



REPUBLIQUE DU BENIN



MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

MEMOIRE PRESENTE EN VUE D'OBTENTION DES CREDITS ASSOCIES AU
DIPLOME DE LICENCE PROFESSIONNELLE

Option : économie

Filière : économie appliquée

THEME

**Analyse de la demande de téléphonie mobile au
Bénin : cas de la Commune d'Abomey-Calavi**

Présenté et soutenu par :

Jean Baptiste **OGOULEROUN** & Modeste Y. **TOFFON**

Sous la Direction de :

Docteur. Gilles **TOBOSSI**

Enseignant à la FASEG

Année académique : 2015- 2016
2ème Promotion

Avertissement

« LA FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES
ET DE GESTION (FASEG) N'ENTEND DONNER
AUCUNE APPROBATION NI IMPROBATION
AUX OPINIONS EMISES DANS CE MEMOIRE.
CES OPINIONS DOIVENT ETRE CONSIDEREES
COMME PROPRES A LEURS AUTEURS »

DEDICACE 1

A
mes parents et ami(e)s !

Modeste Y. **TOFFON**

DEDICACE 2

A
mes parents et ami(e)s !

Jean-Baptiste I. **OGOULEROUN**

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos sincères remerciements à :

- Monsieur Janvier AKPAGLADJA, enseignant des mathématiques dans les collèges et lycées, qui malgré ses multiples occupations, a accepté nous aider dans la réalisation de ce travail ;
- Monsieur Nonvidé AHOUANDJINO, travail à OPEN VISTA, qui nous a beaucoup aidés financièrement et moralement dans la réalisation de ce mémoire malgré ses innombrables occupations ;
- Monsieur Abibou AREKPA, CB à Cobli ; qui nous a aidé financièrement dans la réalisation de ce mémoire ;
- Monsieur Claude ADOKO, hôtelier, qui nous a aidés dans la réalisation de ce mémoire ;
- Mademoiselle Justine OGOULEROUN, étudiante à la FLASH.
- Madame Rolande TOFFON et son époux ;
- Aux frères Honardi AHOUANDJINO, Bertrand AGASSOUNOU, Euzèbe TOFFON, Innocent TOFFON ;
- Mademoiselle Eugénie ZOUNMAHOUE
- Mademoiselle Charlotte MONHOUNDE
- Tout le corps professoral et tout le personnel de l'administration de la FASEG

LISTES DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ATRPT	: Autorité Transitoire de Régulation des Postes de Télécommunications
BAC	: Baccalauréat
BEPC	: Brevet d'Etude du Premier Cycle
CEP	: Certificat d'Etude Primaire
BOSS	: Bénin Online Service System
BTSA	: Bénin Télécom SA
ADSL	: Asymmetric Digital Subscriber Line
FAI :	: Fournisseurs d'Accès l'Internet
GSM	: Global System for Mobile Communication (appelé initialement groupe Spécial Mobile)
HAAC	: Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication
INSAE	: Institut National de la statistique et de l'Analyse Economique
LIBERCOM	: Liberté de Communication
MTN	: Mobile Téléphone Network
UEMOA	: Union Monétaire Ouest Africaine
TIC	: Technologie de l'Information et de la Communication
OPT	: Office des Postes et Télécommunications.
PTT	: Postes Téléphones et Télégraphes
PM C	: Propension Moyenne à consommer
Pmc	: Propension Marginale à Consommer
DPS	: Document de Politique et Stratégies
AMPS	: Advanced Mobile Phone System
MDCCT/PR	: Ministère Délégué Chargé de la Communication et des technologies auprès du Président de la République
CIPB	: Conseil des Investisseurs Privés au Bénin
UCP	: Unit Copy Program
SIM	: Subscriber Identity Module
SVA	: Service à Valeur Ajoutée
MCO	: Moindres Carrées Ordinaires
DRCM	: Direction du Réseau Cellulaire
DIP	: Direction des Infrastructures et de la Planification
DI	: Division Informatique

Liste des tableaux

Tableau N°1 : Répartition du marché de téléphonie mobile par opérateur GSM.....	8
Tableau N° 2: Variables indépendantes utilisées dans le modèle	19
Tableau N° 3: Répartition des enquêtés disposant de MTN et MOOV.....	22
Tableau N°4: Répartition des enquêtés disposant de MTN et GLO.....	22
Tableau N°5: Répartition des enquêtés disposant de MOOV et GLO	23
Tableau N°6: Matrice de corrélation.....	26
Tableau N°7: Résultats de régression logistique multinomiale	27
Tableau N°8: Effets marginaux.....	28

Liste des figures

Figure 1: Perceptions des consommateurs	21
Figure 2 : Répartition des consommateurs selon le type de réseau	23
Figure 3 Répartition des consommateurs selon le diplôme obtenu	24
Figure 4: Répartition des consommateurs selon le sexe	24
Figure 5: Répartition des consommateurs selon l'âge.....	25
Figure 6: Courbe ROC	26

RESUME

La présente étude a pour objectif général d'analyser la demande de téléphonie mobile au Bénin : Cas de la commune d'Abomey-Calavi.

A cet effet, deux objectifs spécifiques sont retenus et se présente comme suit : Analyser la corrélation entre les revenus mensuels et les dépenses mensuelles de consommation de crédits et observer la consommation de recharge téléphonique est fonction du type de réseau.

Il ressort de l'estimation économétrique, analyse et traitement des informations recueillies auprès de notre population qu'effectivement plus le revenu mensuel des individus augmente, plus leur consommation en crédits et de recharge augmente moins que proportionnellement quel que soit le type de réseau considéré. De plus le modèle linéaire qui a mis la part du revenu mensuel et plusieurs variables explicatives montrent que la qualité des services offerts par les différents types de réseaux a une influence positive sur le niveau de consommation des crédits et de recherche téléphonique. Ainsi l'hypothèse selon laquelle il existe une corrélation positive entre le revenu mensuel moyen et la dépense de consommation est confirmée et l'hypothèse selon laquelle les dépenses de consommation de recharge téléphonique sont en fonction du type de réseau est aussi confirmée.

ABSTRACT

The present study is for objective general to analyze the mobile request for mobile phone in Benin: Case of the township of Abomey-Calavi.

To this end, two objective specific are retained and arises as follows: To analyze the correlation between the monthly incomes and the monthly expenditure of consumption of appropriations and to observe the telephone consumption of recharge are a function of the type of network.

It arises from the econometric estimate, analyzes and data processing received from our population that effectively more the monthly income of the individuals increases, plus their consumption in appropriations and by refill increases less than proportionally some is the type of network considered. Moreover the linear model which put the share of the monthly income and several explanatory variables show that the quality of the services offered by the various types of réseaux A a positive influence on the level of consumption of the appropriations and telephone research. Thus the assumption according to which there is a positive correlation between the average income monthly and the consumer expenditure are confirmed and the assumption according to which the consumer expenditure of refill telephone is according to the type of network is also confirmed.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
Chapitre 1:cadre théorique et méthodologie.....	3
Section 1 : Problématique et objectif de l'étude.....	3
Section 2 : Revue de la littérature	6
Section 3 : Méthodologie de l'étude.....	17
Chapitre 2 : Analyse des résultats et suggestions.....	21
Section1 : Présentation et analyse des résultats.....	21
Section 2 : Vérification des hypothèses	29
Section 3 : Suggestions	29
CONCLUSION	31
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	33
Table des matières.....	37

INTRODUCTION

Les télécommunications et les technologies de l'information et de la télécommunication (TIC) ont partout fait leurs preuves comme facteurs incontournables de développement et un secteur transversal à l'effet multiplicateur direct sur l'ensemble des autres secteurs de l'activité économique. Mais elle constitue également un moyen de renforcement des capacités, que ce soit en milieu d'affaire ou dans les zones rurales ou isolées.

La croissance des services dans les économies nationales a mis en lumière le secteur des TIC. L'avènement des nouvelles technologies, notamment de l'Internet et du mobile GSM en république du Bénin a suscité un grand engouement, tant au niveau de l'administration publique, des entreprises qu'au niveau des ménages et des individus. Ce secteur est important dans le développement d'une nation. En effet les TIC permettent aux entreprises exposées ou non à la concurrence internationale d'obtenir des informations sur leur marché, de se prémunir contre les risques naturels ou économiques ou encore de multiplier les contacts avec les intermédiaires (fournisseurs et clients). C'est ainsi que l'impact des technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur les entreprises (du secteur des TIC ou non) des pays en développement n'est pas négligeable et leur contribution peut être importante dès lorsqu'elles permettent d'introduire une démarche d'innovation. Les entreprises constituent l'enjeu de fond pour tout développement et il est judicieux de comprendre et de savoir pour le Bénin comment elles peuvent utiliser les TIC susceptibles d'assurer leur pérennité. Malgré les problèmes liées à leur accessibilité et à leur maîtrise, dans le contexte béninois, les technologies de l'information et de la communication restent un levier important dans la lutte contre la pauvreté et un outil précieux de développement.

Au nombre de ces TIC, nous avons la téléphonie mobile qui fournit sans doute les avantages suscités pour le développement d'un pays. A y voir de près, tous les secteurs d'activités sont tributaires de la téléphonie mobile qui joue ainsi un rôle transversal sans laquelle, les coûts de transaction des individus ou des sociétés seraient faramineux. Le développement de la téléphonie mobile au Bénin a connu, ces dernières années, un essor significatif avec un accroissement spectaculaire du nombre d'opérateurs GSM (MOOV, MTN, GLO, BBCOM, LIBERCOM). Cet accroissement s'est accompagné sans doute d'une augmentation régulière du nombre d'abonnés consommant de plus en plus de recharge téléphonique. Paradoxalement cet accroissement simultané du nombre d'opérateurs GSM et du nombre d'abonnés ne s'est pas accompagné d'une amélioration du climat des affaires au Bénin. On peut donc chercher à savoir les véritables mobiles du développement du marché de

la téléphonie mobile au Bénin. Le présent travail se propose d'analyser les facteurs qui peuvent expliquer la demande de téléphonie mobile à travers le thème : «l'analyse de la demande de la téléphonie mobile au Bénin : cas de la Commune d'Abomey-Calavi. Notre travail est structuré autour de deux chapitres :

Le premier chapitre sera consacré au cadre théorique et méthodologique de notre étude.

