

Auteur(s) : Mensérétoù Ramadan Mbohoul Maghoue

Le smartphone et la révolution numérique du commerce informel : l'exemple de Ngaoundéré au Cameroun

Le commerce informel se transforme rapidement avec l'utilisation d'outils numériques. On parle alors de commerce informel en ligne. À partir du cas de la ville de Ngaoundéré au Cameroun, cet article analyse l'utilisation des outils numériques par les acteurs et actrices du commerce informel. Ce dernier hybride des pratiques issues du commerce informel physique et d'autres qui sont particulières au commerce en ligne. Sommaire

1. Les facteurs favorisant le développement du commerce informel en ligne à Ngaoundéré
2. Les nouvelles pratiques commerciales informelles à Ngaoundéré : le commerce informel en ligne via les réseaux sociaux
3. Les sources d'approvisionnement et la gestion des transports

[Bibliographie](#) | [mots-clés](#) | [citer cet article](#)

La crise économique ayant frappé la majorité des pays en développement en général, et particulièrement les pays africains dans les années 1980, ainsi que les politiques d'ajustement structurel qui s'en étaient suivies, ont engendré un fort développement des activités **informelles**. Ces dernières sont aujourd'hui la forme la plus commune d'intégration dans le marché du travail dans ces pays. **Au Cameroun, les activités informelles dominent largement l'activité économique. Elles sont estimées à environ 90 % des emplois (INS, 2005, 2011) et ont une importance socio-économique considérable.** Les activités informelles, regroupées au sein du secteur informel, désignent l'ensemble des unités de production (UPI) dépourvues de numéro de contribuable ou ne tenant pas une comptabilité écrite formelle au sens du plan comptable (INS, 2016). Le commerce informel occupe presque tous les centres urbains africains en général et camerounais en particulier. **Il se matérialise par la vente ambulante et la vente sédentaire, qui vont parfois jusqu'au micro-détail.** Le commerce ambulant (document 1) est ainsi ce type de commerce dont les marchands sont à la recherche de la clientèle (qui est parfois mobile) et dont la mobilité constitue le mode d'action. Pour ce qui est du commerce sédentaire (document 2a), il désigne ces pratiques commerciales pour lesquelles le vendeur et son outil de vente sont fixes et localisés dans un lieu donné.

Document 1. Vente ambulante et vente sédentaire



Vendeur ambulant de thé, à gauche, et les étals de fruits au carrefour, quartier Bini Eneo, à droite. Clichés de Menseretou Mbohohou, juin 2022.

À Ngaoundéré par exemple, il est quasiment impossible de sillonner la ville sans faire face à un pousse-pousse de fruits, un kiosque de *mobile money*, une cuisine proposant des plats chauds ou de la viande braisée (document 2). On ne peut circuler dans les rues sans trouver un atelier de fabrication de meubles installé sur la chaussée, sans repérer un étal de tomates, des annonces sur un mur ou sur un portail de domicile privé indiquant « *vente de sucettes ou de yaourts ici* ». Dans les voies et artères de la ville, un restaurateur itinérant ou une femme ayant sur la tête un plateau contenant des mets locaux (2b) se faufilent aisément pour proposer leurs produits aux consommateurs ambulants. Un réparateur ou cireur de chaussure, un vendeur ambulant d'habits ou d'ustensiles ménagers qui proposent leurs articles dans les ruelles des quartiers. Et enfin, on pourrait heurter dans les rues, si l'on ne fait pas attention, un colporteur de cartes prépayées de communication ou d'accessoires de téléphones (2c) et un vendeur ambulant de café (appelé localement « *Maii tchai* »).

