

L'auto Emploi Des Jeunes : Cas Des Promoteurs De Micro Entreprises Tic De Cybercafés De Yopougon-Niangon

Self-Employment of Young People: The Case of Promoters of ICT Micro Companies in Cybercafes in Yopougon-Niangon

KOTAKI Kouabenan Bonaventure¹, AKA Aoutou Cyrille², COULIBALY Amara³ and AKMEL Meless Siméon^{4*}

¹Docteur, ^{2,3}Assistant, ⁴Maître de Conférences, Département d'Anthropologie et de Sociologie, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Received 01 Oct 2022, Accepted 23 Oct 2022, Available online 24 Oct 2022, Vol.10 (Sept/Oct 2022 issue)

Résumé

La question de l'insertion professionnelle apparaît comme une préoccupation majeure pour les jeunes ivoiriens. Malgré les efforts de l'État, la situation de l'emploi des jeunes reste toujours précaire. Face à ce défi de l'emploi, les jeunes de Yopougon Niangon ont développé une stratégie de résilience à travers l'auto emploi des micro-entreprises TIC de cybercafés. L'objectif de l'étude est d'analyser les opportunités et les contraintes de développement des micro-entreprises cybercafés dans la promotion de l'auto emploi des jeunes. L'étude repose sur une approche méthodologique qui consiste en une enquête sur le terrain auprès de 110 personnes. La méthode utilisée est à la fois qualitative et quantitative. Elle a mobilisé des outils de collecte de données dont le guide d'entretien, le questionnaire et les entretiens. D'abord, la recherche a montré que le secteur des TIC est créateur d'emplois et de richesses. Ensuite, elle a révélé que des micro-entreprises des cybercafés contribuent à la création d'emploi et à l'insertion socio-économique des jeunes. Enfin, la recherche a déterminé que les promoteurs et leurs micro-entreprises de cybercafés, connaissent des difficultés liées à l'accès au financement et à la méconnaissance des dispositions réglementaires. Cette étude amène une réflexion critique sur l'insertion socio-économique et socio-professionnelle des jeunes par la promotion de l'auto emploi des micro-entreprises en Côte d'Ivoire.

Mots clés : Micro-Entreprises, Tic, Cybercafe, Auto Emploi, Jeunes, Promoteurs

Abstract

The issue of professional integration appears to be a major concern for young Ivorians. Despite the efforts of the Government, the employment situation for young people remains precarious. Faced with this employment challenge, the young people of Yopougon Niangon have developed a strategy of resilience through the self-employment of ICT micro-enterprises in cyber cafes. The objective of the study is to analyze the opportunities and constraints for the development of micro-enterprises cyber cafes in the promotion of self-employment of young people. The study is based on a methodological approach that consists of a field survey of 110 people. The method used is qualitative and quantitative. It mobilized data collection tools including the interview guide, the questionnaire and the interviews. First, research has shown that the ICT sector creates jobs and wealth. Then, she revealed that micro-enterprises in cyber cafes contribute to job creation and the socio-economic integration of young people. Finally, the research has determined that promoters and their micro-enterprises of cyber cafes, experience difficulties related to access to finance and lack of awareness of regulatory provisions. This study leads to a critical reflection on the socio-economic and socio-professional integration of young people by promoting the self-employment of micro-enterprises in Côte d'Ivoire

Keywords: Micro-Enterprises, Ict, Cybercafe, Self-Employment, Young People, Promoters

*Corresponding author's ORCID ID: 0000-0000-0000-0000
DOI: <https://doi.org/10.14741/ijmcr/v.10.5.5>

1. Introduction

La Côte d'Ivoire connaît depuis quelques années une augmentation effrénée de sa population jeune et l'une

des conséquences en est le chômage. Ce phénomène prend de plus en plus de l'ampleur dans la ville d'Abidjan. En effet, selon le rapport de l'AGEPE en 2012 à Abidjan, sur une population de 2 575 972, la ville comptait 505128 jeunes chômeurs (AGEPE 2012). Face au chômage, l'État

ivoirien a aménagé des efforts pour l'insertion des jeunes, notamment, le programme « *AGIR POUR LES JEUNES* » qui a généré environ 4500 emplois (MEMEMASFP 2014). Cependant, la jeunesse ivoirienne reste encore confinée dans le chômage, le sous-emploi et la précarité. Par conséquent, certains jeunes ont décidé de s'auto-employer à travers l'auto emploi des micro-entreprises. À Abidjan, particulièrement à Yopougon-Niangon, les jeunes promoteurs ont sollicité le secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) pour leur insertion socio-économique. En effet, ils se sont investis dans la création de micro-entreprise de cybercafés. C'est dans ce contexte que nous portons notre regard sur cette commune, fortement marquée par :

-Le secteur des TIC, créateur d'emplois et de richesses. En effet, selon l'ARTCI, les TIC contribuent à la croissance du PIB. Les acteurs du secteur informel des TIC ont permis de mettre en évidence un chiffre d'affaires de plus de 4,8 milliards de FCFA soit, une valeur ajoutée de 884 millions de FCFA. En 2016, ce secteur comptait environ 100 000 emplois créés (99 896 emplois créés) dont 17 018 emplois directs (ARTCI 2018). Ce nouvel environnement économique est dominé par les jeunes promoteurs de tous niveaux d'études dont l'âge oscille entre 20 et 45 ans.

