

ANALYSE DES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES DES VENDEURS DE TÉLÉPHONE DU BLACK MARKET D'ADJAMÉ (CÔTE D'IVOIRE)

Zohonon Sylvie Céline SERI-YAPI
yapicel@yahoo.fr

Armél Akpénan Junior KOUADIO
akpenan47@gmail.com

Eby Joseph BOSSON
ebybosson@yahoo.fr

Institut de Géographie Tropicale (IGT)
Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody Abidjan

Submitted : 2025-07-03

valued: 2025-11-07

validated: 2025-11-19

Résumé : La présente recherche met en lumière les caractéristiques démographiques et sociales des acteurs de la vente du téléphone mobile du black Market d'Adjamé. L'investigation initiée se fonde sur l'administration d'un questionnaire à 87 acteurs de la vente de téléphone mobile. Ceux-ci ont été sélectionnés sur la base d'une démarche par choix raisonné au sein du black market. Il ressort de l'analyse que 79,31% des vendeurs de téléphones enquêtés sont des hommes. La majorité des vendeurs ont un âge compris entre 20 et 35 ans. Ils sont à majorité musulmans 73,6% et 57,5% sont célibataires. Parmi les vendeurs interrogés, nous enregistrons un taux de non-scolarisation de 8%, environ 4,6% n'a pu excéder le niveau primaire. Ceux ayant le niveau secondaire sont les plus nombreux, ils affichent une proportion de 50,6% quand 32,2% ont atteint le niveau supérieur. La majorité est de nationalité ivoirienne (54%). Les non ivoiriens constituent 46% des enquêtés. Ce sont exclusivement des ressortissants de l'espace CEDEAO parmi lesquels nous avons enregistré 52,5% de nigériens. La plupart des Ivoiriens sont du groupe ethnique mandé (36,2%). Parmi ces vendeurs, 55,2% n'ont pas d'enfant, ceux ayant 1 ou 2 enfants scolarisés sont les plus nombreux (38,5%). La majorité des vendeurs (59,8%) sont des locataires de maison.

Mots-clés : caractéristique sociodémographique, vendeurs de téléphone, Black Market, Adjamé, Côte d'Ivoire.

Abstract : This research sheds light on the demographic and social characteristics of mobile phone salespeople in the Adjamé black market. The investigation was based on administering a questionnaire to 87 mobile phone salespeople. They were selected based on a purposive selection process within the black market. The analysis shows that 79.31% of the phone sellers surveyed are men. The majority of sellers are between 20 and 35 years old. They are

predominantly Muslim (73.6%) and 57.5% are single. Among the sellers surveyed, we recorded a non-schooling rate of 8%, approximately 4.6% could not exceed primary level. Those with secondary level are the most numerous, they show a proportion of 50.6% while 32.2% have reached higher level. The majority are Ivorian nationals (54%). Non-Ivorians constitute 46% of the respondents. These are exclusively ECOWAS nationals, among whom we recorded 52.5% Nigerians. Most Ivorians are of the Mande ethnic group (36.2%). Among these vendors, 55.2% have no children, with the largest number having one or two children in school (38.5%). The majority of vendors (59.8%) are renters.

Keywords: sociodemographic characteristics, telephone vendors, black market, Adjamé, Ivory Coast.

INTRODUCTION : Les pays du Sud ont connu des mutations à travers les technologies de l'information et de la télécommunication (TIC) (Loukou, 2013, p 105). Les outils de télécommunications, notamment le téléphone mobile est aujourd'hui apprécié et présent dans les sociétés africaines. En effet, parmi les autres techniques de télécommunication, la téléphonie mobile occupe la place la plus importante. Ce sont 80 à 90% de territoires urbains qui sont couverts par cet outil (Chéneau-Loquay, 2012, cité par Sène, 2018, p. 16). C'est dire que cette utilisation massive du téléphone mobile en Afrique est un fait particulièrement urbain.

En Côte d'Ivoire, la croissance démographique des villes a donné un coup d'accélérateur à l'utilisation des téléphones portables. En tant qu'appareil de communication, il facilite les échanges entre les populations, rend possible l'accès à toutes sortes d'informations. Il est donc devenu incontournable dans la vie communautaire, culturelle, économique de ses usagers. (Kaboré, 2018, p. 1).

Par ailleurs, l'urbanisation rapide dans un contexte de crise économique entraîne le développement d'activités informelles permettant à de nombreuses personnes sans emploi de vivre ou de survivre. C'est ainsi que le commerce de téléphones portables dans la ville d'Abidjan apparaît comme une des réponses au problème de chômage de jeunes hommes et femmes avec ou sans compétences. Ainsi les rues, les trottoirs, les gares routières etc. sont pris d'assaut de façon anarchique par les vendeurs de téléphone portable (Nassa, 2011, p. 6).

Le « black market » ou marché noir, constitue un des lieux où se vendent des téléphones mobiles, et il s'inscrit dans une pratique informelle d'activités.