Dans le deuxième, nous aurons à présenter l'analyse empirique et quelques suggestions.

CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE

Dans cette partie nous aborderons la problématique et l'objectif de l'étude, ensuite la revue de littérature et enfin la méthodologie de l'étude.

Section 1 : Problématique et objectif de l'étude

Cette section se penchera sur le problème posé, les objectifs et les hypothèses de l'étude

Paragraphe 1: Problématique

La promotion de la téléphonie mobile constitue aujourd'hui un facteur clé de développement économique de toute nation. Elle permet aux dirigeants des entreprises, aux institutions gouvernementales et même à des individus de réduire leurs coûts de transaction liés à l'obtention ou à la diffusion de l'information. En effet il leur offre des possibilités pour leur propre gestion interne et externe pour le suivi de leur marché, la gestion de la relation avec leur clientèle.

Sur le plan de la gouvernance cet outil offre d'énormes possibilités dans le sens d'une simplification des procédures administratives, l'information des administrés, la libre exposition de la circulation de l'information etc.

L'utilisation de téléphonie mobile n'est pas moins importante pour des entreprises qui ne sont exposées à la concurrence internationale. Il leur permet d'obtenir d'informations sur leur marché, de se prémunir contre les risques naturels ou économiques ou encore de multiplier les contacts avec les intermédiaires.

Au Bénin comme dans la plupart des pays d'Afrique, le marché de la téléphonie mobile, bien qu'étant jeune, a connu un développement spectaculaire ces dernières années. Avec cinq opérateurs GSM, le marché béninois de la téléphonie mobile présente une structure d'oligopole. Ce marché s'est développé rapidement depuis la mise en service du réseau LIBERCOM en 1998, suivi des opérateurs Mobiles Téléphone Network (MTN) et MOOV en 2000, Bell Bénin en 2003 et Glo Mobile Bénin en 2008.

Depuis 2011, le taux de pénétration du marché GSM connaît une croissance de quatre points en moyenne par an. En fin Mars 2015 le nombre d'abonnés sur le marché de la téléphonie mobile est passé de 8971845 à 9034115 au 30 Juin 2015, soit une hausse de 0.70 %. Selon une étude sur l'analyse de la tendance du secteur des télécommunications au Bénin, sur les neuf millions d'abonnés aux réseaux GSM au 30 Juin 2015, au Bénin, l'opérateur MTN possède 46.83 du parc d'abonnés actifs suivi du MOOV 33.16%. Les deux opérateurs

détiennent 80% du parc global d'abonnés confirmant leur dominance sur le marché de la téléphonie mobile au Bénin et les trois autres opérateurs se partagent 20% du parc d'abonnés actifs réparti comme suit GLO 17.9%, BBCOM 1.47% et LIBERCOM 0.62%.

Cette croissance régulière du nombre d'abonnés devrait être la conséquence d'un environnement des affaires très propices favorisant le développement d'entreprises nouvelles dans tous les secteurs de la vie économique. Or dans le rapport de la commission l'UEMOA publié en 2010 sur le climat des affaires le Bénin a réculé de deux points. Ce qui signifie que la demande croissante de la téléphonie mobile n'est pas à vrai dire, le reflet d'une amélioration du climat des affaires au Bénin.

Cependant il est de savoir que dans un pays où le taux de chômage est élevé, comment peut-on expliquer l'évolution croissante de la demande de la téléphonie mobile ? En d'autres termes quels sont les facteurs microéconomiques qui expliquent la croissance régulière du nombre d'abonnés au Bénin ?

C'est autour de cette question fondamentale que s'attèle cette recherche en vue d'y apporter des éléments de réponses.

Paragraphe 2 : Les objectifs et les hypothèses

Les objectifs de la présente étude ont été fixés compte tenu des problèmes posés. Ainsi nous présenterons l'objectif général et les objectifs spécifiques de l'étude.

1- Objectif général

L'objectif de la présente recherche est d'analyser la demande de téléphonie mobile au Bénin.

2- Objectifs spécifiques

De manière spécifique il s'agit de :

OS1 : analyser la corrélation entre les revenus mensuels et les dépenses mensuelles de consommation de crédits ;

OS2 Observer la consommation de recharge téléphonique est fonction du type de réseau.

Pour atteindre ses objectifs nous avons formulés des hypothèses suivantes :

3- Les hypothèses de recherche

Les hypothèses d'études formulées en vue de l'atteinte des objectifs se présentent comme suites :

H1 : Il existe une corrélation positive entre le revenu mensuel moyen et la dépense de consommation de recharges téléphoniques

H2 : les dépenses de consommation de recharges téléphoniques dépendent de type de réseau

Cadre opératoire

Pour confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons basé nos analyses sur la fonction de consommation keynésienne.

« La loi psychologique fondamentale sur laquelle nous pouvons nous appuyer en toute sécurité, à la fois a priori en raison de notre connaissance de la nature humaine et a posteriori en raison des enseignements détaillés de l'expérience, c'est qu'en moyenne et la plupart du temps, les hommes tendent à accroître leur consommation à mesure que leur revenu croît mais non d'une quantité aussi grande que l'accroissement du revenu.

En d'autres termes, C est le montant de la consommation et Y_d celui du revenu disponible (mesuré, tous deux en unité de salaires) ΔC est de même signe que ΔY_d mais d'une grandeur moindre c'est-à-dire dC/dY_d est positif et inférieur à l'unité ». Nous obtenons la formule suivante pour le court terme. $C = C_0 + cY_d$ avec $0 < c < 1$

Y_d : le revenu disponible

C_0 représente le niveau de consommation minimal quand le revenu disponible est nul : c'est la consommation incompressible ($C_0 > 0$)

c : propension marginale à consommer

Pour adapter la fonction keynésienne de consommation à notre analyse, nous avons considéré les recharges téléphoniques comme un bien dont la demande dépend bien évidemment du revenu comme préconise Keynes. Pour tenir compte de nos objectifs nous avons considéré en plus du revenu d'autres variables ou facteurs pouvant impacter négativement ou positivement la demande de la consommation des recharges (crédits) téléphonique. Ce qui nous a permis de spécifier un modèle économique conséquent pour confirmer ou infirmer nos hypothèses.

Section 2 : Revue de la littérature

Dans cette section nous aborderons les généralités sur les **TIC** au Bénin l'analyse théorique de la demande de la téléphonie mobile au Bénin.

Paragraphe 1 : Généralité sur les TIC au Bénin

Cette rubrique sera consacrée à l'historique des **GSM** et son organisation. Un accent sera mis, ensuite sur l'historique et l'évolution du secteur des **TIC**.

I- Historique et son organisation

Nous présentons dans cette partie historique des opérateurs GSM et la répartition du marché de la téléphonie mobile entre ces opérateurs.

A- Historique des GSM

LIBERCOM

Libercom est le premier réseau GSM né au Bénin en 1998 d'un partenariat entre Bénin Télécom SA(BTSA) et TITAN AFRICA, filiale de la société Américaine des télécommunications « TITAN CORPORATION », société de droit de l'Etat de Delaware (États-Unis d'Amérique) ayant notamment pour activité la réalisation de système de communication par satellite et de téléphonie rurale ainsi que de la fourniture des services de télécommunication y afférents.

MOOV BÉNIN

Créé par le Groupe Atlantique Telecom, le réseau Moov Bénin vient juste de faire son apparition dans l'environnement de la téléphonie mobile à la place de l'ancien réseau Télécel créé le 17 décembre 1997. Moov est un grand groupe africain de téléphonie mobile formé par les réseaux Moov du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire, de la République Centre Africaine, du Gabon, du Niger et du Togo. Moov Bénin est une société anonyme au capital de 1 437 000.000 FCFA. Les activités commerciales de Moov Bénin (ex Télécel) ont été lancées le 10 juillet 2000 avec pour objectif la croissance de la téléphonie mobile. Moov s'est doté d'une technologie moderne et évoluée qui permet aux abonnés d'appeler avec une excellente qualité radio et un réseau de communication fluide et facilement accessible. Depuis sa création, ce réseau a considérablement évolué, ce qui se traduit par:

- une croissance constante du nombre de ses abonnés;
- l'étendue de la couverture de son réseau;
- la diversification de ses offres de produits et services.

MTN

Pendant quatre ans, le réseau Areeba a porté le nom de BéninCell avant de changer de dénomination en 2005. Areeba Bénin est une société d'Investcom, un groupe international établi en 1982 qui couvre tous les secteurs des télécommunications avec pour objectif d'investir un maximum dans la technologie de pointe. Bien implanté en Afrique, en Europe et en Moyen Orient, le groupe exploite aujourd'hui plusieurs opérations GSM sous le nom Areeba en Afghanistan, en Chypre, au Ghana, en Guinée Bissau, en Guinée Conakry, au Libéria, au Soudan, en Syrie, au Yémen. Entré sur le marché béninois en juin 2000, Areeba Bénin propose des services prépayés et post-payés ainsi que de nombreux services tels que le SMS international, la messagerie vocale, l'itinérance et la transmission par télécopieur. Areeba Bénin compte aujourd'hui 364 000 abonnés dont seulement 4 000 en post payé.

BELL BÉNIN COMMUNICATIONS

Bell Bénin Communications, dit aussi BCom, est une société anonyme de droit béninois, son principal domaine d'activité est la téléphonie mobile. BCom a lancé son activité en décembre 2003, il s'agit donc d'une société en phase de démarrage. L'une des particularités de cet opérateur est le fonctionnement bi-bande du réseau, en fréquence 900 et 1800 Mégahertz. Les autres réseaux installés au Bénin opèrent dans la bande des 900 Mégahertz. Bell Bénin Communications, Société anonyme, est constituée à ce jour d'un capital d'un milliard de FCFA divisé en 100 00 actions. Ouvert officiellement le 6 décembre 2003, Bell Bénin Communications a lancé ses activités commerciales le 11 décembre 2003 avec la vente de cartes SIM. Alors que le 1er avril 2004, Bell Bénin Communications comptait 8 000 abonnés, le 31 janvier 2005, ce nombre était passé à 35 000. A ce jour le nombre d'abonnés de BCom est estimé à 120 000. Notons que l'opérateur BCom, n'emet plus depuis le 21 Novembre 2015, révèle le rapport 2015 de l'Autorité de régulation électronique et de la Poste (ARCEP) pour des raisons de chute de nombre d'abonnés du dit reseau qui est de 218739 abonnés. Son investissement à connu aussi une baisse depuis décembre 2014.