-L'organisation socio-économiques des promoteurs et les dispositions réglementaires. Les jeunes promoteurs de Yopougon-Niangon opèrent dans les cybercafés. Ils occupent des magasins moyennant paiement de loyers et des taxes communales. Ces micro-entreprises exercent dans divers domaines aussi bien de la production, du service et de la distribution. Les promoteurs souscrivent à l'internet avec un opérateur (orange, MTN, ADSL, AFNET etc.). Ils proposent à leurs clients des services comme la navigation internet, la saisie et le traitement de texte, la reliure, les photos numériques, l'impression de documents, la photocopie etc. La diversité des activités offertes par les cybercafés permettent de générer des revenus. Les revenus des cybercafés permettent également aux promoteurs de satisfaire à leur bien-être et celui de leur famille (scolarisation des enfants). Ces micro-entreprises de cybercafés contribuent à l'insertion socio-économique de ces jeunes et au développement de l'auto emploi.

-Les difficultés d'accès aux financements, la méconnaissance et le non-respect des dispositions réglementaires des micros entreprises. Les promoteurs ne déclarent pas leurs activités à la Mairie de Yopougon, encore moins au registre du commerce et du crédit mobilier. De même, ils ne font pas identifier le cybercafé à l'ARTCI. Cela les expose à payer des amendes allant jusqu'à la fermeture du cybercafé.

De ces constats découle une série de questions dont la principale est : quelles sont les opportunités et

contraintes de l'auto emploi des micro-entreprises de cybercafés des jeunes de Yopougon Niangon ? À cette question principale sont rattachées des questions secondaires : Qu'est-ce qui pousse les jeunes à travers l'auto emploi des micros entreprises des TIC ? Comment se présentent l'organisation socio-économique des promoteurs et l'environnement réglementaire de micro-entreprises de cybercafés de Yopougon Niangon ? Quelles sont les contributions et les difficultés de l'auto emploi des micro-entreprises de cybercafés des jeunes de Yopougon Niangon ?

L'objectif de cette étude est : d'analyser les opportunités et les contraintes des micro-entreprises cybercafés dans la promotion de l'auto emploi jeunes de Yopougon-Niangon. Il est soutenu par des objectifs spécifiques qui consistent d'abord à présenter le secteur des TIC et les caractéristiques des promoteurs. Ensuite, elle décrit l'organisation socio-économique des promoteurs et l'environnement réglementaire de micro-entreprises de cybercafés de Yopougon-Niangon. Enfin, l'étude analysera les contributions et les contraintes des micro-entreprises cybercafés dans la promotion de l'auto emploi jeunes.

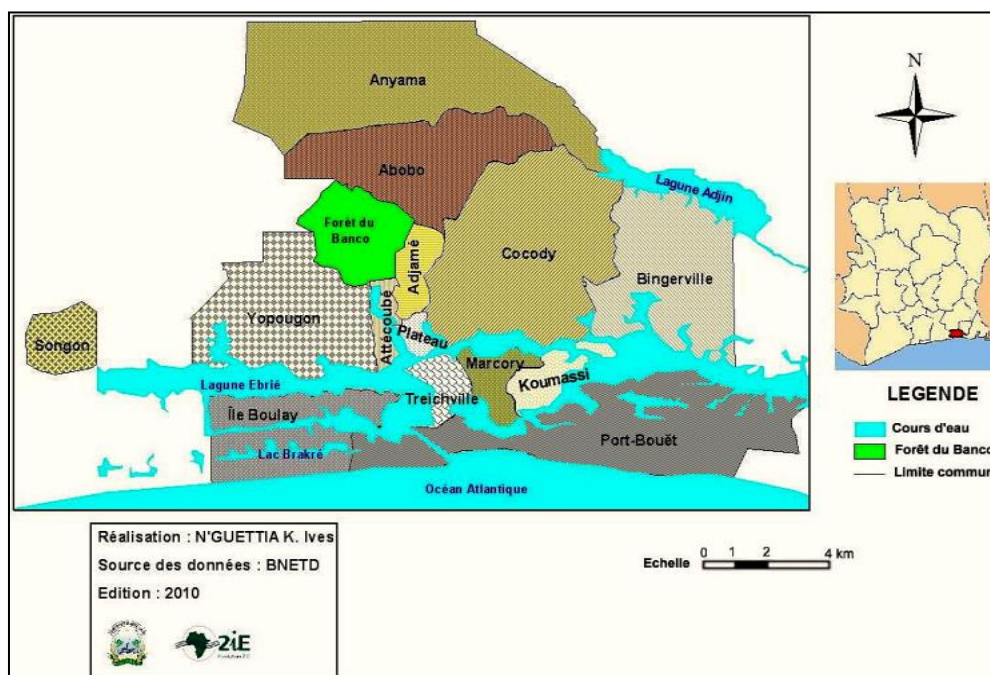
La thèse soutenue est la suivante : Les micro-entreprises de cybercafés des jeunes de Yopougon-Niangon présentent des opportunités pour l'auto emploi des jeunes, mais elles subissent des contraintes de développement. Elle est supportée par des hypothèses spécifiques, dont la première soutient que: les enjeux socio-économiques et de création d'emplois qu'offrent le secteur des TIC suscitent l'intérêt des jeunes à créer des micro entreprises de TIC. La deuxième montre que : l'organisation socio-économique des promoteurs et les dispositions réglementaires de micro entreprises de cybercafés à Yopougon-Niangon influencent le développement des activités. La troisième hypothèse indique que : les micro-entreprises de cybercafés contribuent d'une part à l'insertion socio-économique et professionnelle des jeunes. Elles subissent d'autre part, des contraintes liées aux financements, à la méconnaissance et au non-respect des dispositions réglementaires des cybercafés.