Document 2. Quelques exemples de commerçants informels dans les rues



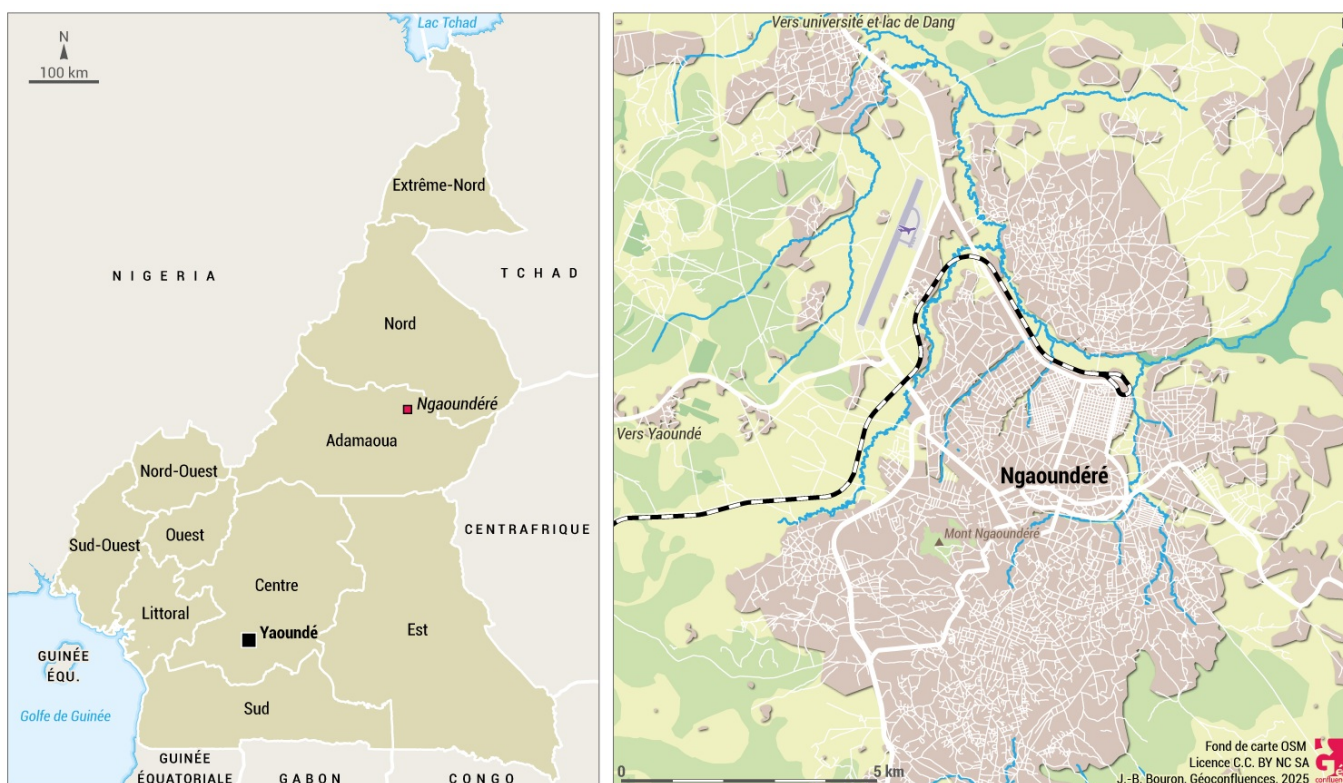
Clichés de Menseretou Mbohou, 2022.

Parallèlement sur internet, depuis une dizaine d'années, les sites marchands se multiplient, notamment : KIKUU, On Geek, Alibaba, etc. En dehors de ceux-ci, on observe, précisément au Cameroun, le développement du commerce via les réseaux sociaux numériques comme Facebook, WhatsApp, Instagram, Youtube, etc.

Les anciens systèmes de commercialisation (Kouakou *et al.*, 2017) ou les commerces traditionnels (Tsapi et Tchekwa, 2020) sont influencés par la mise en place d'un autre type de commerce avec l'utilisation des **technologies de l'information et de la communication**. On parle ainsi de commerce électronique ou commerce en ligne qui se réfère à la vente ou l'achat de biens ou de services effectués par une entreprise, un particulier, une administration ou toute autre entité publique ou privée et réalisé au moyen d'un réseau électronique (OCDE, 1999). Le commerce informel au Cameroun en général et à Ngaoundéré en particulier n'échappe pas à cette révolution commerciale, ceci grâce à la diffusion rapide d'équipements tels que le téléphone mobile (80 % de la population), l'internet (36,5 % en 2022) et les réseaux sociaux numériques (16,5 % en 2022) [1].

Par ailleurs, avec la récente dématérialisation de la monnaie, notamment le paiement mobile (*mobile money*) l'environnement du commerce de détail se métamorphose, renforcé en cela par la dématérialisation des processus d'achat (Mefoute Badiang, 2017). Ce renouvellement du commerce traditionnel conduit à la prospérité du commerce en ligne. Ainsi, interrogeons-nous sur les facteurs ayant favorisé le développement du commerce informel en ligne, sur les dynamiques organisationnelles et fonctionnelles de ce nouveau secteur marchand à Ngaoundéré.

Document 3. Localisation de la ville de Ngaoundéré



Encadré 1. Terrain d'étude, la ville de Ngaoundéré

Ngaoundéré, située entre 7°09'N et 13°01'E, chef-lieu administratif de la Région de l'Adamaoua, dans le Nord du Cameroun, est la cinquième ville du pays (**Africapolis**) avec 310 000 habitants en 2020. De par sa situation géographique, la ville de Ngaoundéré est considérée comme un pôle industriel primordial et de transit des marchandises pour les villes du Grand-Nord du Cameroun et celles des pays voisins comme le Tchad, le Nigeria et la Centrafrique. Ngaoundéré étant le terminus de la voie ferrée (avec une gare de marchandises), le corridor Nord-Sud permet le déchargement des marchandises en provenance du port de Douala, qui fait de la ville un point de **rupture de charge** (document 3). En plus de la voie ferrée, il existe une route qui relie Ngaoundéré à Douala en passant par Yaoundé. À partir de celle-ci, le transport est aussi assuré par des camions pour les marchandises et des bus pour les personnes.

Par ailleurs, la ville de Ngaoundéré est couverte par le réseau internet à travers la fibre optique. Les fournisseurs du réseau (Orange, MTN, CAMTEL et NEXTTEL) ont implanté dans la ville des pylônes dont les tous premiers furent installés en 2002 au quartier dit « Gare et Centre-commercial ». Aujourd'hui, on en compte plus d'une centaine, qui ne pallient pas toujours les problèmes de saturation de réseau, d'où la faible couverture 3G pour l'ensemble du territoire. Malgré cela, la possession du téléphone mobile en général et du smartphone à Ngaoundéré connaît une expansion importante avec une couverture territoriale de plus de 60 % (ART, 2021). Avec ces différents atouts, Ngaoundéré est la principale pourvoyeuse des autres villes de la région, avec le plus grand marché de la région, nommé « Petit marché », et ses multiples commerces physiques, auxquels s'ajoutent de nos jours le commerce numérique via les plateformes de réseaux sociaux.