GLO MOBILE

Glo Mobile Bénin est l'un des meilleurs opérateurs de télécommunications en République du Bénin. La société a démarré ses activités en juin 2008 et a apporté des produits et services innovants dans le paysage des télécoms au Bénin. Glo Mobile Bénin est une filiale de Globacom Limited, sa société mère.

B- Organisation des GSM

Le marché béninois de la Téléphonie mobile présente une structure d'oligopole. Il regroupe cinq opérateurs GSM. Ce marché s'est développé rapidement depuis la mise au service du premier réseau Libercom en 1998, suivi respectivement par les opérateurs Mobile Téléphone Network (MTN) et Moov en 2000, BELLBENIN en 2003 et GLO MOBILE BENIN en 2008. Nous présentons dans cette partie l'histoire des opérateurs GSM et la répartition du marché de la téléphonie mobile entre les opérateurs GSM.

Le marché de la téléphonie mobile a connu une croissance significative, passant de 8971845 au 31 Mars 2015 à 9034115 au 30 Juin 2015. Soit une hausse de 0.70%. Le tableau 01 présente la répartition du marché entre les cinq (05) opérateurs au 31 Juin 2015.

Tableau N°1 : Répartition du marché de téléphonie mobile par opérateur GSM

Opérateurs GSM	Nombre d'abonnés	Part de marché
MTN	4230840	46.83%
MOOV	2995990	33.16%
GLO	1617999	17.91%
BELLBENIN	132800	1.47%
LIBERCOM	56486	0.62%
Total	9034115	100%

Source : Données ARCEP-BENIN/ SE/DMP/2015

Selon les données du tableau, l'opérateur MTN Bénin détient la plus grosse part du marché avec 4230840 abonnés, soit 46.83% suivant un classement décroissant, MTN Bénin est suivi respectivement par les opérateurs MOOV avec 33.16% du marché, GLO Bénin avec 17.91%, BELL BENIN COMMUNICATION avec 1.47% du marché et LIBERCOM avec 0.62% du marché. Cette répartition du marché entre les opérateurs révèle qu'en dépit de leur nombre limité, la concurrence entre ces derniers en vue de la conquête et de la conservation des parts de marché est vive.

Dans ce contexte et en l'absence de règles de concurrence clairement définies, notamment en ce qui concerne la tarification chaque opérateur développe ses stratégies. La plus remarquable de celles-ci est l'internationalisation. En effet, en dehors de LIBERCOM et BELL BENIN COMMUNICATION qui demeurent des entreprises détenues par des capitaux béninois, les autres opérateurs appartiennent désormais à des groupes internationaux qui

rivalisent pour le contrôle du marché de la téléphonie mobile dans la sous-région Ouest africaine (CHABOSSOU et al, 2010).

- Répartition du marché après la fermeture de l'opérateur BBCom.

Depuis le 21 Novembre 2015, le nombre d'opérateur sur le marché du téléphonie mobile revient à quatre suite à la fermeture de l'opérateur BBCom pour des raisons du chute de nombre d'abonné qui est de 218739. Ainsi, la nouvelle répartition du marché GSM se présente comme suit : MTN obtient 46% contre 38% pour Moov Bénin, soit un total de 81% contre 77% en 2014 alors que les deux autres opérateurs (GLO Mobile et Libercom) se partagent 18% et 1% de la part du marché.

II- Historique et évolution du secteur des TIC

Les technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sont l'expression utilisée pour désigner le secteur qui englobe toutes les technologies convergentes qui contribuent, d'une manière ou d'une autre, au traitement- au sens large- de l'information. Les TIC comprennent, notamment les télécommunications traditionnelles, les télécommunications mobiles l'informatique, la radiodiffusion, la télévision, télédistribution, Internet et le multimédia, les systèmes d'information géographique, etc. (SOGLO et al ; 2010).

Nous allons intéresser à l'Internet, à l'audiovisuelle, à la téléphonie fixe et à la téléphonie mobile.

En effet, le Bénin Télécoms, issu de la scission de l'OPT (l'opérateur historique) en deux entités distinctes, détient sur le marché de l'Internet le monopole (public) de convoyeur des données. A ce titre c'est le Bénin Télécoms S.A qui fournit l'accès au FAI (Fournisseur d'Accès à l'Internet) qui a leur tour se chargent de fournir l'accès aux consommateurs finals.

Le développement d'Internet au Bénin est très récent. La première passerelle à Internet a été installée en 1995, lors du V^e Sommet de la Francophonie. A cette époque, France Câbles et Radio, filiale de France Télécoms avait une liaison Internet de 64 kilobits par seconde pour la couverture du Sommet. La connexion était gérée par l'Office des Postes et Télécommunications (OPT), aujourd'hui Bénin-Télécoms. Un an plus tard, face à la forte demande de connexion qui s'est exprimée, l'infrastructure de l'OPT s'est révélée de plus en plus insuffisante.

En 1997, le Bénin a bénéficié du projet américain "Léland Initiative", destiné à renforcer la présence d'une vingtaine de pays africains, sur les autoroutes de l'information. Ce projet a permis au Bénin d'élever sa liaison internationale à 128 kbps au début de l'année

1998, à travers le prestataire américain MCI. Bien avant la connexion OPT, quelques rares Béninois jouissaient depuis 1994 d'Internet (notamment le courrier électronique), grâce à l'entreprise BOSS (Bénin Online Service System) qui proposait à la sous-région ouest-africaine, un accès par UUCP (Unix to Unix Copy), un système de transfert de fichiers.

Au début d'Internet au Bénin, les prestations de services Internet étaient assurées par des établissements qui faisaient également office de fournisseurs d'accès. Ces établissements, pour la plupart, ont installé des cybers centres (ou cybercafés) qui permettent à ceux qui ne disposent pas d'ordinateur d'utiliser Internet en échange d'une redevance. Il s'agit de l'Office des Postes et Télécommunications (OPT), de la société SECN, de la Société EIT, de First net, des Arts Bobo, de SOBIEX Informatique, du Centre Syfed-Refer devenu Campus numérique et du Ministère du Plan. Les deux derniers sont des fournisseurs d'accès non commerciaux. Mais ces établissements et structures utilisaient la technologie RTC qui dispose des bandes passantes très faibles. Aujourd'hui, ces bas débits de la technologie RTC sont de plus en plus délaissés au profit de la technologie ADSL promue par de nouveaux fournisseurs d'accès

Environ quinze ans après ce lancement, le marché de la fourniture d'accès à l'Internet au Bénin présente la configuration d'une structure d'oligopole exercé par dix FAI dont Bénin Télécoms S.A. Les neuf autres FAI se répartissent en six sociétés dont l'activité principale est l'offre des services Internet et trois opérateurs MTN MOOV et GLO de la téléphonie mobile GSM qui offrent en plus des services classiques de réception et d'émission d'appels et de messagerie instantanée, des services d'accès à l'internet. Les FAI sont implantés principalement à Cotonou : la Capitale économique au Sud du pays et accessoirement à Parakou, la grande métropole de la région septentrionale du pays.

Les consommateurs finals de l'Internet se répartissent en deux catégories : les ménages et les entreprises. Les ménages répondent à la définition classique d'un individu ou d'un ensemble d'individus vivant sous le même toit et prenant des décisions économiques ensemble, dans notre cas celle de la demande d'une connexion à l'internet. Il faut distinguer deux catégories d'entreprises : les entreprises qui prennent une connexion pour, non seulement répondre à leurs besoins de communication, mais aussi pour offrir l'accès à des individus via un cyber centre l'internet connaît un développement significatif après l'ouverture du secteur à la concurrence, notamment dans les principales villes du pays : Cotonou, Parakou, Porto-Novo, Lokossa et Natitingou.

La concurrence entre les cybers centres se joue principalement sur la tarification. Ainsi, tarifée à un prix de 2000F CFA l'heure de départ dans les cybers centre qui offrent des services de qualité, l'heure de connexion à l'internet passe à un prix de 250 F CFA quelques années après. Ce prix apparait quatorze ans après comme le prix d'équilibre du marché en raison de son maintien en dépit de la sortie du marché d'un nombre relativement élevé de cybers centre. En effet deux faits essentiels décernent les contraintes structurelles qui présentent sur la demande d'accès à Internet pour bon nombre de ménages.

Par ailleurs, le marché audiovisuel béninois est régulé par une institution constitutionnelle : la Haute Autorité de l'Audiovisuelle et de la Communication (HAAC). L'entrée sur le marché n'est donc pas libre. Il faut distinguer dans le secteur de l'audiovisuel deux marchés : celui des chaînes de télévision et celui des stations de radiodiffusion.

Globalement, il existe sur le premier marché onze chaînes de télévisions, on peut en premier, analyser que ce marché est de plus en plus complexe et amène alors à nuancer l'analyse de sa structure. En effet prise en compte de certains facteurs de différenciation modifie les configurations du marché. De même, au regard du nombre de stations de radiodiffusion présentes sur le marché, on peut dans une première analyse, avancer que le marché des stations de radiodiffusion est concurrentiel. Mais quand on observe de près la répartition des stations de radiodiffusion sur le territoire, on constate que la concentration est spécifique aux trois communes du Bénin érigées en villes à statut particulier en raison de leur niveau de développement. Dans les autres communes, la structure du marché varie entre le monopole, duopole et l'oligopole.

Il y a dans certaines localités quelques stations de radiodiffusion qui se différencient par la nature de leurs émissions sur la base d'un ensemble de facteurs. Ainsi on peut distinguer des stations de statut juridique ou privé, des stations de radiodiffusion généralistes, des stations de radiodiffusion spécialisées dans un ou plusieurs domaines particuliers (santé, environnement, éducation, etc.). La zone de couverture constitue aussi un facteur de différenciation des entreprises audiovisuelles. On peut distinguer sur cette base, des stations de radiodiffusions locales, régionales, nationales et internationales. Dans d'autre localité par contre, il y a seulement une station de radiodiffusions qui exerce son monopole.