2. Méthodologie

2.1 Site de l'étude

Le site d'enquête est Yopougon (environ 2 millions d'habitants) précisément, le quartier Yopougon-Niangon (environ 500 000 d'habitant). Il est situé au sud de la commune de Yopougon (Voir carte). Le choix de ce site réside au fait que le quartier Yopougon-Niangon constitue un pôle économique de Yopougon. Yopougon-Niangon regorge un nombre important de jeunes sans emploi. Les jeunes en activité sont surtout concentrés dans le secteur informel des TIC notamment les cybercafés, les cabines téléphoniques etc.

Localisation du site d'enquête (Yopougon-Niangon)



Source : Donnée de l'enquête 2019

2.2 Collecte et analyse des données

L'étude vise les promoteurs des deux sexes. Nous avons opté pour la recherche qualitative et quantitative. L'âge des promoteurs est compris entre 20 et 45 ans. Il s'agit des promoteurs qui détiennent individuellement ou collectivement un cybercafé à Niangon depuis 3 mois au moins. Dans l'impossibilité d'interroger tous les promoteurs, soit 500 personnes, nous avons opté pour l'échantillon aléatoire simple associé à la technique de boule de neige. Ainsi, 62 cybercafés ont été retenus, soit 26 cybercafés individuels et 36 collectifs. Ils sont détenus par 110 promoteurs dont 87 hommes et 23 femmes. Nous avons interrogé des responsables de la Mairie de Yopougon, COOPEC, Orange CI, MTN et MOOV, des clients et des employés de cybercafés. À travers la recherche documentaire, l'observation directe, le questionnaire, le guide d'entretien, des entretiens semi-directifs, nous avons recueilli des informations sur les opportunités et contraintes liées aux micro-entreprises de cybercafés des jeunes de Yopougon Niangon. L'analyse stratégique de Michel Crozier a permis d'identifier les stratégies développées par les promoteurs face à leur organisation et les dispositions réglementant la gestion des cybercafés. L'approche méthodologique nous a permis d'obtenir les résultats escomptés.

3. Résultats

3.1 Présentation du secteur des TIC et caractéristiques promoteurs

Cette partie répond à la question qu'est-ce qu'ils poussent les jeunes à travers l'auto emploi des micro-entreprises des TIC de cybercafés ? Elle permet de présenter la dynamique du secteur des TIC et les caractéristiques des promoteurs.

3.2 Présentation du secteur des TIC

En Côte d'Ivoire, les principales activités des TIC sont la téléphonie mobile, la téléphonie fixe et l'internet. Depuis 2016, les services de téléphonie sont fournis par les opérateurs de téléphonie mobile détenteurs de la licence 3G : ORANGE CI, MTN-CI et MOOV-CI. Quant aux fournisseurs de services internet fixes il s'agit d'AFNET et AVISO (ARTCI 2019). Le secteur de l'économie numérique en Côte d'Ivoire est générateur d'emplois, de plus de 7 000 emplois directs générés en 2007 et en 2016 à plus de 17 000 emplois. L'enquête de l'ARTCI auprès des acteurs du secteur informel et des revendeurs a permis de mettre en évidence un chiffre d'affaires de plus de 4,8 milliards de FCFA correspondant à une valeur ajoutée de 884 millions de FCFA. La masse salariale distribuée est estimée à 11,9 millions de FCFA. Dans ce secteur, les emplois salariés représentent 73% de l'échantillon contre 27% de non-salariés. On les retrouve en majorité dans les activités de télécommunications 53%, de l'informatique 16%, de l'audiovisuel 7% et des services en ligne 3%(ARTCI 2018). La manifestation de ces opportunités la plus apparente est l'éclosion des services de vente de cartes de recharges et accessoires, les cybercafés ainsi que la maintenance des téléphones portables et des

ordinateurs. Ces opportunités d'emplois ont attiré plus de jeunes à Yopougon-Niangon. Ces jeunes sont des sans-emplois diplômés ou non. Un promoteur confirme :

« Je suis titulaire d'une maîtrise en gestion. Cela fait trois années que je passe les concours de la fonction publique. Je dépense de l'argent pour la constitution des dossiers. Je n'ai pas non plus les bras longs pour intervenir en ma faveur. J'ai donc décidé de trouver mieux, de créer et de gérer mon cyber parce que là au moins, je sais que je ne vais pas perdre car c'est l'informatique qui est à la mode, aussi, ça fait gagner beaucoup d'argent » (DD 28 ans).

Comme jeune, les promoteurs mobilisent des fonds de différentes manières pour créer des cybercafés. Ils se mettent ainsi à leur propre compte, en devenant ainsi des promoteurs-gestionnaires de cybercafés. Grâce à une main d'œuvre de taille variable affectée à l'exécution des tâches, les cybercafés permettent d'accéder à internet, et réalisent des prestations de services telles que le traitement de textes, les impressions, les photocopies, les reportages cameras, la formation en informatique, les reliures, des photos minutes, etc., moyennant rémunération. Ces microentreprises de cybercafés permettent aux promoteurs d'intégrer les circuits de production locale ou de s'offrir eux-mêmes un emploi.