Alors que les recherches en géographie dans les pays en développement en général, et au Cameroun en particulier, se sont intéressées aux pratiques commerciales informelles fondées sur la vente et l'achat dans des lieux physiques comme les marchés et les rues (Nana Djomo *et al.*, 2014 ; Aoustin-Sow, 2015 ; Fodouop, 2015 ; Dassé, 2017 ; Khouma, 2017 ; Tuan Minh, 2017), celles traitant des pratiques commerciales informelles via les réseaux sociaux numériques restent limitées. Pourtant, **le commerce informel connaît une dématérialisation de ses fonctions commerciales avec les sites de petites annonces de particuliers, et surtout avec les réseaux sociaux**. Ainsi, la question à laquelle cet article ambitionne de répondre est la suivante : Comment le commerce électronique change-t-il les pratiques des acteurs, c'est-à-

dire commerçants et acheteurs, à Ngaoundéré ?

La méthodologie retenue dans la rédaction de cet article est celle d'une enquête qualitative et quantitative, de façon physique et virtuelle auprès de 59 commerçants informels en ligne à Ngaoundéré, contactés via les réseaux sociaux numériques. La définition de l'échantillon a été aléatoire. Nous sommes partis sur la base de questionner le maximum de commerçants possible. L'enquête a eu lieu au mois de juin 2022. L'analyse de contenu a permis de faire ressortir les points de vue des acteurs sur les spécificités de ce nouvel environnement commercial à travers les réseaux sociaux.

La première partie est consacrée à la présentation des facteurs favorisant le développement du commerce en ligne au Cameroun ; la seconde analyse les nouvelles pratiques commerciales informelles à Ngaoundéré ; et enfin la troisième traite du transport et de la logistique du commerce informel en ligne.

1. Les facteurs favorisant le développement du commerce informel en ligne à Ngaoundéré

La période contemporaine est principalement marquée par deux phénomènes : la **mondialisation** et le développement de la société de l'information. Cette dernière a facilité le progrès rapide des **technologies de l'information et de la communication (TIC)**, qui à leur tour ont permis aux acteurs du commerce informel de déployer de nouvelles pratiques commerciales. Qu'est-ce que le commerce informel connecté ? Dans une ville comme Ngaoundéré où les activités marchandes sont dominées par le commerce ambulant et sédentaire, comment se déroule ce type de commerce ? Répondre à ces deux interrogations nous conduira à étudier tour à tour les stimulants des nouvelles pratiques commerciales, notamment avec l'utilisation du téléphone mobile, l'avènement de l'internet et le développement du paiement mobile.

1.1. L'avènement de la téléphonie mobile

La téléphonie mobile arrive au Cameroun en 1994 (Chéneau-Loquay, 2001) avec Intelcam (International Telecommunications of Cameroon). D'abord concentrée dans les deux grandes agglomérations que sont Yaoundé et Douala, elle s'étend progressivement dans tout le pays. En 1998, avec la privatisation du secteur des télécommunications, la téléphonie mobile a connu un grand envol facilité par la diversification des opérateurs téléphoniques d'une part, et l'émergence des téléphones dits « chinois » notamment la marque Tecno, d'autre part. Quatre opérateurs mobiles exercent aujourd'hui sur le territoire camerounais. Il s'agit d'Orange de France Telecom, du Sud-africain MTN, de Nexttel, filiale camerounaise de l'entreprise de télécommunications vietnamienne Viettel Mobile, et de Camtel, opérateur public en voie de privatisation. À Ngaoundéré, les cabines téléphoniques ont précédé le téléphone mobile ou portable. Ainsi, Camtel avait installé quatre cabines téléphoniques. Désormais, la majorité (80 %) des citoyens de la ville possèdent un téléphone mobile et ces cabines ont été délaissées et remplacées au profit des « call box », qui sont devenus très présents dans l'espace urbain.

Document 4. De la cabine téléphonique aux « call box »



Vestige de cabine téléphonique (à gauche) et point de *call box* à Bini dans le centre-ville (à droite). Clichés de Menseretou Mbohhou, mai 2022.

Au cours de ces dernières années, le réseau téléphonique mobile camerounais a connu une expansion impressionnante, avec un taux de pénétration de 80 % et une couverture territoriale de plus de 60 % (ART, 2021). Ce réseau est dominé par des smartphones Android soit 85 % (Batchou *et al.*, 2019), sur environ 5 millions d'utilisateurs mobiles, et ceci grâce à **l'arrivée de la 3G depuis 2016 et l'évolution de l'accès à l'internet au Cameroun**. Le téléphone portable est devenu un outil incontournable dans la vie de tous les jours. On est passé assez brutalement d'un monde presque sans téléphone à un monde où l'on est joignable, des commerces sur les marchés, dans les rues (commerce physique) au commerce en ligne (virtuel).