Ensuite, le marché béninois de la téléphonie fixe demeure toujours un monopole public depuis sa naissance jusqu'à présent. Ce monopole public est exercé par l'opérateur

public Bénin Télécoms S.A qui détient encore l'exclusivité publique de l'offre de raccordement au réseau de la téléphonie fixe dans le pays.

A cet effet, la naissance de Bénin Télécoms S.A a commencé d'abord par les postes téléphones et télégraphes (PTT) du Dahomey le 1 juillet 1890 et a été créée par Victor BALLOT, administrateur Français du Dahomey. De 1890 à 1989, il y a eu implantation des bureaux et Postes un peu partout sur le territoire du Dahomey. Le service du courrier postal installé en 1893, le 15 Mai à Grand-Popo et à OUIDHA, le 18 Mai et celui de Savalou en 1894 s'occupe bien des relations internes qu'externes.

En 1959, avec l'éclatement de l'Afrique occidentale Française, s'est réalisé par le décret N°80 PCT/MT du 30 juin 1959 le transfert de propriété des postes et offices de télécommunications à l'Etat Dahomey. Ce service a été érigé en office et Télécommunications (OPT) par la loi N°50-32 du 19 décembre 1959 c'est donc le 19 Décembre 1959 que le Téléphone fixe a donc vu le jour. Quelques temps après son installation, le sous secteur du téléphone fixe était confronté à de nombreuses difficultés. Le monopole public de la téléphonie fixe se caractérise par des facteurs de Contre-performances. Car l'entreprise ne parvient pas à fournir un service de qualité à sa clientèle.

SOSSOU et SENOU (2010) montrent que d'abord, l'entreprise ne parvient toujours pas à étendre son réseau pour satisfaire les demandes de raccordement au téléphone fixe, non seulement en milieu rural mais également en milieu urbain. Ensuite, elle n'arrive pas à moderniser ses équipements en vue d'offrir des services de qualité à sa clientèle. Les lignes fixes fonctionnent mal et il arrive que des abonnés restent des jours voire des semaines sans pouvoir émettre et /ou recevoir des appels aussi bien à l'interne qu'à l'internationale.

Cette situation de contre-performance amène à s'interroger sur la qualité des équipements de l'opérateur.

Par ailleurs, au lieu de s'investir dans la recherche de solution pour accroître son taux de couverture et améliorer la qualité de ses services, l'opérateur fixe développe plutôt d'autres produits qu'il est le seul à offrir. C'est le cas des cartes téléphones prépayées à savoir : la carte télé-plu ; la carte nova-plus et la carte télé-cash. Il offre également la technologie ADSL d'accès à l'Internet.

Enfin la téléphonie mobile devient une réalité indiscutable. Elle représente dans bon nombre de localités, le moyen unique d'avoir accès aux communications. C'est un domaine

relativement nouveau. Au Bénin, la première entrée dans le réseau de communications mobiles fut d'abord celle de l'opérateur GSM "Libercom" (opérateur historique) bâti par l'OPT en 1995, actuel Bénin Télécoms SA, la base de la technologie AMPS (réseau analogiques). ce réseau ne couvrait que Cotonou, Porto-Novo et Ouidah. Bien que les télécommunications soient encore largement sous monopole étatique, le secteur de la téléphonie cellulaire a été libéralisé 1997 jusqu'à ce jour. outre deux Libercom, filiale de Bénin Télécoms SA, en 1999, les premières licences furent accordées à deux opérateurs Moov (ex Télécel) et MTN (ex BéninCel). Ces derniers ont démarré leurs activités commerciales en 2000. En Décembre 2003, Bell Bénin Communication est autorisé et Globale Mobile Com en 2007. Ce qui porte le nombre d'opérateur GSM à ce jour à cinq (5). Ces cinq opérateurs GSM offrent aux consommateurs outre la communication vocale, le service roaming qui permet de rester joignable et de communiquer aux quatre coins du monde à partir du même numéro local. (Soglo et al, 2010).

Paragraphe 2 : Analyse Théorique de la demande de la téléphonie au Bénin

Dans cette partie, nous allons évoquer les facteurs qui déterminent la demande de la téléphonie et aborderons quelques études empiriques.

I- Les déterminants de la demande de la téléphonie mobile au Bénin.

La demande de consommation des communications téléphoniques a progressé de façon spectaculaire durant douze ans (2000-2011) suite à l'utilisation de plus en plus importante de l'information et de la communication dans les différents processus économiques et sociaux de production et de consommation. Selon Zahonogo O, cette progression est notamment due au niveau d'éducation, au revenu, au réseau social, à l'âge, etc.

En effet l'usage du téléphone portable, bien qu'ayant des effets positifs sur bien-être en général, n'est toutefois point gratuit. C'est la raison pour laquelle le degré d'utilisation est variable selon le profil socioéconomique et le type de service utilisé par l'individu. Ainsi, le degré d'utilisation dépend d'un certain nombre de facteurs à l'instar du milieu d'appartenance, du sexe, de la catégorie professionnelle, du niveau de vie ou de la tranche d'âge de l'utilisateur. En fait même si les pauvres utilisent le mobile (...), ils ne le font pas de la même façon que les moins pauvres de la population. Aussi les inactifs et sans emploi, et les travailleurs du secteur rural n'utilisent pas le téléphone portable selon la même intensité que les travailleurs du secteur public et privé ; tous comme les hommes, les plus âgés, les ruraux et les peu instruit utilisent le mobile respectivement moins que les urbains et les

fortement instruits. Enfin, les personnes les plus âgées mobilisant plus de revenu, à l'instar de celle ayant un niveau d'instruction élevé, ou étant mariées ou opérant dans le secteur moderne et dans les professions libérales modernes, dépensent en moyenne plus que les autres utilisateurs de leurs catégories respectives qui ont une profondeur financière inférieure. (...). Depuis l'avènement de la téléphonie mobile, la fièvre du cellulaire a conquis toute la population. Aussi, observe-t-on que la téléphonie mobile a suffisamment conquis les marchés, tant elle est présente dans les ménages que dans les services et les localités urbaines et rurales. Qu'il s'agisse des jeunes comme des vieux, des femmes comme des hommes, des instruits comme des non alphabétisés, cet outil est quotidiennement utilisé pour informer, communiquer, échanger et naviguer sur notre environnement interne et externe. A ce sujet il est d'ailleurs curieux de constater que même les individus sans emploi et donc sans aucune source du revenus fiable disposent d'un portable pour communiquer. Et pourtant le recours au téléphone portable n'est point gratuit. Il est d'ailleurs une source de dépense que les différents abonnés quelle que soit leur source de revenu, s'obstinent à utiliser au besoin. (Beidou ; 2009).

II- Quelques études empiriques

A notre connaissance, il existe très peu d'études empiriques dans le secteur de la téléphonie mobile portant spécifiquement sur l'analyse des facteurs déterminant l'évolution croissante du nombre d'abonnés dans le secteur au Bénin. Les quelques études que nous avons identifiées dans la littérature sont théoriques et portent, pour le cas du Bénin, sur la structure, l'organisation et le fonctionnement du secteur des TIC en général et celui de la téléphonie mobile en particulier.

En effet CHABOSSOU et al. (2010), dans leur rapport 2009 de recherche E-Stratégie du Bénin /N°1 sur l'état du secteur des TIC au Bénin, ont fait une analyse de la structure des marchés des télécommunications. Ensuite, ils ont analysé l'offre de service dans le secteur de la téléphonie mobile, la tarification des coûts de communication et le cadre juridique, institutionnel et réglementaire. Dans la même étude, les auteurs ont analysé les stratégies de développement du secteur des télécommunications et TIC au Bénin et enfin, ils ont évalué les actions réalisées dans le cadre de la mise en œuvre de la DPS (document de Politique et Stratégies).

SOSSOU et SENOU (2010), dans leur rapport de recherche E-Stratégie du Bénin/N°3 sur le développement des infrastructures des TIC et fracture numérique au Bénin, montrent que la répartition spatiale des infrastructures TIC suit le modèle de déploiement des infrastructures non TIC. Les trois communes à statut particulière (Cotonou, Parakou et Porto-Novo), les plus dotées en infrastructures non TIC, constituent les cibles privilégiées des opérateurs de la téléphonie mobile. Ensuite, le rapport montre que le secteur des postes et télécommunications, autrefois monopole public, exercé par l'opérateur historique, ne répond toujours pas aux règles d'une concurrence régulée : le marché du téléphone fixe demeure un monopole public, le marché du téléphone mobile présente une structure d'oligopole. Enfin, le rapport montre que les mécanismes de financement et de développement des infrastructures TIC au Bénin ont évolué avec l'histoire politique du pays.

SOGLO et al. (2010), dans leur rapport de recherche E-Stratégie du Bénin / N°5 sur les applications sectorielle et usages des TIC dans les entreprises Béninoises, ont analysé l'usage et les applications sectorielles des TIC dans les entreprises en République du Bénin. C'est un rapport qui analyse les conditions d'application et d'utilisation efficaces des TIC à même de satisfaire les usagers et d'assurer le développement des différents secteurs. Dans

leur analyse ils ont montré que les entreprises utilisent plus la téléphonie mobile que l'internet dans l'exercice de leurs activités.

AFFOUGNON (2009) a quant à lui, analysé dans son rapport N°1 sur l'état des lieux des télécommunications au Bénin...pour un engagement plus structurant, l'octroi des licences GSM au Bénin. Il a ensuite mis un accent sur l'assainissement du secteur GSM. Il a en plus évoqué la crise survenue dans le secteur de la téléphonie mobile en Juillet 2007 et qui avait frappé les opérateurs GSM MOOV et MTN et enfin, il a donné des recommandations pour l'amélioration du secteur.

CHABOSSOU (2009/2010), a également analysé dans son rapport : Revue de performance du secteur des TIC au Bénin, la perception de l'environnement de régulation des télécoms au Bénin. A ce niveau, il a montré que le marché de la téléphonie mobile est le plus dynamique de tout le secteur des télécommunications et TIC au Bénin.

