vente de portables, environ 70% de ces personnes s'adonnaient au petit commerce (petits tabliers, vente ambulante d'articles divers dans les rues, dockers) ou exerçaient dans les travaux domestiques, avec un salaire mensuel moyen de 6000 FCFA.

En analysant de près le revenu mensuel des personnes interrogées exerçant ce métier, on se rend compte que la vente du téléphone portable a une incidence tout à fait inattendue sur l'économie de par les activités connexes qu'il engendre et les gains

obtenus par les vendeurs. Avec la pratique de cette activité, « *chacun trouve toujours sa part, son petit profit* », nous confie un enquêté.

Figure 1 : Répartition des enquêtés selon le revenu mensuel



Source : enquête de terrain, novembre 2019

En ce qui concerne le revenu mensuel, l'analyse des données du graphique montre qu'il varie selon les proportions ; ainsi, la plupart des enquêtés ont un revenu mensuel compris entre 80 000 et 95 000 (28,63%) suivis de ceux qui réalisent le revenu entre 65 000 et 80 000 (21,57%). Par ailleurs, 20% des enquêtés affirment avoir un revenu mensuel compris entre 35 000 et 50 000. Au-delà 10,98% des enquêtés réalisent un revenu qui est compris entre 95 000 et 110 000 F CFA. Les dépenses mensuelles de la famille s'élèvent au tour de 50000 F CFA. En conclusion, ce revenu mensuel permet à la population interrogée de s'auto prendre en charge sur le plan socioéconomique.

Pour ce qui est de leur situation dans l'activité, près de 70% des enquêtés travaillent à leur propre compte. Il était question de savoir la raison fondamentale ayant motivé le choix d'une telle activité. A ce sujet, 71% d'entre eux ont estimé avoir embrassé cette activité du fait de sa rentabilité économique. Les 29% des revendeurs ont déclaré avoir opté pour ce travail, parce qu'ils n'ont pas d'autres choix meilleurs à la vue de leur situation de chômage et d'oisiveté. A leur situation de précarité, s'ajoutait leur forte dépendance vis-à-vis des parents et amis pour assurer leur survie quotidienne et celle de leurs familles. Aussi pour cette raison fondamentale, ils optèrent pour la

revente des téléphones portables après avoir toutefois bénéficié de l'appui d'un parent pour constituer le capital de démarrage (dans 65% des cas), ou bien sur leur propre fonds de roulement (10% des cas) et en travaillant pour une tierce personne dans 25% des cas. « *Moi j'étais chez mon patron grâce à mes économies j'ai pu entreprendre ma propre entreprise. Mon patron avant de me libérer m'a donné une somme importante je lui dis merci. Ma vie a considérablement changé, j'ai une moto et j'emploie actuellement dans ma boutique une jeune fille* ». Dans leur grande majorité, les revendeurs de téléphones portables et accessoires sont des personnes disposant de charges familiales non négligeables.

Ainsi, l'effet de la vente de portables et accessoires téléphoniques sur les personnes s'y adonnant est globalement positif, dans la mesure où, ne serait-ce qu'à travers le revenu mensuel tiré, une amélioration notable est constatée par rapport au revenu moyen perçu avant le démarrage de l'activité. En effet, le revenu moyen passe de 6000 FCFA à 58000 FCFA environ, soit un gap de 52000 FCFA.

Aussi, faut-il le souligner, les boutiques et magasins génèrent des taxes qui leurs sont imposés sous forme d'impôts ; ce qui permet à l'Etat d'engranger des revenus. Il a été constaté sur le terrain d'étude une forte appropriation des pratiques de marketing commerciales et d'orientation des articles pour faciliter l'attirance et le choix des clients. L'impact est aussi constaté sur le plan social où l'activité aura permis à un certain nombre de vendeurs (environ 25% des enquêtés) de concrétiser un projet de mariage en termes d'affirmation identitaire et de prestige social. En effet, avec le revenu contracté par les acteurs, de plus en plus de jeune acceptent et décident de se marier pour la construction d'une famille au détriment de la vie de débauche propre à la jeunesse oisive, comme l'exprime en ces termes un enquêté : « *Je me consacre aujourd'hui à ma famille et à mes enfants quand je gagne un peu d'argent. Ils sont aujourd'hui ma priorité* ». On comprend donc que l'activité a le mérite de conscientiser et responsabiliser les jeunes. Si les conflits conjugaux chez ces jeunes se sont considérablement réduits en raison de l'amélioration des conditions de vie et de leur capacité à satisfaire les besoins primaires, l'activité a également le mérite de réduire le chômage à court termes.