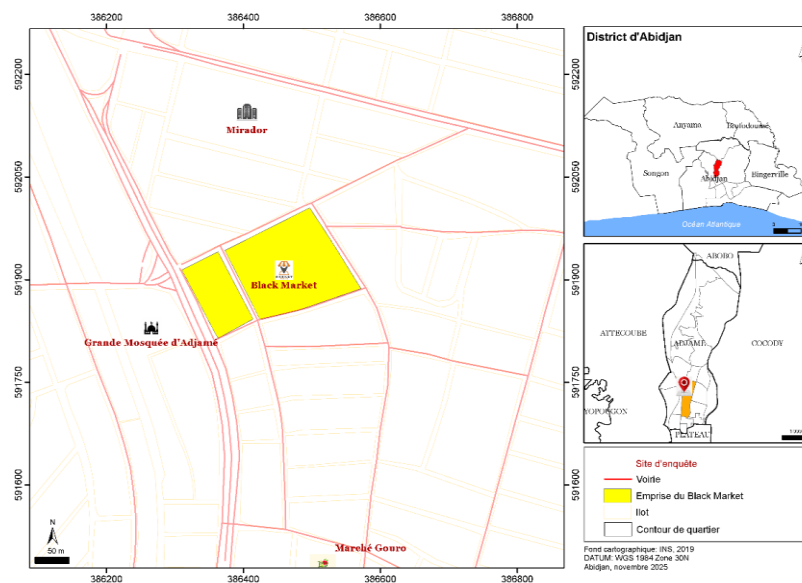
Cet espace localisé dans la partie centre de la commune d'Adjamé connaît une importante animation. Depuis plus d'une décennie, cette activité est exercée sur ce site et jusque-là aucune information n'a été révélée sur le profil des acteurs qui animent cette activité. Cet état de fait justifie cette réflexion qui s'intéresse aux paramètres démographiques et sociales qui caractérisent les populations qui commercialisent les téléphones mobiles sur cet espace. L'objectif de cette étude est de déterminer les caractéristiques sociodémographiques des vendeurs de téléphone mobile au black Market d'Adjamé.

Méthode et données

La collecte des données nécessaires à la présente recherche s'est appuyée fondamentalement sur l'administration d'un questionnaire à un échantillon de vendeurs de téléphone exerçant au black Market d'Adjamé. Le questionnaire constitué à cet effet s'est intéressé à l'identification sociodémographique des commerçants (le lieu de provenance, le sexe, l'âge, la religion, la situation matrimoniale, le niveau d'instruction, la nationalité, le nombre d'enfants, la taille du ménage, la scolarisation des enfants...). La constitution de l'échantillon a reposé sur une approche non probabiliste. Elle a concerné 87 commerçants de téléphones opérant sur le marché informel d'Adjamé ayant accepté de répondre au questionnaire. Cet échantillon est représentatif des vendeurs de téléphone exerçant sur le site du black Market d'Adjamé disponible à ce jour. Il a pu rassembler des commerçants provenant de 7 des 10 communes que compte Abidjan, ainsi que des vendeurs résidant dans la ville d'Anyama (figure 1).

Le traitement des données recueillies a été réalisé avec le logiciel Excel de Microsoft en sa version 2016. Après le dépouillement des questionnaires, une matrice a été saisie et d'elle un tableau croisé dynamique a été conçu. Ce tableau a permis d'opérer une série de croisements entre la variable sexe du vendeur de téléphone (prise comme variable dépendante) et les paramètres sociodémographiques (pris comme les variables indépendantes). Cette option a permis de mettre en exergue les caractéristiques des ménages suivant le genre du vendeur de téléphone.

Figure 1: Localisation du black Market dans la commune d'Adjamé



Résultats

La section des résultats s'articule autour de deux principaux points. Le premier est en rapport avec les caractéristiques démographiques des acteurs de la vente du téléphone mobile et le second traite des caractéristiques sociales des vendeurs de téléphones du black market d'Adjamé.

1. CARACTERISTIQUES DEMOGRAPHIQUES DES VENDEURS

Dans cette section, il est essentiellement question d'analyser les caractéristiques démographiques des vendeurs de téléphone du black Market d'Adjamé. Les indicateurs mobilisés pour l'analyse sont le sexe, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'instruction, la nationalité et le nombre d'enfants.

1.1.Lieu de provenance des vendeurs de téléphone du Black Market

A l'analyse du tableau 1 ci-dessous, on observe que les vendeurs de téléphones proviennent de huit communes du district d'Abidjan. Il s'agit d'Anyama, d'Abobo, d'Adjamé, d'Attécoubé, de Cocody, de Marcory, de Treichville et de Yopougon.

Tableau 1 : Lieu de provenance des vendeurs de téléphone selon le sexe

Lieu de provenance	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Abobo	3	15	18
Adjamé	6	20	26
Anyama	2	2	4
Attécoubé	1	3	4
Cocody	4	5	9
Marcory	0	3	3
Treichville	1	4	5
Yopougon	1	17	18
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

Au regard des statistiques contenues dans le tableau 1 ci-dessus, on constate que 29,88% des vendeurs viennent de la commune d'Adjamé. Ici, 76,92% sont des hommes et 23,08% des femmes. Il est à remarquer que les communes d'Abobo et de Yopougon sont les lieux de provenance respectifs de 20,69% des vendeurs de téléphones du Black Market. A Abobo, l'on enregistre 83,33% d'hommes et 16,67% de femmes et à Yopougon 94,44% d'hommes contre 5,56% de femmes. La commune de Cocody est le lieu de provenance de 10,34% des enquêtés parmi lesquels, l'on enregistre 55,56% d'hommes et 44,44% de femmes. La commune de Treichville abrite 5% des vendeurs de téléphones ; 80% sont des hommes et 20% des femmes. Anyama et Attécoubé sont les communes de provenance respectives de 4,60% des enquêtés. A Anyama, on enregistre une parité de 50% entre homme et femme alors qu'à Attécoubé, l'on compte 75% d'hommes et 25% de femmes. On note que la commune de Marcory est le lieu de provenance de 3,45% des vendeurs de téléphones sis au Black Market. L'ensemble de ces vendeurs sont des hommes.

En somme, la commune d'Adjamé, avec environ 29,88% de l'échantillon est le principal lieu de résidence des vendeurs de téléphone du black Market. Les communes d'Abobo et de Yopougon suivent avec respectivement 20,69% et 20,69% des vendeurs de téléphone. Ces proportions indiquent une concentration significative des vendeurs de téléphone dans les zones résidentielles populaires.