Section 3 : Méthodologie de l'étude.

Cette partie abordera l'échantillonnage et l'enquête puis l'analyse des données

Paragraphe1 : Echantillonnage et enquête

L'échantillonnage et l'élaboration du questionnaire puis le déroulement de l'enquête

Seront abordés dans cette partie.

I- ECHANTILLONNAGE ET ELABORATION DU QUESTIONNAIRE

Un échantillon est un groupe d'éléments prélevés dans un ensemble (ou population) suivant un procédé bien défini.

La théorie d'échantillonnage a pour objet l'étude des relations qui existe entre la distribution d'un caractère dans une population dite population-mère, et les distributions de ce caractère dans tous les différents échantillons prélevés dans cette population.

Pour que ces relations soient valables, il faut que l'échantillon soit prélevé d'une manière aléatoire, c'est-à dire que tous les individus de la population aient la même chance d'être prélevés.

L'échantillonnage est dit exhaustif si l'individu n'est pas remis dans la population après avoir été prélevé. Il est dit non exhaustif dans le cas contraire.

Dans notre étude, la population est constituée des habitants de la commune d'Abomey-Calavi. Notre échantillon est constitué de 200 individus qui détiennent le téléphone portable. Nous avons choisi au hasard quelques villages de la commune à travers lesquels notre enquête a été menée.

Le questionnaire qui a servi de base à la collecte des données primaires comporte trois parties : l'identification, les usages du téléphone portable et les coûts y afférents, la qualité des services offert par les réseaux GSM et la satisfaction qui en découle.

L'identification nous a permis de recueillir des informations personnelles sur l'individu. Aussi nous avons collecté à ce niveau les données concernant le nom et le prénom, l'âge, le sexe, le village (ou quartier), la situation matrimoniale, le niveau d'instruction, le diplôme, la profession. L'objectif est de disposer d'informations générales permettant de caractériser l'individu choisi et d'avoir une bonne connaissance de ses activités.

La deuxième partie du questionnaire concerne les usages du téléphone portable et les coûts y afférents. A ce niveau l'accent a été mis sur le revenu dont dispose l'individu les

raisons de l'adoption du téléphone portable. Nous avons également collecté des informations relatives au nombre de réseaux que détient chaque individu enquêté et les coûts de communication téléphonique.

L'objectif ici est de disposer d'information permettant de caractériser l'influence du revenu de l'individu sur ses comportements de consommation des services des réseaux GSM.

Enfin la troisième et la dernière partie s'est intéressée à la qualité des services offerts par les réseaux. Un accent a été mis sur la satisfaction que procurent les réseaux GSM par les usagers. Nous avons également recueilli des informations sur l'avis des utilisateurs du réseau GSM sur le niveau de régulation du secteur GSM au Bénin.

Ces informations nous permettront d'apporter notre contribution à l'amélioration des performances des réseaux GSM.

II- DEROULEMENT DE L'ENQUETE

Pour analyser la demande de la téléphonie mobile au Bénin, cas d'Abomey Calavi, nous avons soumis le questionnaire aux individus de notre échantillon. Pour y parvenir nous avons abordé des ouvriers dans leurs ateliers, nous avons rendu visite à des ménages, à des vendeurs dans leur boutiques, à des enseignements, à des élèves et étudiants etc. Nous nous sommes plus ou moins dispersés dans la commune d'Abomey-Calavi pour mener l'enquête. Nous avons rencontré entre autre des difficultés la réticence de certains enquêtés concernant surtout l'identité personnelle et le revenu mensuel. Il y a des individus qui refusent carrément de se faire enquêter, qui pour vaquer à leur préoccupation, qui pour réfléchir d'abord, qui pour donner ses informations à but non lucratif.

Paragraphe 2 : Analyse des données

Cette partie abordera l'analyse descriptive et l'analyse économétrique. Il s'agit des outils statistiques et économétriques utilisés pour vérifier nos hypothèses.

I- Analyse descriptive

Il s'agira dans un premier temps, de présenter de façon synthétique sous forme de tableau et de graphique les informations recueillies pour chacune des variables.

I-1) Statistiques descriptives des variables indépendantes

Les statistiques descriptives ont été analysées grâce au logiciel STATA 13. Les résultats obtenus ont permis de mesurer les fréquences des variables indépendantes et d'illustrer les tendances au travers des tableaux et graphes.

I-2) Déterminants de la consommation de crédit et de recharges par les consommateurs

La consommation de crédit ou de recharges par les consommateurs est action récurrente observée auprès de la population béninoise, tant au niveau des plus jeunes que chez les plus âgés. Toutefois, la consommation de crédit varie d'un ménage ou d'un individu à un autre. Dans la littérature, plusieurs facteurs peuvent déterminer cette variation observée. Ces derniers sont essentiellement relatifs à la caractéristique socioéconomique des personnes physiques. Dans le cadre spécifique de cette étude, aussi bien les facteurs intrinsèques au consommateur que ceux extrinsèques seront mis à contribution.

Le tableau suivant présente les variables utilisées dans le cadre de cette étude.

Tableau N° 2: Variables indépendantes utilisées dans le modèle

Variables	Modalités	Signe attendu
Variable dépendante		
Niveau de consommation de crédit	0=[0,2000[, 1=[2000,5000[,2= [5000,20000[, 3=[20000 et plus[
Variables indépendantes		
Sexe	0=homme, 1=femme	
Age		
Revenu mensuel	0=[2000,10000[, 1=[10000,25000[, 2=[25000,50000[, 3=[50000 et plus[+
Qualité des services	0=mauvaise, 1=passable, 2=bonne, 3=excellente	+
Type de réseau	0=MTN, 1=MOOV, 2=GLO, 3=BBCOM, 4=LIBERCOM	+
Diplôme	0=CEP, 1=BEPC, 2=BAC, 3=autres diplômes	+

Source: Résultats de nos enquêtes

Afin d'analyser les déterminants de la consommation de crédit et de recharges par les consommateurs, la relation entre le niveau de consommation de recharges et ses

caractéristiques socioéconomiques a été modélisée à l'aide d'une régression logistique ordonnée. La forme empirique du modèle se présente comme suit :

$$\text{ologit}(P_x) = \left(\frac{P_x}{1-P_x} \right) = b_0 + b_1 \text{Sex} + b_2 \text{Age} + b_3 \text{Dipl} + b_4 \text{QlteServ} + b_5 \text{RevMens} + b_6 \text{TypRes} + U_i$$

Les caractéristiques socioéconomiques qui influencent le niveau de consommation de crédit ont été ainsi déterminées, Cette analyse statistique a été réalisée avec la procédure ologit variable dépendante variables indépendantes avec le logiciel STATA 13.

CHAPITRE 2 : ANALYSE DES RESULTATS ET SUGGESTIONS

Dans ce dernier chapitre, nous présentons et analysons les résultats puis nous procédons à la confirmation ou infirmation des hypothèses. Le chapitre présente également les suggestions qui découlent de nos résultats.

Section1 : Présentation et analyse des résultats

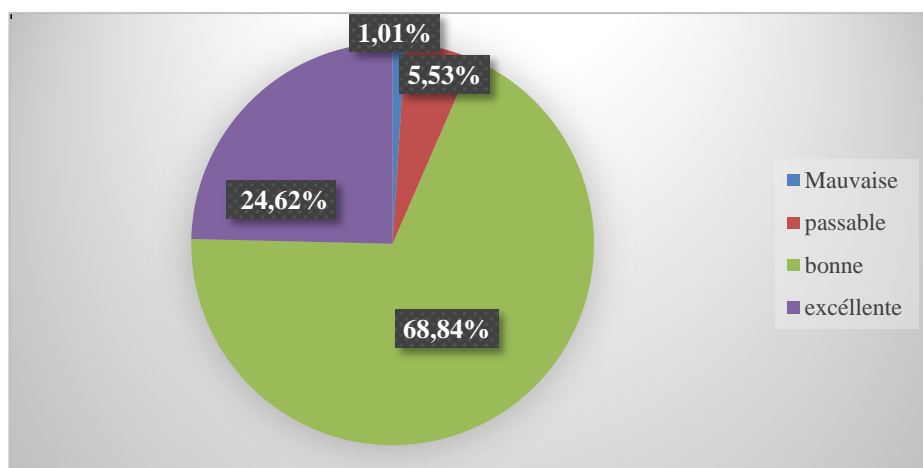
La statistique descriptive et l'analyse économétrique sont abordées dans cette section.

Paragraphe 1 : Statistiques descriptives des variables incluses dans le modèle

Il est question ici de présenter les résultats de l'enquête par rapport à l'adoption d'un réseau téléphonique par un individu.

I- Perceptions des consommateurs sur la qualité des services offerts par le réseau

Figure 1: Perceptions des consommateurs



Source : Données de nos enquêtes

De l'analyse de la figure, il ressort que plus de la moitié des individus enquêtés, soit 68,84% perçoivent les qualités des services offerts par les réseaux comme étant bonne alors que seulement 1,01% d'entre eux les perçoivent comme étant de mauvaise qualité. Enfin, les qualités des services considérées comme étant passable et excellente sont perçues respectivement par 5,53% et 24,62% des enquêtés.

II- Répartition des enquêtés par type de réseau

Les résultats sont consignés dans les tableaux suivants puis respectivement analysés.

*MTN/MOOV

Tableau N° 3: Répartition des enquêtés disposant de MTN et MOOV

MOOV \ MTN	NON	OUI	TOTAL
NON	5	49	54
OUI	44	102	146
TOTAL	49	151	200

Source : Résultats de nos enquêtes

Dans ce tableau 49 individus possèdent MTN mais pas MOOV, 102 possèdent à la fois MTN et MOOV, 5 de notre échantillon ne possèdent ni MTN ni MOOV. Seulement 44 individus possèdent MOOV mais pas MTN. Cette analyse montre que les réseaux MTN et MOOV détiennent la grosse part de marché de la téléphonie mobile.