3.3 Caractéristiques socio-démographiques des promoteurs de cybercafés

Le questionnaire sur l'âge et le sexe des promoteurs de cybercafés interrogés montre qu'ils ont un âge compris entre vingt 20 et quarante-cinq (45) ans (TABLEAU I). Les femmes représentent 21 % des promoteurs contre 79 % de promoteur de sexe masculin. Elles sont plus représentatives dans la tranche d'âge de 25 à 30. En nous référant toujours au TABLEAU I ci-dessous, très peu de promoteurs, soit 09,09 % ont moins de vingt-cinq 25 ans. Au-delà de vingt-cinq(25) ans jusqu'à quarante 40 ans, le nombre de promoteurs devient important environ soixante-dix-huit 78, soit 70.91% de l'ensemble des promoteurs interrogés. Il diminue fortement pour ceux qui ont plus de quarante 40 ans et plus, soit 20%. Cela s'explique par le fait que les promoteurs changent d'emploi (*la fonction publique*) au fil du temps.

Tableaux I : Tranches d'âge des promoteurs de cybercafés

Tranches D'âge Des Promoteurs (EN AN)	Effectif	Pourcentage (%)
[20 ; 25[	10	09,09
[25 ; 30[	20	18 ,18
[30 ; 35[	28	25,45
[35 ; 40[	30	27, 28
[40 ; 45]	22	20
TOTAL	110	100

Donnée de l'enquête : Juillet 2019

Le questionnaire sur les niveaux d'instruction (TABLEAU II ci-dessous) révèle que 6,36% des promoteurs sont sans

niveau d'étude. Néanmoins, 12,73% des promoteurs ont un niveau primaire, 19,09% ont un niveau secondaire et 67% qui ont un niveau d'étude supérieur. Les personnes interrogées et ayant un niveau d'étude supérieur exercent elles-mêmes leur activité de cybercafé en qualité de gérant, ou de chargé de maintenance. Elles ont reçu soit une formation diplômante en maintenance, soit en développement d'application ou en gestion informatique de niveau Bac+2. En somme, on peut dire que le nombre de promoteurs augmente en fonction du niveau d'étude.

Tableau II : Répartition du niveau d'étude des promoteurs de cybercafés

	Niveau D'étude Des Promoteurs				Total
	Sans niveau	Primaire	Secondaire	Supérieur	
Effectifs	07	14	21	68	110
Pourcentages	6,36	12,73	19,09	61,82	100

Source : Notre enquête juillet 2019

3.4 L'organisation socio-économique des promoteurs des cybercafés

A travers le guide d'entretien et le questionnaire, nous présenterons les informations recueillies, auprès des personnes ressources. Elles portent sur l'organisation socio-économique des promoteurs de cybercafés de Yopougon Niangon.

3.5 Formes et structures de la main-d'œuvre des micro-entreprises

L'enquête montre qu'il existe deux catégories de cybercafés; il s'agit des micro-entreprises cybercafés de distribution et de prestations-services. Les cybercafés, micro-entreprises de distribution correspondent à des unités commerciales. Ces cybercafés sont des unités disposant des ordinateurs où l'on peut naviguer sur internet. En effet, ils offrent à leurs clients des services à des couts forfaitaires par minute selon une tarification, (30min/ 100 FCFA ; 1H/ 200 FCFA etc.). Cet accès à internet est obtenu auprès de grands distributeurs de Télécommunication comme AFNET, ADSL, MTN, ORANGE etc. Quant aux cybercafés micro-entreprises de prestation-service, ils proposent à leurs clients des services comme la saisie et le traitement de texte, la reliure, les photos numériques, l'impression de documents, la photocopie et de la maintenance pour leurs pairs. Par exemple, le traitement de texte et l'impression coutent 300FCFA la page. En somme, la principale activité des cybercafés est la vente en détail de l'accès à internet. Au niveau de la main-d'œuvre, les données disponibles dans le TABLEAU III ci-dessous,

montrent sur un effectif de soixante-deux 62 cybercafés observés, 52 ont une main d'œuvre qui ne dépasse pas (2) personnes, soit 83,87%. Seuls, 10 cybercafés ont une main-d'œuvre dont la taille est plus de 3 personnes, soit 16,13%. L'enquête révèle aussi que les cybercafés sont généralement structurés autour d'un chef d'entreprise et ses collaborateurs dont le gérant et le chargé de maintenance. Ce résultat montre que les cybercafés sont des micro-entreprises qui sont pourvoyeuses d'emploi.

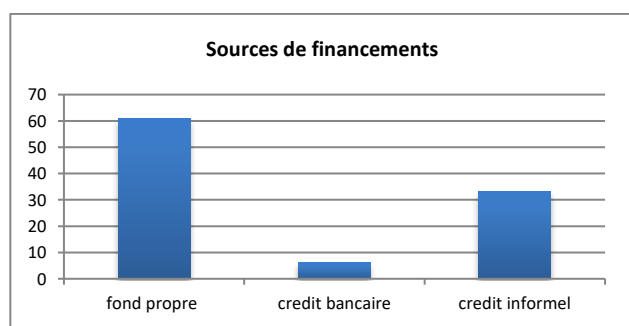
Tableau III : Répartition de la taille de la main d'œuvre par secteurs

Mains d'œuvre	Total	
	Effectif	Pourcentage (%)
[1 ; 2[	52	83,87
[3 ; et plus [	10	16,13
TOTAL	62	100

Source : Notre Enquête Juillet 2019

3.6 Sources de financement des cybercafés et revenu des promoteurs

Selon le graphique ci-dessous, 61% des cybercafés ont été créés grâce au financement sur fonds propre contre 39% des cybercafés de financement sur emprunt. Le financement sur crédit informel est un prêt accordé par certaines personnes (parents ou amis ou tontine). Ce type d'emprunt se fonde sur des relations personnelles et sociales. Il représente 33%. Seulement 6% ont vu le jour grâce à un crédit conventionnel (bancaire). Ce crédit est fourni par des banques (SGBCI SIB) et des micro-finance (Coopérative d'Épargne et de Crédit (COOPEC), advans, Micro Cred)



