



HAL
open science

Antananarivo. Innovation et efficacité dans l’informalité : de marketing au secteur informel des TICs.

Njaka A. Ranaivoarimanana

► To cite this version:

Njaka A. Ranaivoarimanana. Antananarivo. Innovation et efficacité dans l’informalité : de marketing au secteur informel des TICs. . Les Ateliers de Cergy. Regards sur l’activité informelle dans les grandes villes africaines, , p. 117, 2012. hal-01592914

HAL Id: hal-01592914

<https://hal.science/hal-01592914>

Submitted on 22 Dec 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

INNOVATION ET EFFICACITÉ DANS L'INFORMALITÉ : DE MARKETING AU SECTEUR INFORMEL DES TIC

La mondialisation et le développement de technologies de l'information et de la communication (TIC) ouvrent de nouvelles opportunités d'adaptation et d'appropriation des évolutions technologiques pour les pratiques informelles de la ville.



Le secteur informel est, au même titre que le secteur formel, concerné par les exigences de compétitivité et de réponse aux demandes du marché. Ainsi, efficacité de l'organisation, innovation, adaptation à l'évolution technologique deviennent incontournables dans un secteur informel très concurrentiel.

A ce titre, l'adaptation et la variété de l'offre par rapport aux besoins de consommateurs constituent la stratégie clé des petits métiers informels de services ou de commerces. Sans avoir appris les techniques de marketing et de la communication, ils les appliquent inconsciemment. Ce sont des commerciaux dans l'âme. Ainsi, pour le porteur d'eau ou « Mpatsaka rano » qui amène l'eau aux foyers qui ne sont pas reliés aux réseaux d'eau courante, la fidélisation des clients passe par la communication et une attitude engageante. Gagner la confiance des clients est très important : son incursion dans l'intimité du foyer implique une écoute et un tempérament calme afin d'éviter une éventuelle tension. Il s'agit de ne pas se mêler aux affaires privées de foyers desservis et d'éviter toutes sortes de commérages.

Il fait circuler les anecdotes de la vie quotidienne qui se produisent dans le quartier. Au-delà de sa mission principale de distribution d'eau courante, le porteur d'eau soutient en quelques sortes l'ancrage des habitants dans le quartier. Pour les marchands ambulants, la variété de l'offre et la qualité des services constituent l'axe principal de sa stratégie de compétitivité. La qualité des services repose sur l'accueil et les services annexes tels que la fourniture de sacs ou d'emballages pour les produits périssables, le respect de l'hygiène et de propreté des produits vendus.

En matière d'innovation, les petits métiers informels s'adaptent à l'évolution technologique et à la nouvelle demande des consommateurs. Des métiers informels liés à l'informatique et à la télécommunication surgissent et

mettent en exergue les imbrications entre secteur formel et informel et l'appropriation des espaces publics. Ainsi, le taxiphone, vendeur de crédits de recharge ou d'appel téléphonique constitue le dernier maillon de la chaîne, au contact direct avec les utilisateurs, des circuits de distribution des opérateurs téléphoniques. Son service est inégalable, appel ou recharge selon la capacité à payer et les besoins des clients.

A tel point que les opérateurs téléphoniques sont obligés d'adopter de nouvelles offres compatibles au service de taxiphone et de le considérer comme faisant partie des canaux publicitaires incontournables pour toucher un très large public. En effet, des nouvelles offres à petit prix comme le Facebook-sms, le coupon de recharge à petit prix, etc. apparaissent sur le marché. Le taxiphone joue un rôle très important dans leurs distributions et leurs diffusions.

En outre, des petits ateliers ambulants, réparateurs, déco-deurs de téléphone portable et dépanneurs d'ordinateur portable se développent également. Leur mode opératoire qui consiste à fournir des services à des prix abordables, témoigne la dynamique du marché des TIC et les nouveaux besoins des consommateurs modestes. Il s'agit de réparation et de déblocage de téléphone portable, de dépannage informatique et de téléchargement de tous genres (chansons au format MP3, installation de logiciels).

Cela montre la réactivité du secteur informel face à l'innovation et l'adaptation à petite échelle des évolutions technologiques. Le développement des réseaux sociaux avec Facebook induit de nouvelles demandes impulsées par la pratique informelle de taxiphone qui oblige le secteur formel (opérateurs téléphoniques) à proposer de services adaptés à ces nouveaux besoins. Il s'agit de l'appropriation locale de la globalisation des réseaux sociaux Facebook.