*MTN/GLO

Tableau N°4: Répartition des enquêtés disposant de MTN et GLO

GLO \ MTN	NON	OUI	TOTAL
NON	32	128	160
OUI	17	23	40
TOTAL	49	151	200

Source : Résultats de nos enquêtés

Dans ce tableau 128 individus utilisent MTN mais pas GLO, 17 utilisent GLO mais pas MTN, 23 possèdent ces deux réseaux à la fois et 32 individus n'utilisent ni MTN ni GLO. Ce tableau montre que le réseau MTN est plus utilisé que GLO.

*MOOV/GLO

Tableau N°5: Répartition des enquêtés disposant de MOOV et GLO

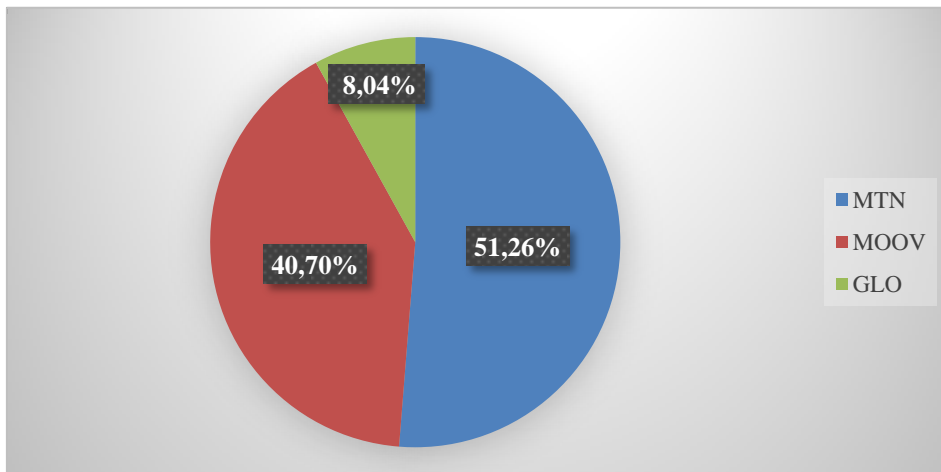
	MOOV	NON	OUI	TOTAL
GLO				
NON		39	121	160
OUI		15	25	40
TOTAL		54	146	200

Source : Résultats de nos enquêtes

Ce tableau nous montre que sur les 200 individus de notre échantillon, 39 ne possèdent ni MOOV ni GLO, 121 utilisent MOOV mais pas GLO, 15 utilisent GLO mais pas MOOV et 25 utilisent ces deux réseaux à la fois. Il en ressort que le réseau MOOV est plus utilisé que le réseau GLO.

III- Répartition des consommateurs selon le type de réseau

Figure 2 : Répartition des consommateurs selon le type de réseau

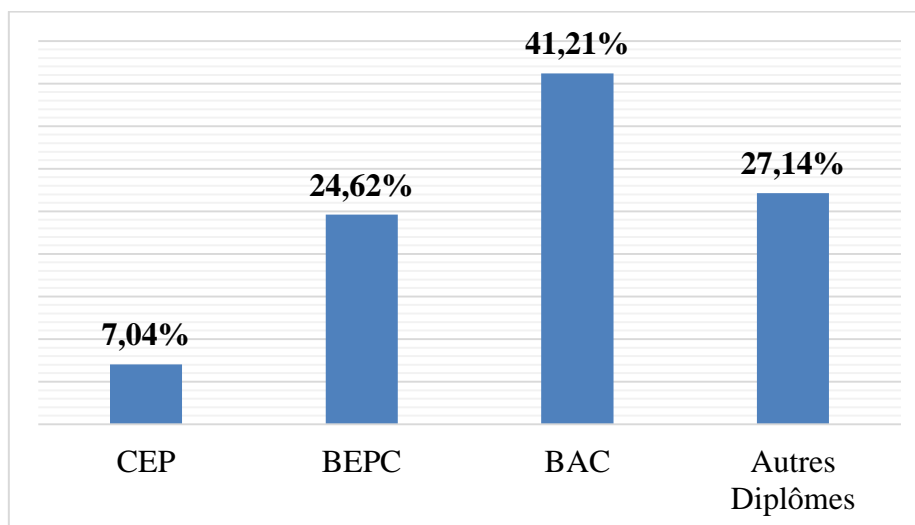


Source : Résultats de nos enquêtes

Il ressort de cette figure que plus de la moitié des individus enquêtés sont abonnés au réseau mobile MTN soit 51,26%. Le réseau MOOV est fréquemment utilisé par 40,70% des enquêtés alors que le réseau GLO est utilisé fréquemment par 8,04% des enquêtés.

IV- Répartition des consommateurs selon le niveau d'instruction (diplôme)

Figure 3 : Répartition des consommateurs selon le diplôme obtenu

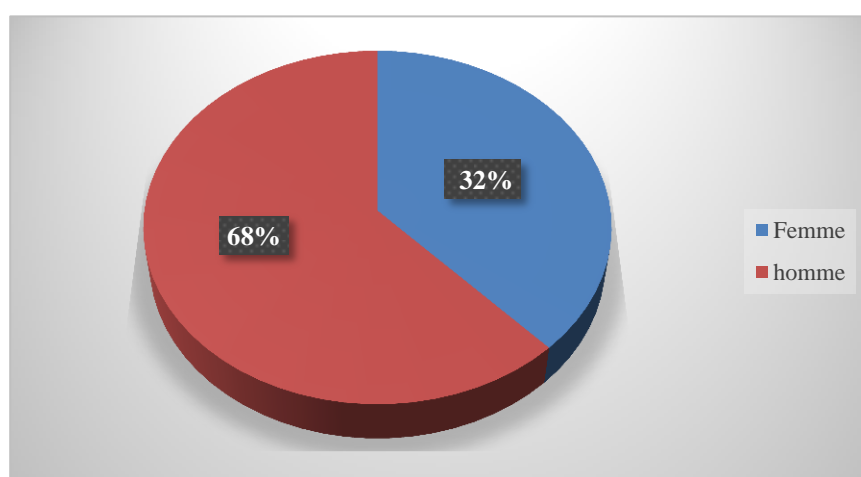


Source : Résultats de nos enquêtes

Des résultats obtenus sur la répartition des consommateurs selon les diplômes obtenus, il ressort que 41,21% des enquêtés ont un diplôme de BEPC (Brevet d'Etudes du Premier Cycle) contre 24,62% et 7,04 % respectivement pour les enquêtés disposant d'un diplôme de CEP (Certificat d'Etudes Primaires) et d'aucun diplôme officiel reconnu.

V- Répartition des consommateurs selon le sexe

Figure 4: Répartition des consommateurs selon le sexe

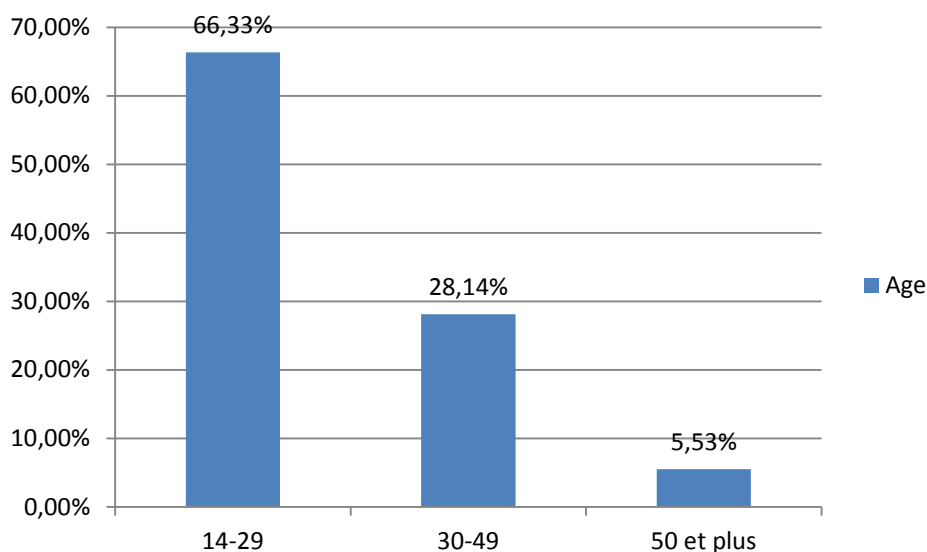


Source : Résultats de nos enquêtes

De l'analyse de cette figure, il ressort que plus de la moitié des enquêtés sont des hommes, soit 62% alors que les femmes ne représentent que les 38% restants.

VI- Répartition des consommateurs selon l'âge

Figure 5: Répartition des consommateurs selon l'âge



Source : Résultats de nos enquêtes

De l'analyse de la figure, il ressort que les consommateurs enquêtés sont relativement jeunes. En effet 66,33 % de ces consommateurs ont un âge compris entre 14 et 29 ans alors que seulement 28,14% ont un âge compris entre 30 et 49 ans. Enfin la plus petite catégorie d'âge représentée est celle comprise entre 50 ans et plus, soit 5,53% des consommateurs enquêtés.

Paragraphe 2 : Analyse économétrique

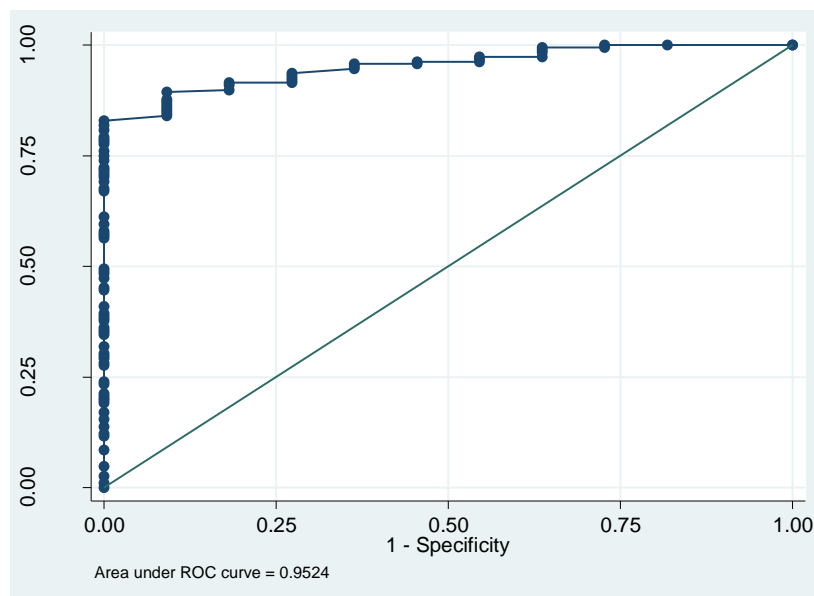
Nous présentons et analysons dans ce paragraphe, les résultats de l'estimation de notre modèle d'analyse.