Par ailleurs, l'activité a permis à certains revendeurs d'investir davantage dans le commerce (extension de leur commerce en achetant plus d'accessoires de vente, investissement dans d'autres activités lucratives comme la vente de mini-chaîne, de compact-disques, de postes radio) et d'acheter des biens durables (moyens de déplacement, terrains). Un enquêté affirme : « *Avec mes économies, je compte acheter un terrain pour avoir ma maison si Dieu le veut* ». Les principales difficultés rencontrées sont surtout les litiges avec les clients car de nombreux revendeurs se plaignent des clients qui ramènent des appareils achetés après les avoir utilisés ou même endommagés. On note aussi, de plus en plus, un problème de clientèle compte tenu

du nombre grandissant de revendeurs et parfois la mauvaise qualité des appareils commandés de l'extérieur entraînant des pertes.

Toutefois, la plupart des revendeurs visités s'accordent à reconnaître ceci : lorsque la concurrence se développe dans une activité, c'est pour la simple raison qu'elle est financièrement rentable dans un contexte où les emplois rémunérateurs se font rares. S'il est vrai que les activités de vente de portables et accessoires ont des effets positifs sur le plan économique et social pour les personnes s'y adonnant, il n'en demeure pas moins qu'une certaine réduction des parts de marché commence à s'opérer du fait de l'arrivée progressive de plusieurs vendeurs. Toutefois la principale note de satisfaction est relative à la passerelle que joue cette activité pour la reconversion ou l'extension d'autres activités plus lucratives comme la vente de l'habillement, des tissus, des postes téléviseurs ou du matériel consommable informatique.

2.3. Dynamique des liens sociaux entre différents acteurs impliqués dans la vente du téléphone mobile

Le lien social est ce qui relie les individus entre eux. Il prend de multiples formes : la culture crée du lien social, le langage, la religion, le travail, le voisinage, les amis, les activités, la monnaie et les échanges marchands. L'usage et la vente du téléphone, contrairement à celui d'autres médias, ne constituent pas une activité en soi. Ils sont toujours insérés dans des activités familiales, amicales, commerciales ou professionnelles. La vente du téléphone portable à *Déckon* a permis d'une manière considérable un renforcement et le maintien du lien social entre les différents acteurs à savoir :

- relation entre les vendeurs eux même, caractérisée par l'entraide, l'orientation des clients vers des vendeurs possédant des articles ou portables qui ne sont sur l'étalage ou dans le magasin de l'autre ; demande des articles auprès des grossistes par les détaillants et remboursement des frais après-vente sur la base des liens relationnels, l'on assiste à une forte solidarité entre les vendeurs. Cette solidarité se traduit également à travers les tontines, l'assistance d'un ami dans des événements comme le mariage, le baptême et les funérailles. Ils se regroupent en deux ou cinq personnes pour commander les produits en Chine ou à Dubaï ;
- relation vendeur-client : ces derniers entretiennent des liens sociaux multiformes. Certains vendeurs profitent des occasions pour enrichir leur capital social, livrent des articles demandés par leur client à domicile, des échangent téléphoniques concernant les nouvelles gammes de portables disponibles sur le marché.

CONCLUSION

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 que 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 de Lomé plus précisément dans le quartier de *Déckon*. Cette analyse part du constat que les revenus induits par la vente du téléphone portable et ses accessoires ainsi que leur réparation améliore de façon notable les conditions de vie des acteurs et de leur famille. Cela relève que la commercialisation des articles du téléphone portable remplit une fonction sociale à travers le renforcement des liens sociaux entre les acteurs de cette activité dans le quartier de *Déckon*. Ce constat a été au cœur de la problématique de cette étude et nous a conduit à l'élucidation des facteurs explicatifs de cette situation. Pour ce faire, nous avons adopté une démarche méthodologique basée sur une approche explicative et descriptive (méthode quantitative) et une approche compréhensive (méthode qualitative) et fait usage des techniques de collecte de données et d'analyse appropriées à chacune des approches. S'inspirant des théories des déterminants psychosociaux et de l'acceptation technologique, il ressort de cette étude que la commercialisation et la réparation du téléphone portable et ses accessoires, les effets induits sont des facteurs qui expliquent la contribution de cette activité au développement socioéconomique de la ville de Lomé. En Afrique, le téléphone portable permet aux différents acteurs intervenant dans ce secteur informel d'assurer leur subsistance quotidienne. Le développement économique reposant en général sur la dynamique du commerce intérieur conduit le secteur informel à s'accroître dans tous les secteurs économiques du pays. Les résultats révèlent également l'existence d'une participation de la commercialisation du téléphone portable à l'économie communautaire par le secteur traditionnel.