Le commerce en ligne est fortement lié à la diffusion du smartphone, appareil multitâche qui permet d'accéder à internet de façon ubiquiste et d'acheter ou de vendre en ligne beaucoup plus facilement. Les téléphones classiques pouvaient se connecter à internet (système WAP) mais avec des fonctionnalités très limitées.

1.2. L'usage de l'internet à Ngaoundéré

L'accès à internet, rendu possible dès les années 2000 grâce à la profusion de cybercafés dans l'espace urbain, est de nos jours plus aisé avec des téléphones portables. Ceci est dû à l'exploitation de la fibre optique et à l'arrimage au câble sous-marin SAT3/WASC/SAFE. Si le raccordement à la fibre optique est encore minoritaire dans la ville de Ngaoundéré, il existe d'autres moyens de diffusion d'internet comme des pylônes avec émetteur. Ainsi, depuis la dérégulation du secteur des télécommunications en 1998, le nombre d'internautes est allé croissant au Cameroun. On est passé de 40 000 utilisateurs en 2000 à 5 millions en 2016, et à 9,15 millions de personnes en 2022, pour un taux de pénétration d'internet de 36,5 %. Ce taux comprend des proportions d'utilisation variée en fonction des tranches d'âge (document 4). Il faut préciser ici que les taux d'utilisateurs sous-estiment en fait des utilisateurs réels, car ceux qui ne sont pas équipés peuvent utiliser occasionnellement ou régulièrement le téléphone de leurs proches. C'est pourquoi il est difficile de donner avec exactitude le taux d'utilisation du téléphone mobile par la population. Néanmoins, son développement et sa prolifération ont projeté le commerce dans l'ère de la distribution connectée et parachevé l'électronisation des fonctions commerciales (Rallet, 2001).

Document 5. Utilisation d'internet au Cameroun par tranche d'âge

Cette image est un graphique interactif qui ne s'affiche pas dans le document PDF, merci de la consulter ou de la télécharger directement sur le site.

Source : Données de la banque mondiale, 2020 ; InternetWorldStats, 2021, GSMA Intelligence, 2021.

1.3. Le développement du paiement mobile

Le paiement mobile ou paiement par téléphone, « mobile money » en anglais, désigne toutes les transactions financières effectuées depuis un téléphone mobile et débitées dans un compte d'un opérateur initialement alimenté par un dépôt de liquidités auprès d'un agent ou d'un commerçant (Assadi et Cudi, 2011). Au Cameroun, depuis son introduction au début des décennies 2000 par deux principaux opérateurs de la téléphonie mobile (MTN avec le MoMo [2] et Orange avec Orange Mobile ou OM), il permet à ses utilisateurs d'épargner, d'envoyer, de recevoir de l'argent, de payer ses factures, d'acheter du crédit de communication et enfin de payer des produits et des services divers à partir du téléphone portable. **Il représente donc une innovation sociale en permettant l'accès aux services financiers aux exclus du système bancaire classique** (Saifullahi & Haruna, 2020). Avec un taux de pénétration de 15 % (GSMA, 2020), le Cameroun compte plus de dix millions de comptes de paiement mobile actifs (ART, 2021). **À Ngaoundéré, aux côtés des banques et de la microfinance, le développement des kiosques et points *mobile money* a complètement modifié le paysage urbain en faisant partie du quotidien des populations,** surtout avec la vulgarisation du commerce informel via les réseaux sociaux numériques.

2. Les nouvelles pratiques commerciales informelles à Ngaoundéré : le commerce informel en ligne via les réseaux sociaux

Le commerce en ligne désigne un commerce dont les réseaux et l'interface d'échanges constitueraient une place de marché virtuelle, par opposition à celui d'un commerce se déployant dans un cadre physique (Tsapi et Tchekwan, 2020). À Ngaoundéré, le commerce informel a connu aussi des modifications. Cette nouvelle pratique commerciale dans la ville décrit les transactions entre consommateurs (*consumer to consumer*), souvent réalisées par l'intermédiaire de réseaux de médias sociaux et de sites tiers.

2.1. Les réseaux sociaux numériques pour le commerce électronique informel à Ngaoundéré

Nicole Ellisen et Annike Thierry (2011) définissent les réseaux sociaux numériques « *comme des*

sites et des applications web qui, reposant sur la technologie du web 2.0 et sur le principe d'expression, d'identification et de participation, permettent la création et l'échange des contenus générés par les utilisateurs. Ces derniers sont mis en relations entre eux via un compte ou un profil ». Les réseaux sociaux sont à la fois un facilitateur de communication et un outil de vente pour les commerçants informels. **Le « commerce social » désigne l'utilisation des réseaux sociaux pour le commerce électronique** (GSMA Intelligence, 2021). À Ngaoundéré, le recours aux réseaux sociaux pour l'achat et la vente de produits a pris de l'ampleur ces cinq dernières années. Dans notre échantillon de 59 commerçants interviewés dans le cadre de la pratique du commerce informel via les réseaux sociaux, tous ont recours à des groupes de vente sur deux réseaux sociaux principaux. Il s'agit de Facebook (56 %) et de WhatsApp (44 %). L'appareil de vente est largement dominé par le téléphone mobile, notamment de type smartphone. **81 % des commerçants informels affirment utiliser le téléphone portable pour leur commerce, contre 19 % qui utilisent un ordinateur.** Pour les ventes via Facebook, les groupes de vente sont nombreux à Ngaoundéré, tels que Ngaoundéré Market, Vide dressing à Ngaoundéré, ou Ngaoundéré-Dang Business Online entre autres (document 6). Ici, les vendeurs font des *posts* sur les différentes plateformes à partir d'un compte créé où les clients potentiels, séduits par les articles, font des choix et discutent des prix avec le vendeur. Très utilisés par les internautes, Facebook permet une grande visibilité des vendeurs informels en ligne.