Source : Notre enquête juillet 2019

Graphique 1 : Répartition des formes de financement des cybercafés

Les revenus (journaliers, hebdomadaires ou mensuels) diffèrent d'un cybercafé à un autre. D'après les données du tableau V, les revenus mensuels sont compris entre 75.000 et 300.000 F CFA. 19,09% des promoteurs ont un revenu mensuel qui oscille entre 75.000 et 100.000 F CFA. 20,91% des promoteurs se trouvent dans la tranche de 100.000 à 125.000 F CFA. Les revenus compris entre

125.000 et 150.000 représentent une portion de 16,36 % contre 12,73% pour ceux ayant un revenu mensuel situé entre 150.000 et 175.000 F CFA. 10,91% des promoteurs ont un revenu mensuel situé entre 175.000 et 200.000 F CFA. 9,09% des promoteurs se situent dans la tranche de 200.000 à 225.000 F CFA. Seulement, 3,64% des promoteurs ont un revenu mensuel supérieur à 250.000 F CFA mais qui ne dépasse pas les 300.000 F CFA. Le nombre des promoteurs diminue quand le revenu augmente.

Tableau V : Répartition du revenu mensuel moyen des promoteurs

Revenu mensuel des promoteurs en f cfa	Effectif	Pourcentage
[75.000 ; 100.000[	21	19,09
[100.000 ; 125.000[	23	20,91
[125.000 ; 150.000[	18	16,36
[150.000 ; 175.000[	14	12,73
[175.000 ; 200.000[	12	10,91
[200.000 ; 225.000[	10	09,09
[225.000 ; 250.000[	8	07,27
[250.000 ; 300.000]	4	3,64
TOTAL	110	100

Source : Notre enquête juillet 2019

3.7. Satisfaction des besoins des ménages des promoteurs

Dans notre étude, 78% des promoteurs de cybercafés de Yopougon-Niangon contre 22% sont des chefs de ménages. Par ailleurs, 56% des promoteurs sont locataires de loyer contre 44% qui vivent soit dans des maisons héritées. La taille moyenne des ménages des promoteurs s'élève à quatre (4) personnes. La question de la perception de la satisfaction des besoins des ménages des promoteurs montre que tous les promoteurs de cybercafés de Niangon affirment que les micro-entreprises de cybercafés leurs permettent de se prendre en charge avec leur famille comme le témoigne un enquêté :

« J'étais dans une situation très difficile où ma famille souffrait parce que mes frères vivaient avec moi, ma femme et mes enfants étaient aussi là. Je n'avais non plus les moyens pour m'en occuper. Quand j'ai eu les moyens pour mon entreprise (cybercafé), le résultat que j'ai aujourd'hui me satisfait, car je peux prendre en charge ou subvenir aux besoins de mon ménage, FC 40 ans ». De même ce jeune confirme « Bon, moi j'ai été à l'école et j'ai un BTS en informatique de gestion. J'étais d'abord intermédiaire entre les vendeurs et les acheteurs de friperie. Je ne trouvais pas de travail à plein temps et je me suis dit qu'en faisant ce travail je pourrais avoir un peu et Dieu merci ça marche un peu pour moi. J'arrive à mettre ma connaissance en pratique aussi je peux nourrir ma famille. (DG 30 ans).

Autrement dit les promoteurs sont satisfaits des opportunités que leurs procurent les micro-entreprises de cybercafés car les revenus leur permettent de faire face aux charges familiales (nourriture, logement, habillement etc.)

4. Dispositions réglementaires aux micro-entreprises cybercafés

Les questions posées aux enquêtés ont permis de présenter l'environnement réglementaire de micro entreprises de cybercafés de Yopougon Niangon

4.1 Les dispositions réglementaires dans le secteur des TIC

Les dispositions réglementaires misent en place au niveau de l'installation des cybercafés situent à deux (2) niveaux. Le premier niveau se fait par la souscription d'internet auprès d'un opérateur fournisseur d'internet (orange, MTN, ADSL, AFNET etc.). Le second consiste à faire identifier obligatoirement son cybercafé selon la loi N°2013-451 du 19 juin 2013 relative à la lutte contre la cybercriminalité. En effet, les méthodes d'identification consistent à se rendre à l'ARTCI pour s'enregistrer en ligne et sur le site web de l'ARTCI. Cette mesure réglementaire est une réponse apportée au fléau de la cybercriminalité. Elle permet de protéger la vie des usagers en se focalisant sur des informations utiles au traçage des utilisations délictueuses sur internet. L'enquête montre que tous les promoteurs de cybercafés ont fait la souscription d'internet auprès d'un opérateur fournisseur d'internet. Cependant, seul 30% des promoteurs ont fait identifier leurs cybercafés. C'est dire qu'ils s'exposent au regard de la loi 19 juin 2013 à la restriction de suspension définitivement leur activité. Cette méconnaissance ou non-respect des dispositions en vigueur est donc un frein pour le développement des micro-entreprises de cybercafés.