Cette perception de l'intégration sociale favorise la coexistence dualiste du secteur informel parallèlement au secteur formel. Il convient alors aux décideurs politiques d'adopter des stratégies appropriées pour en faire un véritable outil de développement. L'on pourra à cet effet créer un environnement financier et administratif favorable à l'installation de ces acteurs évoluant majoritairement dans l'informel ; prendre des mesures relatives à la baisse des coûts de taxes et autres contraintes fiscales qui comparativement aux autres pays voisins restent encore élevés.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alzouma G. (2008). « Téléphone portable, internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information ? », in *TIC et Société*.
- Backiny-Yetna P. et Bardon R. (1999). Concepts et indicateurs du marché du travail et du secteur informel, série *Méthodes des publications* d'AFRISTAT, n°4.
- Baudelot C. et al, (2004). *Les effets de l'éducation*, Rapport à l'intention du Piref, Laboratoire de Sciences Sociales.
- Benchenna A. (2011). Les Tics dans les pays des Suds : Quarante années de recherche - 1970 - 2010. *Tic & Société*, 8-15.
- Berger C. (1999). *La dimension sociale de la mémoire*, congrès de la SAES, table ronde, lieux de mémoire.
- Cheneau-Loquay A. (2001). « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique » In *Netcom*, vol.15, n°12.
- Danioué T. R. (2008). « La libéralisation des médias en Afrique : controverses et réalités au Togo » in *Mosaïque, revue interafricaine de philosophie, littérature et sciences humaines* n°8, Lomé, Togo, 125-150.
- Diambomba M. (1991). Education, formation et développement du secteur informel : essai d'analyse des conditions du développement de l'entrepreneur hip dans le secteur informel en Afrique. In *Cahiers africains d'administration publique*, 37, 103-121.
- Direction Générale de la Statistique et de la Comptabilité Nationale, (2010), *Recensement général de la population et de l'habitat du Togo*.
- Dubois J. & Marc A. (1992). Des Petits boulots pour sortir de la crise de la croissance. *Le monde en développement*, 352, 30-37.
- Friboulet J. J. (2016). « Développement Economique et Social - Histoire », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 19 avril 2016.
- Grawitz M., (2001), *Méthodes des sciences sociales*, Dalloz, 11 éditions, Paris.
- Do Nascimento J. (2004). « Jalon pour une théorie de l'appropriation des NTIC en Afrique », in *Société numérique et développement en Afrique : usages et politiques publiques*.

- Kanté S. (2002). *Le secteur informel en Afrique subsaharienne francophone : vers la promotion d'un travail décent*, Document de travail sur l'économie informelle, secteur informel 2002/15, Bureau international du Travail, Genève.
- Ling R. 2002. L'impact de la téléphonie mobile sur quatre institutions sociales », in *Réseaux*, 2-3, n°112-113, 276-312. Consulté le 20/01/2020.
- Loukou A. F. (2012). *Les TIC au service du développement en Afrique, Simple slogan, illusion ou réalité ?*
- Napo G. (2014). « Téléphone portable, attitudes des usagers et mutations sociales en milieu urbain au Togo », in *Kasa bya Kasa, revue Ivoirienne d'Anthropologie et de Sociologie*, n°26, ISSN 1817-5643, 106-126.
- Oumarou A. (2008). *Jeunes déscolarisés et le métier d'apprenti garage : vers une rationalisation pérenne des petits métiers au Niger*. [www.ernwaca.org/jeune déscolarisés au Niger.pdf](http://www.ernwaca.org/jeune_déscolarisés_au_Niger.pdf)
- Proulx S. (2005). *Penser les usages des Tic aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances*. Lise Viera et Nathalie Pinède, 7-20.