Document 6. Exemples de pages de vente en ligne sur Facebook à Ngaoundéré

← X

FILTRES **GROUPES** VILLE ▼ PRÈS DE MOI GROUPES PUBLICS MES GROUPES

NGAOUNDERE BUSINESS CENTER
Public · 3,7 K membres · 8 publications par mois · 417 membres ont fréquenté Université de Ngaoundéré

[Rejoindre](#)

Ngaoundéré En Ligne(achats,ventes,des truc en bissness)
Public · 50 K membres · 25 publications non lues · Membre depuis mars 2022 · 4,5 K membres ont fréquenté Université de Ngaoundéré

[Consulter](#)

Business BINI-DANG-VILLE (Ngaoundéré)
Public · 59 K membres · Plus de 10 publications par jour · 6 K membres ont fréquenté Université de Ngaoundéré

[Rejoindre](#)

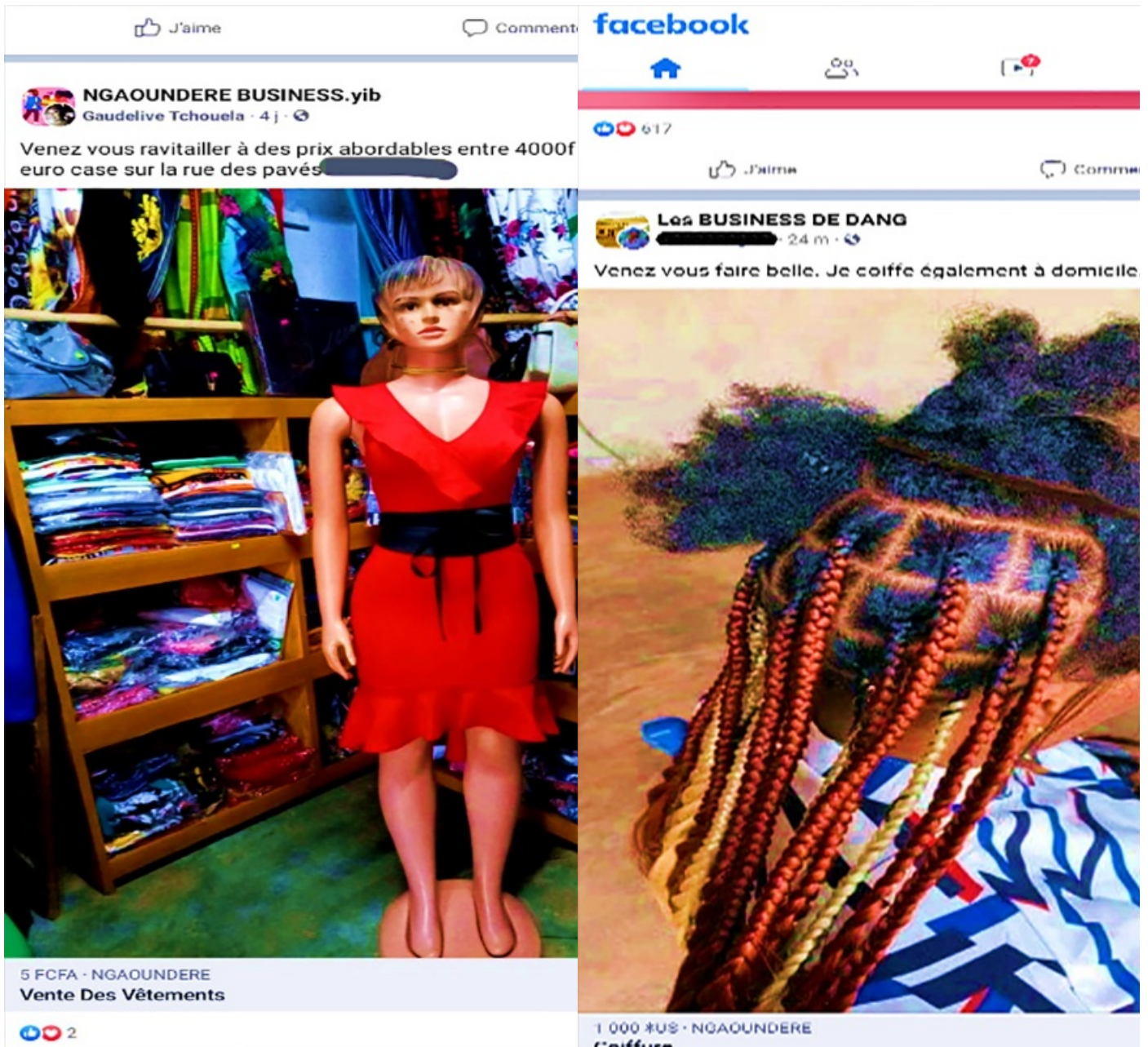
BUSINESS DANG ET VILLE PROPRE
Public · 5 K membres · 6 publications par jour · 721 membres ont fréquenté Université de Ngaoundéré