4.2 Les dispositions réglementaires à la mairie de Yopougon

Les dispositions au niveau communal (Yopougon), il s'agit de déclarer et immatriculer son activité au registre de commerce et de crédit mobilier suivi du paiement de la patente. Dans notre étude, sur un effectif de soixante-deux 62 cybercafés, 63% de l'ensemble des cybercafés observés sont inscrits et déclarés au registre de commerce service du greffe du tribunal de Yopougon contre 37% qui ne le sont pas. Les autres s'exposent conformément à la loi au paiement d'une amende. Les promoteurs qui ont été contraints à s'inscrire au registre de commerce ont dû payer à la justice ivoirienne, une amende de 50.000 F CFA et 10.000 F CFA supplémentaires pour les frais d'inscription au registre de commerce.

La patente municipale est un prélèvement pécuniaire dû par les personnes (commerçants, artisans) exerçant une activité ou profession libérale dans les limites de la commune. « *Sont soumis* » au régime de la patente municipale, « *les opérateurs économiques dont le chiffre d'affaires est strictement inférieur à 5.000.000 FCFA* ». Le non-respect de cette disposition entraîne la fermeture de l'établissement, la cessation des activités et la saisie du matériel de travail. À Yopougon Niangon, 60% des cybercafés observés sont soumis au régime de la patente municipale dont l'attestation est détenue par les promoteurs. Ils doivent mensuellement verser à la Mairie une somme comprise entre 3000 et 20 000 F CFA en fonction de la superficie du local et de l'étendu de l'activité.

5. Discussion

5.1 Le secteur des TIC : créateurs d'emplois et de richesses économiques

Cette partie de l'étude montre que les TIC sont créateurs d'emploi et de richesses socio-économiques pour l'auto emploi les jeunes.

Les TIC sont d'une part un secteur économique comme tout autre secteur. Ils fournissent des emplois et distribuent des revenus et d'autre part un facteur de création d'entreprises. En Côte d'Ivoire, les entreprises TIC (Orange, MOOV, MTN etc.), ont connu un essor fulgurant depuis la libéralisation des Télécommunications. Leurs apports dans l'économie ivoirienne n'est pas négligeable. En effet, selon l'ARTCI, les entreprises TIC ont généré à elle seule (téléphonie fixe, mobile et de l'Internet) environ 983 milliards FCFA. Quant aux investissements sur les trois marchés, ils sont évalués à plus de 132 milliards de F CFA. Aussi, le nombre d'abonnés continue de croître avec plus de 22 millions d'abonnés à la téléphonie mobile à la fin 2014 (Rapport d'activité 2014). De même, selon l'étude l'ARTCI, la part de la richesse créée par le secteur du numérique est de 5,2% tandis que sa contribution au PIB de la Côte d'Ivoire est estimée à environ 9% (Rapport d'activité 2018). Ainsi, le marché ivoirien des télécommunications reste très dynamique et créateur de richesse économique pour les différents entrepreneurs. Au-delà de la création de richesses, le secteur de l'économie numérique en Côte d'Ivoire est générateur d'emploi. En effet, les résultats d'une étude réalisée par la Direction Générale de l'Emploi avec l'appui de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), montre que sur la période de 2013 à 2016, le secteur du numérique est l'un des plus performant en terme de création d'emploi dans notre pays avec une croissance de l'ordre de 71% (DGE 2016). Cette dynamique d'emploi a favorisé l'éclosion de nouveaux métiers générateurs de valeurs et d'emplois, tels que le

commerce électronique, le paiement mobile, l'infogérance, la production d'applicatifs informatiques, la production audiovisuelle, la sécurité informatique, etc. À côté de ces métiers, il s'est développé chez les jeunes, l'auto emploi par la création des micro-entreprises (cabines téléphoniques, cybercafés). Nous considérons cette logique de création de nouveaux métiers et de micro-entreprises de TIC comme une opportunité d'insertion socio-économique des jeunes. Cette logique est soutenue par l'étude de Seydina M. NDIAYE et al. Pour eux, les TIC en tant que secteur d'activité permettent de créer des emplois et donc de distribuer des revenus des agents acteurs dans les pays développés (Seydina M. NDIAYE, Abdoulaye NIANG Jr, 2009). En somme, les TIC créent des opportunités économiques qui contribuent à la richesse nationale ainsi qu'à la création d'emplois et d'activités créatrices de revenus au profit de diverses catégories sociales, les jeunes en particulier. Il appartient donc à l'État ivoirien de développer l'auto emploi dans ce secteur afin de créer des opportunités et des possibilités d'insertion socio-économiques des jeunes.

5.2 Les opportunités de création d'emploi et mobilité socio-économique et professionnelle des jeunes

Il s'agit ici de montrer les contributions des micro-entreprises de cybercafés à la création d'emploi et mobilité socio-économique et professionnelle des jeunes. L'analyse des données de l'étude sur l'organisation des promoteurs montre que les jeunes hommes dominent l'activité des cybercafés. La proportion des femmes dans les micro- entreprises des cybercafés est moins élevée que celle des hommes. Cela s'explique par le fait qu'en général les hommes exercent cette activité pour s'occuper de leurs familles. Par ailleurs, la plupart de ces promoteurs ont un niveau d'instruction supérieur. Cela s'explique par le fait que les promoteurs dans le secteur des cybercafés cherchent une grande mobilité professionnelle ou à maximiser un niveau de revenus. Ceci corrobore avec l'étude de Ndiaye Seydina M. et al.(op.cit.) Pour ceux-ci, plus le niveau d'enseignement augmente, plus il y a un déplacement des promoteurs du métier informatique et internet (Ndiaye M. et al 2009). Par ailleurs sur la question de l'emploi, l'étude montre aussi que les cybercafés sont pourvoyeurs d'emploi, non seulement pour les promoteurs, mais aussi pour leurs employés. En effet, les promoteurs accèdent directement ou indirectement à une occupation dont les effets financiers leurs permettent de subvenir à leurs besoins. En effet les entreprises dirigées par ces jeunes sont dans leur grande majorité rentables. Elles sont considérées par l'OCDE comme des entreprises à "performance élevée", car elles ont à la fois engendré des profits et des emplois (OCDE, 2017). Ces cybercafés engendrent en moyenne 2 emplois (soit 1 emploi pour le promoteur lui-même et 1 emploi pour les employés). Cette performance des cybers est en rapport avec celle des micros entreprises en Côte