I- Déterminants de la consommation de crédit et de recharges par les consommateurs

Les résultats issus de l'analyse des données par le logiciel STATA 13 sont les suivants. En effet, cette section traite de l'identification des déterminants de la consommation de crédit et de recharges par les consommateurs et l'interprétation des effets marginaux. Il faut signaler que l'échantillon n'est pas réparti à part égal entre les producteurs dépensé les mêmes sommes dans la consommation de crédit et de recharges. Dès lors, la statistique de Wald a été utilisée pour tester l'hypothèse nulle selon laquelle tous les coefficients étaient simultanément égaux à zéro. Les résultats de ce test montrent que le modèle est globalement significatif au seuil de 0,1%. Par ailleurs, la valeur d'aire sous la courbe ROC indique que le modèle est globalement acceptable. La figure suivante présente la courbe d'évaluation de la qualité prédictive du modèle. Les résultats du tableau ci-dessous montrent que le modèle

prédit correctement la situation relative à la consommation de crédit et de recharges par l'ensemble des consommateurs dans 95% des cas.

Figure 6: Courbe ROC



Source : Résultats de nos enquêtes

II- Présentation des résultats de la matrice de corrélation.

L'examen des matrices de corrélation montre qu'aucune corrélation critique n'est relevée entre les variables indépendantes continues et qualitatives. En effet, tous les coefficients de corrélation sont sensiblement inférieurs à 0,8 (voir tableau de matrice de corrélation) ce qui correspond à la limite proposée par Kennedy (1985) et à partir de laquelle on commence généralement à avoir des problèmes sérieux de multi-colinéarité dans le modèle de régression.

Tableau N°6: Matrice de corrélation

	Age	Sexe	RevMens	Dipl	TypRes	QlteServ
Age	1					
Sexe	0,0541	1				
RevMens	0,4039*	-0,0516	1			
Dipl	0,2636*	0,0091	0,1868*	1		
TypRes	0,0872	-0,0674	-0,0768	0,0628	1	
QlteServ	-0,0747	-0,0552	-0,0032	-0,0007	-0,3287*	1

Source : Résultats de nos enquêtes

III- Déterminants de la consommation de crédit et de recharges

Le tableau suivant présente les résultats de l'analyse des déterminants de la consommation de crédit et de recharges. L'analyse des coefficients individuels des variables montre que les principaux déterminants de la consommation sont i) le revenu mensuel et ii) la qualité des services offerts par les réseaux. Ainsi donc, plus le revenu mensuel des individus augmente, plus leur consommation en crédit et recharge augmente moins que proportionnellement quelque soit le type de réseau considéré. Il en est de même pour la qualité des services offerts par ces différents réseaux GSM, c'est-à dire que plus, l'individu considère que le service offert par le réseau mobile pour lequel il s'est abonné lui est accessible et favorable, plus il augmente sa consommation de crédit et de recharges pour ledit réseau.

Tableau N°7: Résultats de régression logistique multinomiale

NivConsom	Coef.	Ecart-type	Z	P>z
RevMens	2,376047	0,255136	9.31	0.000
QlteServ	0,4858799	0,286206	1.70	0.090
TypResb	0,1509554	0,2491714	0.61	0.545
Dipl	0,0778216	0,1737797	0.45	0.654
Sex	-0,1344583	0,3041575	-0.44	0.658
Age	0,0258873	0,0168303	1.54	0.124

Ordered logistic regression	Nombre Obs=200
LR chi2(6)=157,27	Prob> chi2=0,0000
Log likelihood =-164.62656	Pseudo R2=0,3233

Source : Résultats de nos enquêtes

Ces résultats s'expliquent par le fait que dans un premier temps, les théories économiques ont déjà démontré que la consommation d'un bien est fonction du revenu disponible. Ainsi, lorsqu'un individu se voit augmenter son revenu mensuel, ses habitudes changent. Dans le cas de la consommation d'un bien comme les crédits et autres recharges téléphoniques, il est motivé à agir en conséquence. En d'autres termes, cela veut dire que le nombre de personnes avec qui il restait en communication change et/ou reste constant mais, désormais les temps consacrés à cette communication augmentent. Les frais y afférente se trouvent augmentés dans le même sens. Dans un second temps, la qualité des services offerts par les différents

types de réseau ont une influence positive sur le niveau de consommation des crédits et recharges téléphoniques. Ceci s'explique par le fait que les différents réseaux mènent des activités de marketing parfois agressives envers les clients qui amènent les abonnés à souscrire d'avantage à des services offerts soit par curiosité, soit en termes de nécessité et à la recherche d'une certaine satisfaction. Une fois que ces abonnés franchissent ces étapes de curiosité, libre est le choix d'apprécier la qualité de ces services à eux offerts par les réseaux. Elle est donc subjective dans une moindre mesure. Néanmoins, le constat fait au niveau des services offerts par ces réseaux mobiles donnent à première vue un avantage direct à l'abonné qui y souscrit. C'est cet aspect des services sur les avantages qu'ils procurent, surtout dans le temps qui permet aux abonnés de se faire leur perception de la qualité, mauvaise, bonne ou excellente des services des réseaux. En conséquence, elle détermine unilatéralement l'augmentation de la part du revenu à y consacrer pour toujours en bénéficier.

Par ailleurs, les résultats de calcul des effets marginaux montrent que la variable revenu mensuel est affectée d'un coefficient dont l'estimateur a une réalisation positive. Ainsi, le fait d'être un individu ayant un revenu mensuel augmente de 17,92% la probabilité de consommer de crédit et des recharges comparativement à ceux ne disposant pas de revenus mensuels. Les résultats montrent également que la qualité des services offerts par les réseaux, tels que perçue par les individus augmente de 3,66% %, la probabilité de dépenser une partie de son revenu mensuel de crédit et recharges. Les résultats des effets marginaux sont résumés dans le tableau suivant:

Tableau N°8: Effets marginaux

Variabes	dy/dx.	Std. Err	Z	P>z
RevMens	0,179188	0,00778	-2,30	0,021
QlteServ	0,036642	0,00272	-1,35	0,178
TypRes	-0,0011384	0,00195	-0,8	0,559
Dipl	-0,0005869	0,00133	-0,44	0,659
Sexe	0,0010307	0,00243	0,42	0,671
Age	-0,0001952	0,00015	-1,27	0,203

Source : Résultats de nos enquêtes

Section 2 : Vérification des hypothèses

A ce niveau nous procédons à la vérification de nos hypothèses.

Paragraphe1 : vérification de l'hypothèse1

Par rapport aux résultats de notre estimation le coefficient de la variable « RevMens » est positif et significatif. Par conséquent l'hypothèse N° 1 selon laquelle il existe une corrélation positive entre le revenu mensuel et la dépense en consommation est vérifiée.

Paragraphe 2 : Vérification de l'hypothèse 2

L'analyse des résultats nous montre que la qualité offerte par les réseaux est toute significative au seuil de 1%. Les résultats nous ont également montré que les individus qui possèdent les réseaux MTN et MOOV dépense plus en recharge téléphonique plus que les autres réseaux compte tenu de leur qualité. Par rapport à ces résultats nous pouvons dire que la dépense en consommation des recharges téléphoniques de la population, dépend de la qualité du réseau (type du réseau). Par conséquent l'hypothèse N° 2 selon laquelle la dépense en consommation de recharges téléphoniques dépend du type de réseau est vérifié.

Section 3 : Suggestions

Au terme de notre analyse, nous retenons que le téléphone mobile n'est plus un luxe aujourd'hui, car il joue un grand rôle dans l'accomplissement des missions quotidiennes des usagers. Il est donc nécessaire d'aménager chaque fois le sous-secteur de la téléphonie mobile. Pour cela nous ferons quelques suggestions, à l'endroit du gouvernement, au ministère en charge de la télécommunication et des technologies de l'information, à l'endroit des opérateurs GSM. En effet il faut que :

- Le ministère en charge de la télécommunication et des technologies de l'information et de la communication garde la responsabilité des orientations et des décisions politiques sectorielles comme l'attribution ou non de nouvelle licence,
- L'autorité de régulation veille au respect de la réglementation de l'instruction des dossiers d'attribution des licences conformément à la loi, au traitement des litiges à l'homologation des tarifications des opérateurs GSM, joue le rôle de conseiller auprès du gouvernement et agir comme gardienne des règles de la concurrence dans la secteur de la télécommunication, poursuit également les opérateurs GSM pour l'installation d'infrastructures directes ou indirectes pour améliorer la qualité des réseaux,
- Le gouvernement met en place l'autorité de régulation définitive pour mettre fin au caractère provisoire de celle actuelle,

- Les opérateurs GSM améliorent à chaque fois la qualité de leur réseau, améliorent considérablement la couverture géographique de leur réseau eu regard aux plaintes des usagers,
- Sur le plan commercial, les opérateurs rapprochent les agences et renforcent leur capacité commerciale, accroissent l'offre de service et améliorent la relation client,
- Sur le plan de la qualité du service, les opérateurs font une densification du réseau à travers les villes,
- Les opérateurs font une extension de leur réseau dans les autres localités et une amélioration de la qualité des réseaux, pour cela ils doivent envisager des investissements en infrastructure nationales de télécommunications, en rendant opérationnelle la fibre optique en vue d'améliorer la qualité de la bande passante, pour l'accès facile et à moindre coût à toutes les catégories d'utilisateurs,
- Le gouvernement incite davantage les opérateurs de la téléphonie mobile qui réalisent en ce moment des chiffres d'affaire, à investir dans les secteurs sociaux (santé, éducation,...) pour accompagner les efforts de l'Etat dans le cadre de la stratégie de développement accéléré et de réduction de la pauvreté (SDRP),
- Le gouvernement envisage une étude nationale pour appréhender les effets positifs des actions menées par les opérateurs de la téléphonie mobile en termes de création d'emplois et d'investissement sociaux.