1.2. Des vendeurs de téléphone à majorité jeune et à dominante masculine

La répartition des vendeurs de téléphones au Black par âge selon le sexe, montre que 78,16% ont un âge compris entre 20 et 35 ans. Dans ce groupe, nous constatons une forte dominance des hommes avec une proportion de 83,8% contre 16,2% de femmes. Les vendeurs de téléphones dont l'âge oscille entre 36 et 45 ans représentent 18,39%, parmi eux nous dénombrons 62,5% d'hommes et 37,5% de femmes. Ceux dont la tranche d'âge est de 46 ans et plus représentent 2,29% de l'effectif total des enquêtés. Nous observons dans ce groupe une proportion égale de sexe masculin et féminin avec 50% chacun. Les moins de 20 ans ne représentent que 1,1% de l'effectif total des vendeurs de téléphones enquêtés. Ici, il est à remarquer que l'ensemble des vendeurs (100%) sont de sexe masculin.

Par ailleurs, l'enquête révèle que suivant le sexe 79,3% des vendeurs de téléphones sont des hommes contre 20,7% de femmes. Le nombre d'hommes pour 100 femmes c'est-à-dire le rapport de masculinité est de 383,3. Suivant le sexe, on note que le groupe de vendeurs de téléphones regroupant la tranche d'âge comprise entre 20 et 35 ans présente 61,11% de femmes et 82,6% d'hommes, suivi de celui des 36-45 ans comprenant une proportion de 33,33% de femmes et 14,5% d'hommes. Les vendeurs de téléphones mobiles qui ont 46 ans et plus représentent 5,56% de femmes et 1,45% d'hommes. La proportion des hommes ayant 46 ans et plus est égale à la proportion (1,45%) des hommes de moins de 20 ans, elle représente la proportion la moins élevée de l'effectif masculin.

En somme, la vente de téléphones portables sur l'espace du black Market est dominée par les jeunes avec une forte présence de vendeurs de sexe masculin contre une minorité de vendeurs de sexe féminin, c'est ce que traduit le tableau 2 ci-dessous.

Tableau 2 : Répartition des vendeurs de téléphones par sexe et par âge

Âge	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Moins de 20	0	1	1
20 – 35	11	57	68
36 – 45	6	10	16
46 et plus	1	1	2
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

1.3. Statut matrimonial des vendeurs de téléphones : une prédominance de vendeurs célibataires

La répartition des enquêtés selon le statut matrimonial révèle que sur un effectif total de 87 vendeurs de téléphones, les célibataires sont les plus nombreux de l'effectif avec une proportion de 57,5%. Parmi ceux-ci nous observons une prédominance du sexe masculin avec 86% contre 14% de sexe féminin. Ce groupe est suivi de très loin par les mariés qui représentent 29,9%. Dans ce groupe nous constatons 69,2% d'hommes et 30,8% de femmes et les vendeurs qui vivent en union libre ne représentent que 12,6% des enquêtés. Ceux-ci renferment 72,7% d'hommes contre 27,3% de femmes.

Suivant le sexe, on remarque chez les hommes une forte proportion de célibataires (62,3%), les mariés représentent 26,1% des hommes et ceux vivant en union libre ne comptent que pour 11,6%. Les vendeurs de sexe féminin regroupent 38,9% de célibataires contre 44,4% de vendeuses mariées et 16,7% de vendeuses vivant en union libre.

En somme, l'on retient que la majorité des femmes est mariée ou vit en union libre alors que la majorité des hommes est célibataire, comme le montre le tableau 3 ci-après.

Tableau 3 : Répartition des vendeurs de téléphones selon le sexe et le statut matrimonial

Statut matrimonial	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Célibataire	7	43	50
Marié(e)	8	18	26
Union libre	3	8	11
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

1.4. Religion des vendeurs de téléphones selon le sexe : une majorité de musulmans

La répartition des acteurs de la vente de téléphone du black Market selon la religion montre que la majorité est de religion musulmane avec 73,6%. À l'intérieur de ce groupe, 79,7% sont de sexe masculin contre 20,3% de sexe féminin. Le christianisme vient en seconde position et est pratiqué par 23% des vendeurs de téléphones mobiles avec une forte prédominance d'hommes (75%) contre 25% de femmes. Les vendeurs qui pratiquent une autre religion ne représentent que 3,4% de l'effectif total des enquêtés. Ils sont uniquement que de sexe masculin (100%).

Selon le sexe, l'enquête révèle que 21,7% des hommes et 27,8% de femmes pratiquent la religion chrétienne. 73,9% des hommes sont musulmans ; ce statut compte pour 72,2% des femmes. Les autres religions sont uniquement pratiquées par les hommes avec une proportion bien moindre 4,3% de l'effectif total des hommes.

En somme quel que soit le sexe, les musulmans sont les plus nombreux comme l'indique le tableau 4 ci-après.

Tableau 4 : Répartition des vendeurs de téléphones selon le sexe et la religion

Religion	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Chrétiens	5	15	20
Musulmans	13	51	64
Autres religions	0	3	3
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

1.5. Niveau d'instruction selon le sexe des vendeurs de téléphones : une dominance de vendeurs du niveau secondaire.

L'indicateur du niveau d'instruction constitué comporte six modalités : Sans niveau, primaire, école coranique, secondaire 1^{er} et 2^d cycle et supérieur (tableau 5).