[Rejoindre](#)

ngaoundere achat et vente
Public · 8,7 K membres · 25 publications non lues · Membre depuis mars 2022 · 1 K membres ont fréquenté Université de Ngaoundéré

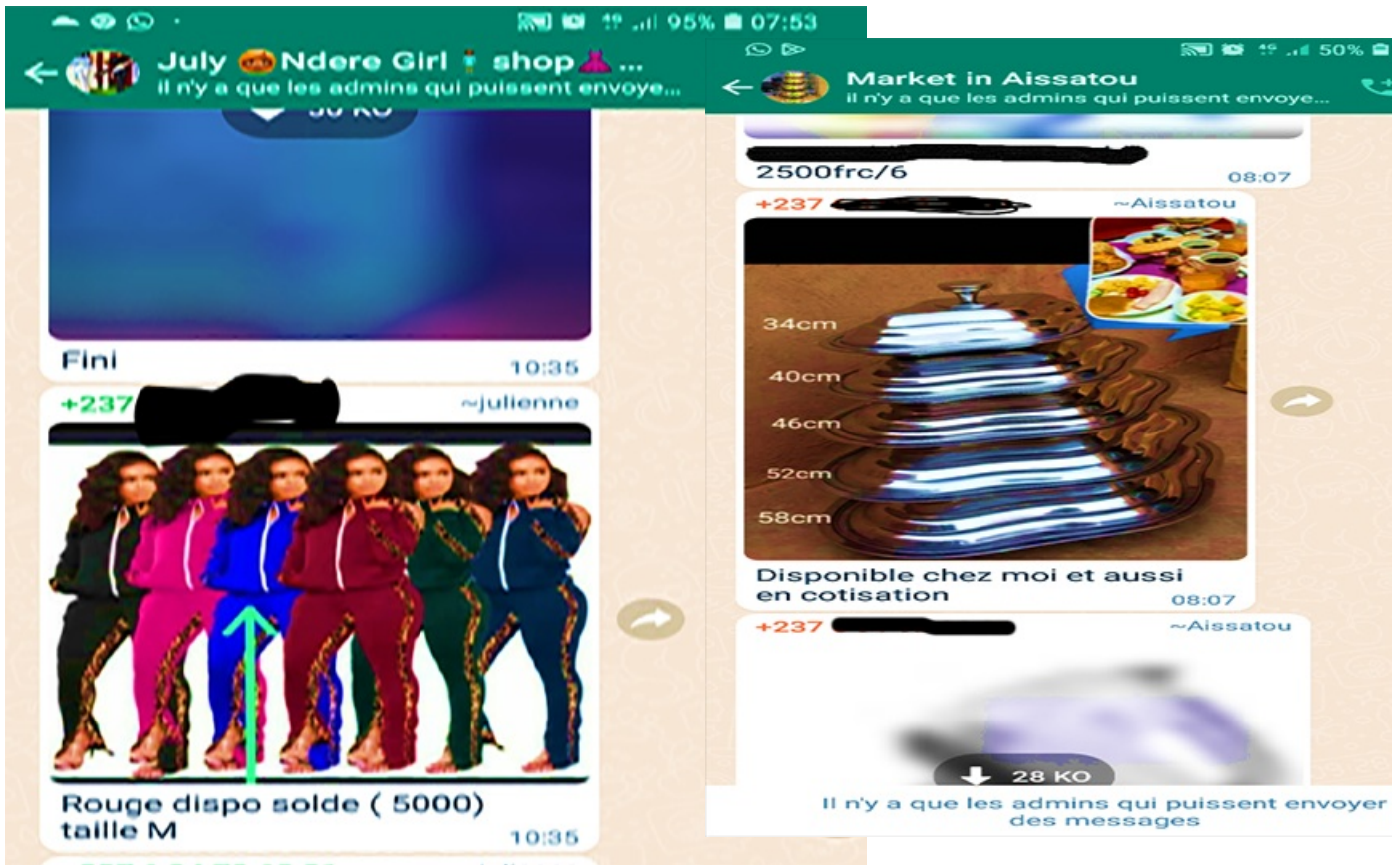
[Consulter](#)

Ces groupes parmi les plus populaires à Ngaoundéré rassemblent entre 5 000 et 59 000 membres.



Quant aux ventes sur WhatsApp (document 7), les vendeurs ont d'abord recours à Facebook où ils rassemblent les clients dans des groupes WhatsApp. Lorsqu'un internaute présent dans la plateforme de vente sur Facebook est intéressé par la promotion d'un article, il peut rejoindre le groupe WhatsApp *via* le lien qu'il aura inscrit. Par ailleurs un client potentiel peut se faire ajouter dans un groupe WhatsApp par un particulier ou même par le vendeur. En rejoignant le groupe de vente à travers le lien, le client pourra à son tour envoyer le lien à d'autres internautes, ainsi de suite. De la sorte, le processus de recrutement des clients est tributaire du simple clic sur le lien du groupe de vente. Signalons ici que le client peut à n'importe quel moment « quitter le groupe », sans aucun risque. Ici la visibilité est réduite car seuls les membres du groupe peuvent voir les publications de vente. Ainsi, les réseaux sociaux sont devenus un important levier pour les acteurs du e-commerce informel.