d'Ivoire. En effet, selon une étude, la taille totale des micros entreprises en général ne dépasse pas en moyenne 2 individus, ce qui correspond plus ou moins à la taille moyenne des unités de production informelles à travers le monde en développement. Au niveau de la perception des employés, la plupart des employés ont une image positive de leur emploi car ils trouvent qu'à tout moment on y gagne de l'argent. Cette perception est soutenue par certains gérants qui estiment que l'activité leur permet d'accéder à une autonomie financière, d'où une amélioration de leurs conditions de vie par rapport à leur situation antérieure. Il existe pour les employés, une rémunération accordée à la fin de chaque journée de travail et qui s'élève entre 1000F ou 2000 F CFA/jour. La rémunération mensuelle accordée aux employés est généralement comprise entre 30 000 et 60 000 F CFA. La rémunération sous forme de salaire est la plus répandue même si celle-ci ne repose pas sur un contrat de travail formel. On peut donc dire qu'en moyenne, les salariés des micro-entreprises TIC de cybercafé atteignent le SMIG.

Au niveau de la mobilité socio-économique et professionnelle des promoteurs, cela constitue un fait majeur résultant de la création et de la gestion des cybercafés. Elle apparaît comme une situation de changement notable dans la vie sociale des promoteurs. En effet, les promoteurs de cybercafés sont parvenus grâce à leur micro-entreprise à intégrer une vie professionnelle pleinement et entièrement occupée par l'exercice d'une activité qui leur confère le rang de "travailleurs indépendant". C'est dire que le marché des TIC a été donc un refuge pour ces jeunes qui ne savaient pas quoi faire exactement. Les cybercafés ont donc permis à beaucoup de jeunes diplômés ou professionnels d'éviter le chômage. Ces micro-entreprises permettent ainsi aux promoteurs de travailler, de se mettre en confiance et de valoriser leurs compétences vis-à-vis de leurs concitoyens. Ils tirent de cette situation, une fierté, une dignité et des moyens indispensables à leur réalisation en tant que membres de la société et se différencient à l'évidence de ceux qui ne font rien et se rapprochent de tous ceux qui exercent un métier.

Au total, l'emploi pourvu par les micros entreprises de cybercafés et ses effets financiers sont d'un apport fort remarquable pour les promoteurs, pour leurs employés et leurs familles respectives. Grâce aux micro-entreprises de cybercafé, de nombreuses jeunes arrivent à s'auto employer et même à créer des emplois pour d'autres personnes.

5.3 Les difficultés d'accès au financement, de méconnaissance et du non-respect des dispositions réglementaires des micro-entreprises de cybercafés

Les contraintes de l'auto emploi des micro-entreprises des cybercafés sont les difficultés d'accès au financement, à la méconnaissance et au non-respect des dispositions réglementaires des micro-entreprises de cybercafés.

Les difficultés d'accès au financement des micro-entreprises de cybercafés commencent par la très faible implication des banques commerciales (SGBCI, SIB). À cela s'ajoutent la capacité et la longévité relativement faible des cybercafés qui ne leur donne pas la possibilité d'accès au crédit formel. Aussi, la saturation des marchés des cybercafés phagocytés par l'informel ainsi que le manque de compétences des jeunes promoteurs à élaborer un business. D'autres promoteurs n'abordent pas les banques mais se fondent sur l'expérience malheureuse de ceux dont les requêtes ont été rejetées par les établissements bancaires pour soutenir la thèse devenue commune dans le milieu : *« les banques sont trop compliquées, elles refusent de nous aider en nous demandant des garanties qui nous dépassent »*. Autrement dit, les promoteurs de Yopougon-Niangon jugent complexes et lourdes les procédures d'accès au crédit bancaire. Car le recouvrement des crédits d'investissement n'est techniquement possible qu'à court et à moyen terme (AID, 1995). Notons par ailleurs que les cybercafés sont le plus souvent, classés dans le secteur non structuré dit "informel" et sont loin d'offrir aux yeux des banquiers, *« les garanties d'une comptabilité fiable et d'une existence durable »*. En plus *« la trésorerie et les caisses du cybercafés se confondent » aux poches des promoteurs*. De tels éléments fondent la méfiance des banques à l'égard des promoteurs des cybercafés en particulier, leur réticence à accorder des crédits. Les institutions de microfinance (COOPEC, MICRO CRED) qui pouvaient leur octroyer du crédit exigent quant à elles des conditions *« la présentation d'un projet écrit cohérent »*) avant toute intervention. Cependant, les jeunes promoteurs de Niangon, dans leur grande majorité n'ont aucune expérience en matière de conception et d'élaboration de projet. Ils éprouvent une peur à solliciter les services des cabinets agréés dans le montage de projets compte tenu des coûts de prestation et de l'informalité de leur entreprise. Par ailleurs, les micro crédits exigent que les promoteurs soient détenteurs d'un compte d'épargne auprès de l'institution dont ils sollicitent les finances. Ici également, les investigations révèlent que tous les promoteurs candidats au crédit ne sont pas épargnants auprès des institutions de micro-finance. Quand bien-même que certains ont des comptes, la valeur de l'épargne ne permet pas de bénéficier d'un prêt aussi important afin de réaliser les investissements qu'il leur faut. Aussi convient-il de souligner que tous les promoteurs n'ont pas la culture du crédit. Ils perçoivent à travers le crédit, une occasion d'ingérer les structures extérieures à leur activité et par conséquent, de perdre ainsi le contrôle de leurs affaires au profit de cette ingérence extérieure car ils seront dans une obligation d'hypothéquer leur micro-entreprise.