Tableau 5 : Répartition des vendeurs de téléphones selon le sexe et le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Sans niveau	0	7	7
École coranique	0	4	4
Primaire	1	3	4
Secondaire 1 ^{er} cycle	5	16	21
Secondaire 2 ^d cycle	8	15	23
Supérieur	4	24	28
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

La proportion des vendeurs de téléphones qui n'ont jamais fréquenté l'école est de 8% ; et ce sont uniquement des hommes (100%). Parmi les vendeurs de téléphones ayant fréquenté

l'école, 4,6% ont fait l'école coranique ; et ici encore c'est uniquement des hommes. Cette proportion (4,6%) est la même que pour ceux qui ont le niveau primaire. A l'intérieur de ce sous-groupe, trois-quarts des vendeurs est de sexe masculin. Ceux du secondaire (1^{er} et 2^d cycle) sont au nombre de 44, soit une proportion de 50,6% avec respectivement 24,2% au 1^{er} cycle et 26,4% pour le 2^d cycle du niveau secondaire. Parmi ceux-ci, nous observons 70,5% d'hommes (76,2% d'hommes au 1^{er} cycle et 65,2% d'hommes au 2^d cycle) contre 29,5% de femmes au niveau secondaire (23,8% de femmes du 1^{er} cycle et 34,8% des femmes du 2^d cycle). Les vendeurs ayant un niveau d'étude supérieur comptent pour 32,2% de l'effectif total. Parmi eux, nous enregistrons 85,7% d'hommes et 14,3% de femmes.

Suivant le sexe, nous constatons que 34,8% des hommes ont le niveau supérieur. Cette proportion est la plus importante des vendeurs de sexe masculin contre 22,2% de femmes ayant le niveau supérieur. Ils sont suivis par les vendeurs ayant le niveau 2^d cycle du secondaire avec 21,7% de vendeurs de sexe masculin et 44,4% de sexe féminin. Cette proportion est la plus élevée chez les vendeurs de sexe féminin. Parmi ceux qui ont le niveau 1^{er} cycle du secondaire 23,2% sont des hommes et 27,8% sont des femmes, les vendeurs ayant le niveau primaire sont constitués de 4,3% de vendeurs de sexe masculin et 5,5% de sexe féminin. Les vendeurs sans niveau d'instruction et ceux ayant fréquenté l'école coranique compte respectivement pour 5,8% et 10,1% des vendeurs de sexe masculin.

Nous pouvons conclure que les hommes ont un niveau d'instruction légèrement supérieur à celui des femmes.

1.6. Nationalité des vendeurs de téléphones selon le sexe : une majorité d'ivoiriens

Parmi les personnes enquêtées selon leur nationalité, nous constatons une prédominance de vendeurs de nationalité ivoirienne (54%) dont 87,2% de vendeurs de sexe masculin contre 12,8% de vendeurs de sexe féminin. Les non ivoiriens constituent 46% des enquêtés avec 70% de commerçants de sexe masculin contre 30% de sexe féminin. Ce sont exclusivement des ressortissants de l'espace CEDEAO. Les Nigériens sont les plus nombreux comme le montre les données du tableau 6. Ils représentent 24,1% de l'effectif total des vendeurs de téléphones avec 66,7% d'hommes contre 33,3% de femmes. Ce sont pour la plupart des Yoroubas. Après les Nigériens viennent les Maliens (8,04% des enquêtés) avec 57,1% d'hommes contre 42,9% de femmes. Les Burkinabés représentent 6,9% des enquêtés dont 83,3% sont de sexe masculin et 16,7% sont de sexe féminin. Les Béninois ne représentent que 2,3% des enquêtés avec une parité entre les deux sexes soit 50% chacun. Les vendeurs de

nationalité sénégalaise regroupent 4,6% de l'effectif total avec 100% de vendeurs de sexe masculin.

Tableau 6 : Répartition des vendeurs de téléphones selon le sexe et la nationalité

Nationalité	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Béninoise	1	1	2
Burkinabé	1	5	6
Ivoirienne	6	41	47
Malienne	3	4	7
Nigériane	7	14	21
Sénégalaise	0	4	4
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

Selon le sexe, nous remarquons que 59,4% des vendeurs de sexe masculin sont des Ivoiriens et 33,3% sont de sexe féminin. 20,3% de vendeurs de sexe masculin sont de nationalité nigériane, ce statut compte pour 38,9% de sexe féminin. Nous observons que 7,2% d'hommes sont des Burkinabés, ce statut renferme 5,6% des femmes. 5,7% des hommes sont de nationalité sénégalaise, ici on n'enregistre aucune femme. Au niveau de la nationalité malienne, on enregistre 5,7% d'hommes contre 16,7% de femmes. 1,4% d'hommes sont béninois. Ce statut compte pour 5,5% des femmes.

1.7. Les vendeurs de téléphones selon le sexe et l'ethnie : une forte présence du peuple mandé et une majorité des ressortissants de la CEDEAO

La répartition des vendeurs de téléphones par ethnie fait apparaître les quatre grands groupes ethniques de la Côte d'Ivoire. Pour l'analyse, nous avons rassemblé les autres ethnies de la sous-région ouest-africaine sous l'appellation « autres ethnies de la CEDEAO ». Il ressort du tableau 7 que les Akans représentent 25,5% de l'effectif total des enquêtés ivoiriens. Ce groupe ethnique se retrouve au sud, au centre et à l'est de la Côte d'Ivoire avec une forte présence d'hommes soit 83,3% et une faible proportion de femmes estimée à 16,7%. Le second groupe est celui des Gour, ils représentent 31,9% de l'effectif total des vendeurs ivoiriens enquêtés, avec 93,3% d'hommes et 6,7% de femmes. Le troisième groupe (les Mandé), sont situés dans les régions de l'Ouest et du Nord-Ouest de la Côte d'Ivoire. Ce groupe ethnique représente 36,2% de l'effectif total des enquêtés ivoiriens avec 82,4% de vendeurs de sexe masculin et 17,6% de vendeurs de sexe féminin. En ce qui concerne les

Mandé, ceux du Nord sont les plus représentés, soit 31,9% avec une forte prédominance des Malinkés. La proportion des mandés du Nord est égal à celui des Gour. Quant aux Mandés du sud (Dan et Yacouba), ils ont une proportion moins importante (4,3%). Le dernier groupe ethnique est celui des Krou. On les rencontre au Sud-Ouest et au Centre-Ouest de la Côte d'Ivoire. Ils sont les moins nombreux des quatre grands groupes ethniques interrogés soit (6,4%) avec 100% de vendeurs de sexe masculin.