CONCLUSION

Le développement de la téléphonie mobile au Bénin a connu un essor significatif avec un accroissement spectaculaire du nombre d'opérateurs historiques. Cet accroissement s'est accompagné sans doute d'une augmentation régulière du nombre d'abonnés consommant de plus en plus de recharges téléphoniques. Paradoxalement cet accroissement simultané du nombre d'opérateurs GSM et du nombre de d'abonnés ne s'est pas accompagné d'une amélioration du climat des affaires au Bénin. On peut donc chercher à savoir quels sont les mobiles du développement du marché de la téléphonie mobile au Bénin.

L'objectif général de notre étude est d'analyser les facteurs qui peuvent expliquer la demande du téléphone mobile à travers les dépenses de consommation de recharge téléphoniques. Pour y parvenir, nous nous sommes inspirés de la fonction keynésienne de consommation à laquelle nous avons ajouté certaines variables d'intérêt conformément aux hypothèses de notre travail. Ainsi, un modèle économétrique a été spécifié et estimé. Les données utilisées dans ce travail sont issues de notre analyse effectuée sur un échantillon de 200 individus toutes catégorie socioprofessionnelles confondues. Les résultats de notre analyse révèlent que :

- dans la zone d'étude que nous avons choisie (commune d'abomey-calavi), il existe une relation entre le revenu et les dépenses de consommation de recharge téléphoniques. Les dépenses de consommation de recharges téléphonique dans la commune d'Abomey Calavi dépendent donc du revenu des agents économiques,
- les dépenses de consommation en recharges téléphoniques dépendent largement du type de réseau principal autrement dit la qualité offertes par ces réseaux. Le résultat le plus probant dans ce cas est que les réseaux MTN et MOOV sont les plus utilisés comparativement aux autres réseaux.

Face à ces résultats, il urge de faire quelques suggestions à l'endroit des autorités gouvernementales et à l'endroit des opérateurs GSM. En effet, le gouvernement doit jouer sa partition à travers l'ATRPT par une surveillance permanence et une régulation du sous-secteur de la téléphonie mobile. Il doit également inciter les opérateurs de la téléphonie mobile qui réalisent en ce moment des chiffres d'affaire, à investir dans les secteurs sociaux (santé, éducation,...) pour accompagner les efforts de l'Etat dans le cadre de la stratégie de développement et de réduction de la pauvreté (SDRP). Et dans cette logique, l'Etat doit envisager une étude nationale pour appréhender les effets positifs des actions menées par les opérateurs de téléphonie mobile en termes de création d'emploi et d'investissement sociaux.

Les opérateurs GSM doivent envisager des investissements en infrastructures nationales de télécommunication, notamment en rendant opérationnelle la fibre optique en vue d'améliorer la qualité de la bande passante, pour l'accès facile à moindre coût à toutes les catégories d'utilisateurs.

La présente étude pouvait révéler des résultats beaucoup plus probants si la base était plus élargie. De même nous avons rencontré plusieurs difficultés surtout au moment de notre enquête. Ces difficultés sont en grande partie dues à la réticence des enquêtés.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AFFOUGNON Barnabé (2009), Etat des lieux des télécommunications au Bénin..., pour un engagement plus structurant (Rapport National).
- AMZALLAG E.et PICCIOLI N ;(1978) Introduction à la Statistique, page 209.
- Autorité Transitoire de Régulation des Postes de Télécommunication (ARTPT)
- BAILLY J. Luc, CAIRE Gilles, Christophe LAVIALLE et QUILES Jean-José (1999) Edition Bréal, Grand Amphi Economie : MACROECONOMIE pages 61 et 62.
- BEIDOU Abdoullahi, INS Niger, (2009), Impact de la téléphonie mobile sur les conditions de vie des utilisateurs et les intervenants du marché : Rapport final
- BOURBNAIS Régis (2000) 3^{ème}Edition DUNOD, Manuel et exercices corrigés d'ECONOMETRIE, pages 64 et 65.
- CHABOSSOU Foster Augustin (2009-2010), Revue de performance du secteur des TIC au Bénin.
- CHABOSSOU Forster Augustin, SOSSOU Armand Giles et SOGLO Yao Yves (2010) Rapport 2009 sur l'état du secteur des télécommunications au Bénin : Aperçu sur la mise en œuvre de la Déclaration de Politique du Secteur ; Rapport de recherche E-Stratégie du Bénin/ N° 01.
- Dictionnaire UNIVERSEL.
- GUEDJE Ludovic, MONTCHO A. Eric, SOSSA Luc et ALINSSATO S. Alastaire (2010), Cadre réglementaire et institutionnel pour le développement des TIC au Bénin, Rapport de recherche E-Stratégie du Bénin / N° 02.
- Lexique d'Economie.
- SOGLO Yao Yves, GIBIGAYE SALL Mustapha, ADOHINZIN Victor et SOVIDE Nicaise(2010), Applications sectorielles et usage des TIC dans les entreprises Béninoises ; Rapport de recherche E-Stratégie du Bénin/N°5
- SOSSOU Armand Gilles et SENOU Barthélémy (2010), Développement des infrastructures des TIC et fractures numériques au Bénin ; Rapport de recherche E-Stratégie du Bénin/ N° 03.
- Analyse Evolution-Secteur 30-Juin-2015- Bénin.
- Internet au Bénin, Avril 2008, CIPB (Conseil des Investisseurs Privés au Bénin)

ANNEXES

**ANALYSE DE LA DEMANDE DE LA TELEPHONIE MOBILE AU BENIN :
CAS DE LA COMMUNE D'ABOMEY-CALAVI**

Guide d'entretien sur l'usage du téléphone portable dans la commune d'Abomey-Calavi

I- Identification

- Nom :

2- Prénom :

3- Age :

4- village :

5- Sexe : Masculin Féminin

6- Situation Matrimoniale : Marié Célibataire

7- Niveau d'instruction :

Non Scolarisé Primaire Secondaire Universitaire

8- Quels est votre plus grand diplôme ?

CEP BEPC BAC BAC PLUS Autres.....

9- Activité principale

Quelles est votre profession ?

Cultivateur Eleveur Commerçant Artisan

Fonctionnaire Retraité Elève Etudiant autre à préciser.....

II- Les usages du téléphones portable et les coûts y afférents

1- Quel revenu dont vous disposez en moyenne par mois ?

Inférieur à 25000F entre 25000F et 50000F entre 50000F et 100000F

Plus de 100000F

2- Pour quelle raison vous disposez le téléphone portable ?

Luxe Communication Navigation Exigence Autre à préciser.....

3- Quel(s) est (sont) le(s) réseau(x) dont vous disposez ?

MTN MOOV GLO BELLBENIN LIBERCOM

4- Quel réseau vous utilisez le plus ?

MTN MOOV GLO BELLBENIN LIBERCOM

5- Combien vous dépensez en moyenne par mois pour vos consommations du crédit et de recharge téléphonique ?

Inférieur à 1000F entre 1000F et 2000F entre 2000F et 5000F entre 5000F et 10000F entre 10000F et 20000F autre à préciser

III- Qualité et satisfaction des prestations des services des réseaux

1- Quelle est votre satisfaction globale par rapport aux prestations de votre réseau le plus utilisé ?

Mauvaise Moyenne Bonne Très bonne

2- Comment appréciez-vous le niveau de régulation du secteur des GSM ?

Mauvais Moyen Bon Très bon

Table des matières	
DEDICACE 1.....	ii
DEDICAC.....	iii
LISTES DES SIGLES ET ABREVIATIONS	v
Liste des tableaux.....	vi
Resume.....	vii
SOMMAIRE.....	viii
INTRODUCTION.....	1
Section 1 : Problématique et objectif de l'étude.....	3
Paragraphe 1: Problématique	3
Paragraphe 2 : Les objectifs et les hypothèses	4
1- Objectif général	4
2- Objectifs spécifiques.....	4
Section 2 : Revue de la littérature	6
Paragraphe 1 : Généralité sur les TIC au Bénin	6
I- Historique des GSM et son organisation.....	6
A- Historique des GSM	6
B- organisation des GSM.....	7
Tableau N°1 : Répartition du marché de téléphonie mobile par opérateur GSM.....	8
II- Historique et évolution du secteur des TIC.....	9
Paragraphe 2 : Analyse Théorique de la demande de la téléphonie au Bénin.....	13
I- Les déterminants de la demande de la téléphonie mobile au Bénin.	13
II- Quelques études empiriques	15
Section 3 : Méthodologie de l'étude.....	17
Paragraphe1 : Echantillonnage et enquête.....	17
I- ECHANTILLONNAGE ET ELABORATION DU QUESTIONNAIRE	17
Paragraphe 2 : Analyse des données	18
I- Analyse descriptive.....	18
Section1 : Présentation et analyse des résultats.....	21
Paragraphe 1 : Statistiques descriptives des variables incluses dans le modèle	21
I- Perceptions des consommateurs sur la qualité des services offerts par le réseau	21
II- Répartition des enquêtés par type de réseau	21
IV- Répartition des consommateurs selon le niveau d'instruction (diplôme)	24
Figure 3 : Répartition des consommateurs selon le diplôme obtenu	24
V- Répartition des consommateurs selon le sexe.....	24
Figure 4: Répartition des consommateurs selon le sexe.....	24
VI- Répartition des consommateurs selon l'âge.....	25
Paragraphe 2 : Analyse économétrique	25

I- Déterminants de la consommation de crédit et de recharges par les consommateurs.....	25
Figure 6: Courbe ROC	26
II- Présentation des résultats de la matrice de corrélation.	26
Section 2 : Vérification des hypothèses	29
Paragraphe1 : vérification de l'hypothèse1	29
Paragraphe 2 : Vérification de l'hypothèse 2	29
Section 3 : Suggestions	29
CONCLUSION	31
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	33
Annexes.....	34
Table des matières.....	37