La méconnaissance et le non-respect des dispositions réglementaires sont fonction du respect des règles

établies pour la création et le fonctionnement d'un cybercafé. En effet, les cybercafés de Yopougon-Niangon évoluent dans un cadre régi par des normes. Celui qui ignore ou contourne s'expose à des amendes et des poursuites judiciaires. Ainsi, les jeunes promoteurs de Niangon devront acquérir une autorisation des pouvoirs publics comprenant un acte de registre de commerce, une déclaration fiscale d'existence et identifier son cybercafé à l'ARTCI. Malheureusement, les promoteurs des cybercafés de Niangon ne sont pas identifiés, ni affiliés au RCCM. Selon DE SOTO, les promoteurs agissent ainsi pour fuir la pression fiscale pour ne pas avoir à payer les impôts. Ils sont donc en situation irrégulière et s'exposent à la merci des services de contrôles de la Direction Générale des Impôts. Ils payent chaque fois en plus de l'amende de 50.000 F CFA, les frais d'établissement de l'acte du registre de commerce coûtent 10.000 FCFA. Cette situation entraîne pour ces promoteurs une amende à payer dont le montant est fixé en fonction de l'ampleur de la faute commise. L'ignorance à la non-identification des cybercafés, entraîne pour certains l'arrêt définitif de leur activité.

Au total, les micro-entreprises de cybercafés connaissent des difficultés d'accès au financement des micro-entreprises de cybercafés car ils baignent dans l'informalité. Cette informalité a eu pour conséquence la méconnaissance et le non-respect des dispositions réglementaires des micro-entreprises de cybercafés.

Conclusion

L'essor notable des TIC dans le développement économique de la Côte d'Ivoire a incité les jeunes sans emploi ou au chômage à l'auto emploi par la création de micro entreprises de cybercafés. Ces micro-entreprises de cybercafés contribuent à la promotion de l'auto-emploi, à des opportunités économiques qui contribuent à la richesse nationale ainsi qu'à la création d'emplois et d'activités créatrices de revenus. En effet, les cybercafés de la commune de Yopougon-Niangon assurent à leurs promoteurs un emploi indépendant. Ils constituent un support non négligeable pour le marché en lui fournissant des biens et services nécessaires à la satisfaction des besoins des promoteurs. En revanche, les cybercafés se heurtent à une série de contraintes aussi bien socio-économiques que culturelles engendrées par le faible niveau d'organisation et méconnaissance et non-respect du cadre réglementaire et les imperfections liées à l'environnement de Yopougon-Niangon. Une plus grande efficacité des cybercafés reposerait sur l'instauration d'un cadre favorable à l'investissement, une organisation parfaite des promoteurs, une implication sans équivoque des banques et institutions de micro-finance dans l'octroi de crédit.

Références

- [1]. ABRAHAM M., «*Hiérarchie des besoins*», cité par DESFOUR (B), Gestion commerciale, Foucher, 1998.
- [2]. AGEPE, *Situation de l'emploi en Côte d'Ivoire en 2012, Rapport de synthèse, Juillet 2013*,
- [3]. AGEPE, *Rapport sur l'emploi et la formation en 2011, Document de synthèse, observatoire de l'emploi et des Métiers*, Abidjan, Août, 2012
- [4]. ARTCI, *Panorama des Télécommunications/TIC en Côte d'Ivoire*, Abidjan, ARTCI, 2018
- [5]. ARTCI, *Contribution de l'économie numérique au PIB de la Côte d'Ivoire*, Abidjan, ARTCI, 2018.
- [6]. CHÉNEAU-LOQUAY, A., *Rôle joué par l'économie informelle dans l'appropriation des TIC en milieu urbain en Afrique de l'ouest, Netcom 22 (1-2) et Netsuds 3*; 2008.
- [7]. FAUCONNIER P., «*La grande angoisse des BAC+4*», *Le Nouvel Observateur*, n°1599, juin 1995.
- [8]. INSET, CESA, *Le département des PME*, Abidjan, CESA, 1981
- [9]. MEMEASFP, «*Situation de l'emploi en Côte d'Ivoire en 2012, enquête emploi auprès des ménages*», Rapport final, Observatoire de l'Emploi et des Métiers, Abidjan, AGEPE, 2012.
- [10]. NDIAYE S. M., NIANG A., DIONGUE A.K., *Dynamiques et rôle économique et social du secteur informel des TIC au SÉNÉGAL, Rapport de recherche*, Dakar, 2009.
- [11]. N'GRATIER A., *Employabilité des jeunes en Côte d'Ivoire*, Mémoire de DEA, Abidjan, PTCI, 2007.
- [12]. YAM PUKRI, *Dynamiques et rôle économique et social du secteur informel des TIC au Burkina Faso, au Cameroun et au SÉNÉGAL, éléments méthodologiques pour une recherche sur la question*, Burkina Faso, Yam Pukri, 2009.