Tableau 7 : Répartition des vendeurs de téléphones ivoiriens selon l'ethnie

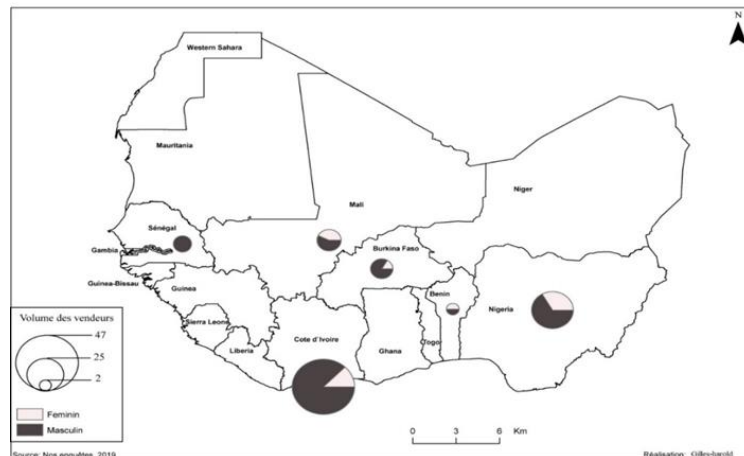
Ethnie	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Akan	2	10	12
Gour	1	14	15
Krou	0	3	3
Mandé	3	14	17
Sous total	6	41	47
Autre ethnie de la CEDEAO	12	28	40
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

L'analyse du tableau 7 suivant le sexe nous montre que les quatre grands groupes ethniques de la Côte d'Ivoire comptent 59,4% de l'ensemble des hommes interrogés. Ce statut compte pour 33,3% de l'ensemble des femmes enquêtées. Aussi 40,6% des hommes viennent des pays de la sous-région (CEDEAO). Ce statut rassemble 66,7% des femmes. En ce qui concerne la répartition des quatre groupes ethniques ivoiriens selon le sexe, le tableau nous révèle que 24,4% des hommes et 33,3% des femmes sont des Akans. 34,1% de l'effectif des hommes ivoiriens sont des Gour pour 16,7% des femmes. Les Krou représentent 7,3% d'hommes, ici nous n'enregistrons aucune femme. Les Mandés représentent 34,1% de vendeurs de sexe masculin et 50% de vendeurs de sexe féminin.

Il ressort de l'analyse que les femmes sont beaucoup plus représentées dans la population de vendeurs issus de la CEDEAO. En revanche au niveau des Ivoiriens, nous notons que quel que soit le groupe ethnique, les hommes sont les plus nombreux. C'est ce que traduit la figure 2 ci-dessous.

Figure 2 : Proportion des vendeurs de téléphones portables selon la nationalité



2. CARACTÉRISTIQUES SOCIALES DES VENDEURS.

Cette section met en relief les caractéristiques sociales des vendeurs de téléphone du black Market d'Adjamé. Les indicateurs mobilisés pour l'analyse sont la taille du ménage, le nombre d'enfants et le statut du logement occupé.

2.1. Taille des ménages des vendeurs de téléphones selon le sexe

Les résultats des enquêtes effectuées et consignés dans le tableau 8 ci-dessous présentent la répartition des enquêtés par sexe selon le nombre d'enfants. On observe que 55,2% de commerçants n'ont pas d'enfants. Parmi ceux-ci, on enregistre 83,3% d'hommes et 16,7% de femmes. Les vendeurs de téléphones qui ont entre 1 et 2 enfants représentent 20,7% des enquêtés. Ici, ce sont 16,7% de femmes contre 83,3% d'hommes. Les vendeurs de téléphones qui ont 3 à 4 enfants représentent 14,9% des vendeurs interrogés. Dans ce groupe, on note 38,5% de femmes contre 61,5% d'hommes. Ils sont suivis par le groupe des vendeurs qui a 5 enfants et plus avec 9,2% de l'effectif total. Dans ce groupe, il y a 25% de femmes contre 75% d'hommes.

Tableau 8 : Répartition des vendeurs de téléphones par sexe selon le nombre d'enfants

Nombre d'enfants	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
0	8	40	48
1 à 2 enfants	3	15	18
3 à 4 enfants	5	8	13
5 enfants et plus	2	6	8
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

Suivant le sexe, on constate que 44,4% des femmes n'ont pas d'enfants contre 58% chez les hommes. Nous observons que 16,7% des femmes ont entre 1 et 2 enfants ; ici, sont concernés 21,7% d'hommes. Nous enregistrons 11,6% des hommes ayant 3 à 4 enfants contre 27,8% de femmes. Seulement 11,1% des femmes ont 5 enfants et plus, ce statut ne compte que pour 8,7% des hommes.

Au total, il ressort que les hommes sont majoritaires dans le groupe des vendeurs qui n'ont pas d'enfant et de ceux qui ont entre 1 et 2 enfants ; alors que les femmes sont les plus nombreuses dans le groupe des vendeurs ayant 3 enfants et plus.

2.2. Nombre d'enfants scolarisés des vendeurs de téléphones selon le sexe : une dominance des vendeurs qui ont 1 à 2 enfants scolarisés

Le tableau 9 ci-dessous présente les personnes enquêtées s'étant prononcées sur le nombre d'enfants scolarisés selon le sexe. Celles-ci ont été regroupées en cinq modalités : pas d'enfants scolarisés, 1 à 2 enfants scolarisés, 3 à 5 enfants scolarisés, plus de 5 enfants scolarisés et les non concernés (les vendeurs qui n'ont pas d'enfants). Parmi les vendeurs de téléphones qui ont des enfants, 38,5% ont 1 à 2 enfants scolarisés. Ce sont 80% d'hommes contre 20% de femmes. Ils sont suivis du groupe de vendeurs qui ont 3 à 5 enfants scolarisés avec une proportion de 30,8% comprenant 41,7% d'hommes et 58,3% de femmes. Ceux qui ont plus de 5 enfants scolarisés ne sont pas nombreux (7,7%). Ce sont tous des hommes. 23,1% de l'effectif des vendeurs ayant des enfants, n'ont pas d'enfants scolarisés. L'ensemble de ces vendeurs de téléphones (100%) sont des hommes. La majorité de ces vendeurs ont signifié que leurs enfants n'ont pas l'âge d'être scolarisés.