Document 7. Exemples de groupes de vente sur WhatsApp



2.2. Une population de commerçants virtuels plus jeune, plus féminine et plus diplômée que dans le commerce physique

La pratique du commerce informel en ligne évolue beaucoup en fonction de la tranche d'âge : parmi les commerçants en ligne enquêtés, 88 % ont entre 15 et 30 ans, alors que les 15-30 ans représentent 28 % de la population totale au Cameroun. Il s'agit en général de jeunes ayant été scolarisés. La classe d'âge de 31 à 40 ans est faiblement représentée (12 %), tandis que celle de 41 ans et plus est inexistante.

Document 8. Tranches d'âge des commerçants en ligne enquêtés

Cette image est un graphique interactif qui ne s'affiche pas dans le document PDF, merci de la consulter ou de la télécharger directement sur le site.

Tous les commerçants de l'échantillon ont moins de 41 ans. Données de l'enquête de terrain, juin 2022.

Par ailleurs, pour cette génération, beaucoup plus touchée par la révolution numérique, la pratique du commerce informel en ligne se voit comme un moyen d'obtenir plus de visibilité à travers une large clientèle. C'est aussi un moyen de contournement des taxes à payer et surtout un commerce moins coûteux en matière d'énergie dépensée comparé au commerce ambulant dans les rues. C'est d'ailleurs au regard de cet engouement juvénile que le commerce informel en ligne connaît une forte prolifération, car les jeunes sont plus enclins à utiliser les TIC (UIT, 2013).

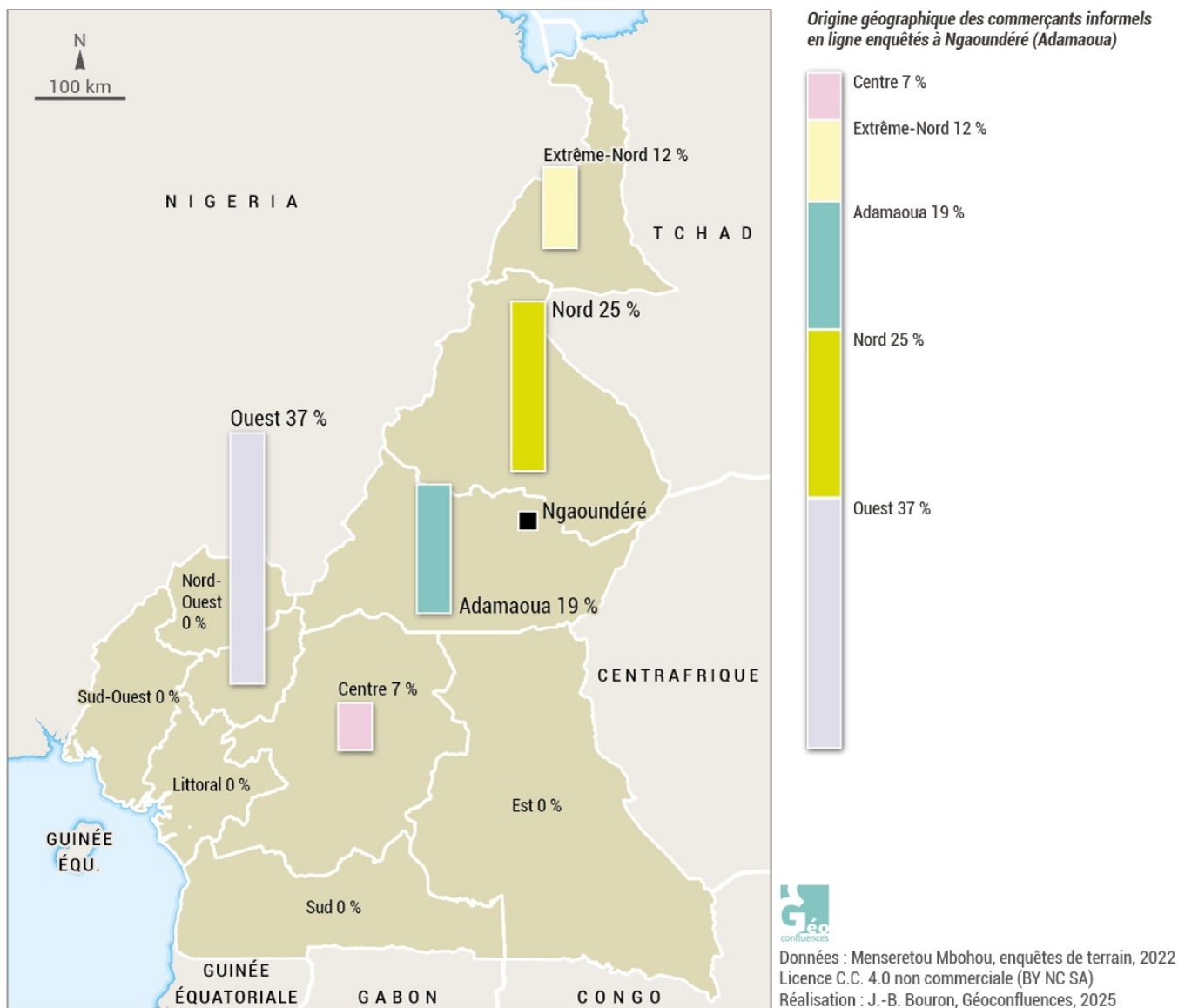
À Ngaoundéré, selon les habitudes culturelles, la production de richesses dans les ménages incombe traditionnellement à l'homme, bien qu'il existe aussi des vendeuses sur les marchés. Le commerce informel en ligne est venu briser cette barrière. Selon les résultats de nos enquêtes, 61 % des commerçants informels en ligne sont de sexe féminin contre seulement 39 % d'hommes. D'après un témoignage d'une commerçante en ligne, cette différence peut s'expliquer par le fait que les femmes, sa clientèle majoritaire, « *sollicitent les produits vendus et surtout qu'elles préfèrent discuter entre elles* » [3]. Les hommes sont plutôt des tenanciers