Tableau 9 : Répartition des vendeurs selon le sexe et le nombre d'enfants scolarisés

Nombre d'enfants scolarisés	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Pas d'enfants scolarisés	0	9	9
1 à 2 enfants	3	12	15
3 à 5 enfants	7	5	12
Plus de 5 enfants	0	3	3
Sous total	10	29	39
Non concernés	8	40	48

Total général	18	69	87
----------------------	-----------	-----------	-----------

Source : nos enquêtes, 2019

Suivant le sexe, on constate que 58% des hommes et 44,4% des femmes ne sont pas concernés par cette rubrique. Parmi ceux qui ont des enfants (1 à 2 enfants scolarisés), 41,4% sont des hommes et 30% des femmes. On observe que 31% des hommes n'ont pas d'enfants scolarisés. Par ailleurs, on remarque que 10,3% des hommes ont plus de 5 enfants scolarisés, ce statut ne compte aucune femme. Les vendeurs qui ont 3 à 5 enfants scolarisés représentent 17,2% des hommes et 70% des femmes.

En somme, il ressort que la majorité des femmes ont entre 3 à 5 enfants scolarisés alors que les hommes sont plus représentés dans le groupe des vendeurs ayant 1 à 2 enfants et ceux ayant plus de 5 enfants scolarisés.

2.3. Statut de logement des vendeurs selon le sexe

La répartition des vendeurs de téléphones en fonction du statut d'occupation du logement (tableau 10) montre que les vendeurs de téléphones propriétaires de maisons représentent la plus faible proportion (9,2%) comprenant 75% de vendeurs de sexe masculin contre 25% de vendeurs de sexe féminin. Plus de la moitié des personnes enquêtées sont des locataires de maison avec un effectif de 52 vendeurs de téléphones, soit 59,8% de l'effectif total des enquêtés. Parmi ceux-ci, l'on enregistre 82,7% de vendeurs de sexe masculin et 17,3% de vendeurs de sexe féminin. On note que 31% des enquêtés sont logés gratuitement. Ce groupe comporte 74,1% d'hommes et 25,9% de femmes.

Tableau 10 : Répartition des vendeurs de téléphones selon le statut d'occupation du logement

Statut du logement	Sexe		Total général
	Féminin	Masculin	
Locataire de maison	9	43	52
Propriétaire de maison	2	6	8
Logé gratuitement	7	20	27
Total général	18	69	87

Source : nos enquêtes, 2019

Suivant le sexe, on constate que 62,3% des hommes sont des locataires de maison. Ce statut renferme 50% de femmes. 8,7% des hommes sont propriétaires de maison contre 11,1% de

femmes. 29% des hommes sont logés gratuitement, ce groupe de vendeurs comprend 38,9% de femmes. Quels que soient les deux sexes, la majorité vit en location.

Discussion

Nos analyses ont permis de mettre en évidence les paramètres sociaux et démographiques des commerçants de téléphones du Black Market. Cela a permis de lever un coin de voile sur les caractéristiques de ces acteurs incontournables de la vie économique de la commune d'Adjamé. Il ressort que ce marché est animé par de jeunes adultes de 20 à 45 ans majoritairement de sexe masculin. La proportion des femmes qui exerce dans ce milieu n'atteint pas le quart de l'effectif enquêté. Cette réalité est confirmée par l'étude de Souley (2023, p. 1796) qui note qu'effectivement le black Market est un espace spécialisé dans la vente de produits manufacturés (articles électroniques et électroménagers, quincaillerie, lunetterie, vestimentaires...) avec une faible présence de femmes. Lors des entretiens réalisés avec quelques-unes lors de notre enquête, ces vendeuses ont pu être classées en trois catégories. Celles qui sont effectivement propriétaires des box ou des magasins, celles qui sont des employées de commerçants et celles qui assurent l'intérim de leurs frères allés s'approvisionner en marchandises à l'extérieur. L'on pourrait affirmer que leur faible représentativité dans le commerce de la téléphonie mobile n'est pas étonnante au vu de la configuration des marchés africains. En effet, selon le Plan National de Développement ivoirien 2021-2025 (p 69), le domaine de prédilection des femmes, c'est le commerce des produits vivriers. Aux dires des enquêtées, étant associées dans la culture ivoirienne à la gestion des ressources alimentaires et à la cuisine, les femmes s'intéressent davantage au commerce du vivrier, qui est lié à leur rôle traditionnel dans la famille. De plus, le commerce de vivrier ne nécessite pas un niveau d'éducation et de formation dans des domaines techniques ou les nouvelles technologies où les hommes ont plus d'opportunités. On peut donc parler d'une spécialisation des activités commerciales sur les marchés. C'est ce qui amène Kergoat (2001, p. 80) et Bourdeau et *al.* (2021, p. 154) à parler de division sociale ou sexuelle du travail. Ces auteurs insistent sur le principe organisateur de la séparation du travail dans la société dans la mesure où il y a des activités pour les hommes et des activités pour les femmes.

Nos investigations ont montré que la majorité (50,6%) des enquêtés ont le niveau secondaire. Maatouk (2003, p. 336) et Napo (2020, p. 143) confirment ces résultats dans leurs études

respectives. Mais on constate que des acteurs qui ont le niveau universitaire s'intéressent de plus en plus à cette activité. Nos enquêtes ont révélé que 32,2% de l'effectif total des commerçants de téléphones interrogés ont le niveau supérieur. C'est ce que révèle aussi Magassa (2009, p. 70) dans ses conclusions sur les acteurs qui exercent dans le commerce de la téléphonie mobile au grand marché de Bamako (Wall Street). La présence de plus en plus remarquée de jeunes diplômés dans ce secteur est selon Nassa (2011, p. 6) une réponse à la problématique de leur insertion sur le marché de l'emploi. Pour Napo (2020, p. 137), avec le désengagement de l'Etat et son corollaire de mesures d'austérité, des jeunes (filles ou hommes) diplômés togolais au chômage et livrés à eux n'ont pas d'autres alternatives que de se lancer dans le commerce de téléphones portables pour gagner leur vie.

Pour cet auteur, ce métier est une « activité de dépannage ». Leur niveau d'étude constitue dans une certaine mesure un atout pour ce secteur. En fait, cela leur permet d'être mieux outillés pour suivre tous les changements permanents des produits proposés dans cette activité. Dans notre cas, les investigations ont mis en évidence que le manque d'emploi et de ressources financières, lié à la recherche d'autonomie financière, a incité une grande partie des vendeurs interrogés (40,2%) à se lancer dans la vente de téléphones, qu'ils considèrent comme une activité très lucrative.

L'importance numérique des vendeurs de nationalité ivoirienne dans notre échantillon est à prendre avec assez de réserves. Certes, l'on parle de plus en plus d'ivoirisation dans le secteur informel. (Bredeloup, 2002, p. 273) note que de plus en plus de nationaux sont présents sur les marchés urbains. A ce sujet, Schilling et Dembélé (2019, pp. 189-190) expliquent que désireux de redorer leur image, de jeunes diplômés ivoiriens tancés d'inconscients et de désœuvrés, s'investissent de plus en plus dans le domaine de la téléphonie mobile. Cependant, selon Agoh et Lognon (2020, p. 451), tous ces efforts ne suffisent pas parce que ce sont les communautés issues de l'immigration ouest africaine (particulièrement de la CEDEAO) qui ont la mainmise sur le secteur informel en Côte d'Ivoire.

En ce qui concerne les marchés de la téléphonie mobile en Afrique de l'Ouest, Dembélé (2023, p. 219), souligne dans son étude sur le marché Tecno de Treichville qu'une des filières d'approvisionnement du marché abidjanais est détenue par les Nigériens. C'est d'ailleurs la nationalité la plus importante après les Ivoiriens selon nos investigations au Black Market. Ils représentent pratiquement 45% de l'effectif total des non nationaux interrogés. C'est d'ailleurs la nationalité qui dispose la proportion la plus importante de femmes enquêtées dans

notre travail. Pour Diby et *al.*, (2021, p. 51), le monopole des immigrants dans ce secteur découle de l'existence d'un important réseau « ethnique ou de nationalité ». Ces auteurs dans leurs recherches sur l'exclusivité ethnique dans certains secteurs d'activités informelles dans le district d'Abidjan, démontrent que ces étrangers s'appuient sur des liens familiaux et communautaires forts déjà existant dans le pays d'accueil. Ce sont ces « parents » qui facilitent leur intégration dans ce secteur.

Tous ces constats démontrent qu'avec un échantillon d'enquête plus important, nos résultats auraient sûrement révélé qu'effectivement le secteur des activités économiques informelles est dominé par des non nationaux.

En ce qui concerne la situation familiale des vendeurs de téléphones du Black Market, il ressort de nos observations que ces commerçants se caractérisent par leur jeunesse dans la mesure où trois quarts d'entre eux ont un âge compris en 20 et 35 ans. C'est pratiquement dans cette même tranche d'âge que se retrouvent selon Magassa (2009, p. 26) la plupart des acteurs de la téléphonie mobile du marché « Wall Street ». Leur jeunesse explique sûrement le fait que plus de la moitié des vendeurs du Black Market soit célibataire et n'ait pas d'enfant à charge. Les vendeurs de téléphones de Dékon à Lomé sont aussi généralement célibataires (Napo, 2020, p. 142). Mais contrairement à ceux d'Adjamé, ils ont à charge au moins trois (3) personnes.

Lors de nos entretiens, nombreux (31%) ont soutenu exercer cette activité pour satisfaire leurs besoins immédiats en attendant l'obtention d'un emploi formel stable.

CONCLUSION : Cette recherche visait à analyser les caractéristiques sociodémographiques des acteurs impliqués dans la vente de téléphones mobiles au black Market d'Adjamé. Les résultats montrent que 79,31% des vendeurs interrogés sont des hommes, principalement âgés de 20 à 35 ans et 57,5% sont des célibataires. La majorité des vendeurs, soit 73,6%, se déclare musulmane suggérant des influences culturelles et religieuses sur les pratiques commerciales au sein du black Market. En ce qui concerne leur niveau d'éducation, 8% des vendeurs sont non scolarisés, tandis qu'environ 4,6 % n'ont pas dépassé le niveau primaire. Les titulaires du niveau secondaire représentent la plus grande proportion avec 50,6%, suivis de 32,2% ayant atteint le niveau supérieur. Le fait que 8% soient non scolarisés et 4,6% n'aient pas dépassé le niveau primaire soulève la corrélation entre l'accès à l'éducation et les opportunités économiques et indique une certaine précarité et un manque d'alternatives professionnelles

pour les acteurs ayant un faible niveau d'éducation. La majorité des vendeurs sont de nationalité ivoirienne (54%), tandis que les non-Ivoiriens, qui constituent 46% des enquêtés, proviennent exclusivement de l'espace CEDEAO, avec 52,5% d'entre eux étant Nigériens. Ces résultats mettent en évidence l'importance des échanges transfrontaliers et la diversité culturelle au sein du black market. La forte représentation des Nigériens (52,5%) parmi les non-Ivoiriens indiquent des réseaux commerciaux spécifiques entre ces deux pays. Parmi les Ivoiriens, le groupe ethnique mandé est le plus représenté (36,2%). En ce qui concerne la situation familiale, 55,2% des vendeurs n'ont pas d'enfants, tandis que ceux ayant un ou deux enfants scolarisés représentent 38,5%. Enfin, 59,8 % des vendeurs sont locataires de leur logement.

Ces résultats mettent en évidence des caractéristiques sociodémographiques qui révèlent des enjeux économiques, éducatifs et sociaux importants pour les acteurs de la commercialisation des téléphones mobiles au black Market d'Adjamé. Ils soulignent la nécessité d'une attention particulière aux politiques publiques visant à améliorer l'accès à l'éducation, à soutenir l'entrepreneuriat et à renforcer la sécurité économique de ces vendeurs.

Références bibliographiques

AGOH Kouamé Francis et LOGNON Jean-Louis, Construction sociale de l'insertion minoritaire des Ivoiriens dans la vente des pièces détachées automobiles à Abidjan-Abobo (Banco N'dotré), SLC n°14, décembre 2020, pp. 450-466.

AWOLO Souley Abdou Salam (2023) "Pratiques de gestion et performance financière des micro-entreprises ivoiriennes : Cas des pratiques comptables chez les commerçants du Black-Market d'Adjamé (District d'Abidjan)", *International Journal of Strategic Management and Economic Studies (IJSMES)*, 2(5), pp. 1787–1804. Doi : 10.5281/zenodo.8397505.

BREDELOUP Sylvie (2002), Abidjan, un dispositif marchand en mutation In : Gouvernance, dynamiques urbaines et développement économique : une analyse comparative des métropoles de Durban, Abidjan et Marseille. Durban (ZAF) ; Paris : Plumblin ; IRD, p. 255-283 ISBN 0-620-28672-5

DEMBELE Abdul-Aziz, « Les marchés de la téléphonie mobile en Afrique de l'Ouest : dynamiques populaires et stratégies des firmes globales », *Suds* [En ligne], 287 | 2023, mis en

ligne le 01 janvier 2025, consulté le 09 janvier 2025.URL :
<http://journals.openedition.org/suds/409> ; DOI : [https:// doi.org/10.4000/suds.409](https://doi.org/10.4000/suds.409) ;

DIBY Papy Alain Trésor, SOKOTO Tiéry , BLA Ypodé Emmanuel (2021). L'ethnicité : Une ressource principale de monopolisation des activités du secteur informel par des entreprises immigrés à Abidjan (Côte d'Ivoire). PASRES. Pp 43-52.

Entretien avec DARMANGEAT, Christophe, Réalisé par BOURDEAU, Vincent, GUILLET, Ariel et SANTORO, Chloé, 2021. Division sexuelle du travail et domination sociale : retour sur quelques idées reçues. Mouvements, 2021/2 n° 106, p.153-161. DOI : 10.3917/mouv.106.0153. URL:<https://shs.cairn.info/revue-mouvements-2021-2-page-53?lang=fr>.

KABORE Wendpanga Rodrigue. Usages agricoles des terminaux mobiles au Burkina Faso. Sciences de l'information et de la communication. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2018. Français. ffNNT : 2018BOR30064ff. fftel-02073164

KERGOAT Danièle, "Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe", in Bisilliat, Jeanne, et Christine Verschuur. Genre et économie : un premier éclairage. Genève : Graduate Institute Publications, 2001, pp. 78-88, DOI : 10.4000/books.iheid.5419

LOUKOU Alain François, 2013. Les techniques d'information et de communication (Tic) et l'évolution de l'économie africaine : vers une hybridation des activités. Les Enjeux de l'information et de la communication, 2013/1 n° 14/1, p.103-116. DOI : 10.3917/enic.014.0103. URL : <https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-1-page-103?lang=fr>.

MAATOUK Frédéric, Les nouveaux métiers électroniques de Tripoli (Liban). In : Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe. Lyon : Maison de l'Orient et de la Méditerranée Jean Pouilloux, 2003. pp. 331-347. (Monde arabe et musulman. Orient-Méditerranée, 1)

MAGASSA Seydou, 2009, Mémoire de Maîtrise, Mobilité sociale et marché de la téléphonie mobile dans le district de Bamako, Faculté des Lettres, Langues, Arts et Sciences Humaines Département d'enseignement et de recherche des Sciences Sociales Section : Sociologie – Anthropologie Option : Anthropologie, Université de Bamako, 86 pages.

Ministère du Plan et du Développement, Plan National de Développement (PND) 2021-2025, république de Côte d'Ivoire, Tome 1, diagnostic stratégique, 200p.

NAPO Gbati, La vente des téléphones portables et métiers connexes à Deckon (lome) : une réponse aux problèmes socio-économiques, 2020, Revue Internationale de Linguistique Appliquée, de Littérature et d'Education Volume 3 Numéro 3 octobre 2020 ISSN 1840 – 9318, 136-151

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

SCHILLING Hannah et DEMBELE Ousmane, Jeunes entrepreneurs de la téléphonie mobile à Abidjan : du lien social entrepreneurial au service de l'exploitation économique, Politique africaine n°153 • 2019/1 • p.181-201.

SENE Abdourahmane Mbade. « L'urbanisation de l'Afrique : davantage de bidonvilles ou des villes intelligentes ? ». Population & Avenir, 2018/4 n° 739, 2018. p.14-16.

CAIRN.INFO, [shs.cairn.info/revue-population-et-avenir-2018-4-page-14 ?lang=fr](https://shs.cairn.info/revue-population-et-avenir-2018-4-page-14?lang=fr).

www.persee.fr/doc/mom_1633-4310_2003_act_1_1_3968