des boutiques physiques dans la ville, même si certains font aussi de la vente en ligne. Les produits vendus par le commerce informel en ligne s'adressent plus fréquemment à une clientèle féminine.

Le commerce informel en ligne à Ngaoundéré touche à peu près **toutes les gammes de produits**. Entre les livraisons de repas, les produits cosmétiques, l'offre de service (en coiffure, pédicure et manucure), accessoires de modes et de vêtements, électroménager, produits alimentaires etc. Selon les données de nos enquêtes, les produits couramment achetés sont les vêtements et accessoires de mode (41 %), suivis de l'électronique (19 %), contrairement à la distribution traditionnelle qui est dominée par les produits alimentaires. Les produits vendus sont de deux catégories : les produits neufs et les produits de seconde main. Pour ces derniers, le commerce se fait entre des individus qui se connaissent et qui partagent un même espace géographique (Mounirou Diallo *et al.*, 2020), car la confiance des interlocuteurs est prioritaire. Quant aux articles neufs, ce sont ceux que le vendeur se procure généralement hors de la ville et même hors du pays. C'est le cas de l'un des enquêtés, qui vend des articles vestimentaires depuis quatre ans et dont l'approvisionnement se fait en Turquie et à Doubaï.

Dans l'ensemble, le commerce informel en ligne est tenu par une population immigrante. Il s'agit en majorité des personnes venues d'ailleurs pour des raisons diverses, mais aussi et surtout des étudiants. Ces populations estudiantines seraient sans doute friandes de ces nouvelles pratiques commerciales, car il s'agit d'un type de commerce dont la connaissance et la manipulation des applications y afférentes nécessitent un certain niveau d'études. Ce dernier est faible dans cette ville de Peuls (principale ethnie à Ngaoundéré) longtemps considérée comme une des zones sous-scolarisées du pays. Géographiquement, ils viennent principalement de cinq régions camerounaises (document 9).

Document 9. Origines géographiques des commerçants informels en ligne



Données : enquêtes de terrain, juin 2022.

Les acteurs de ce commerce informel en ligne sont majoritairement âgés de 25 à 34 ans (63 % des répondants, document 5) dont plus de la moitié ont encore le statut d'étudiants ou d'élèves (53 %) venus d'ailleurs, ce qui justifie aussi cette proportion importante de la population immigrante dans ces nouvelles pratiques commerciales. **D'ailleurs, cette population estudiantine** « particulièrement friande des nouvelles technologies en général et du téléphone portable en particulier » (Beche, 2010, cité par Fogué Kuate, 2020) **considère le commerce en ligne comme un surplus de revenus.** Ces jeunes, que Marc Prensky (2001) appelle « *digital natives* » [4], sont qualifiés dans le langage courant au Cameroun de « *Génération tête baissée* » en référence à la position de leurs têtes toujours figées sur l'écran de leurs téléphones. Par ailleurs, ces commerçants sont pour la plupart des résidents des quartiers situés autour de l'université à la sortie Nord de la ville de Ngaoundéré (Dang, Bini, Malang). **Ce commerce, on serait tenté de le qualifier de commerce des migrants saisonniers.** En effet, ces jeunes étudiants ne résident dans la ville que pendant l'année scolaire ou universitaire, cette période constituant le temps fort de l'achalandage.

Ces commerçants ont diverses sources d'approvisionnement, notamment celles à l'intérieur du pays dont la ville de Douala qui est la principale pourvoyeuse, et celles à l'extérieur du pays. Signalons également que ce commerce informel en ligne s'est accéléré avec la pandémie de **covid 19**, ce qui a aussi facilité le développement du paiement mobile.

Lire aussi : Jean-François Perrat, « **Notions en débat. Le virtuel et le réel dans la géographie du numérique** », *Géoconfluences*, janvier 2020.

3. Les sources d'approvisionnement et la gestion des transports

La pratique du commerce informel en ligne, comme celle du commerce traditionnel, n'est pas réalisable sans une chaîne d'approvisionnement assez étendue et un système de gestion des transports bien établi. Selon le contexte, chaque commerçant élabore des stratégies qui lui permettent d'acquérir le maximum de produits à moindre coût en vue de maximiser ses bénéfices.

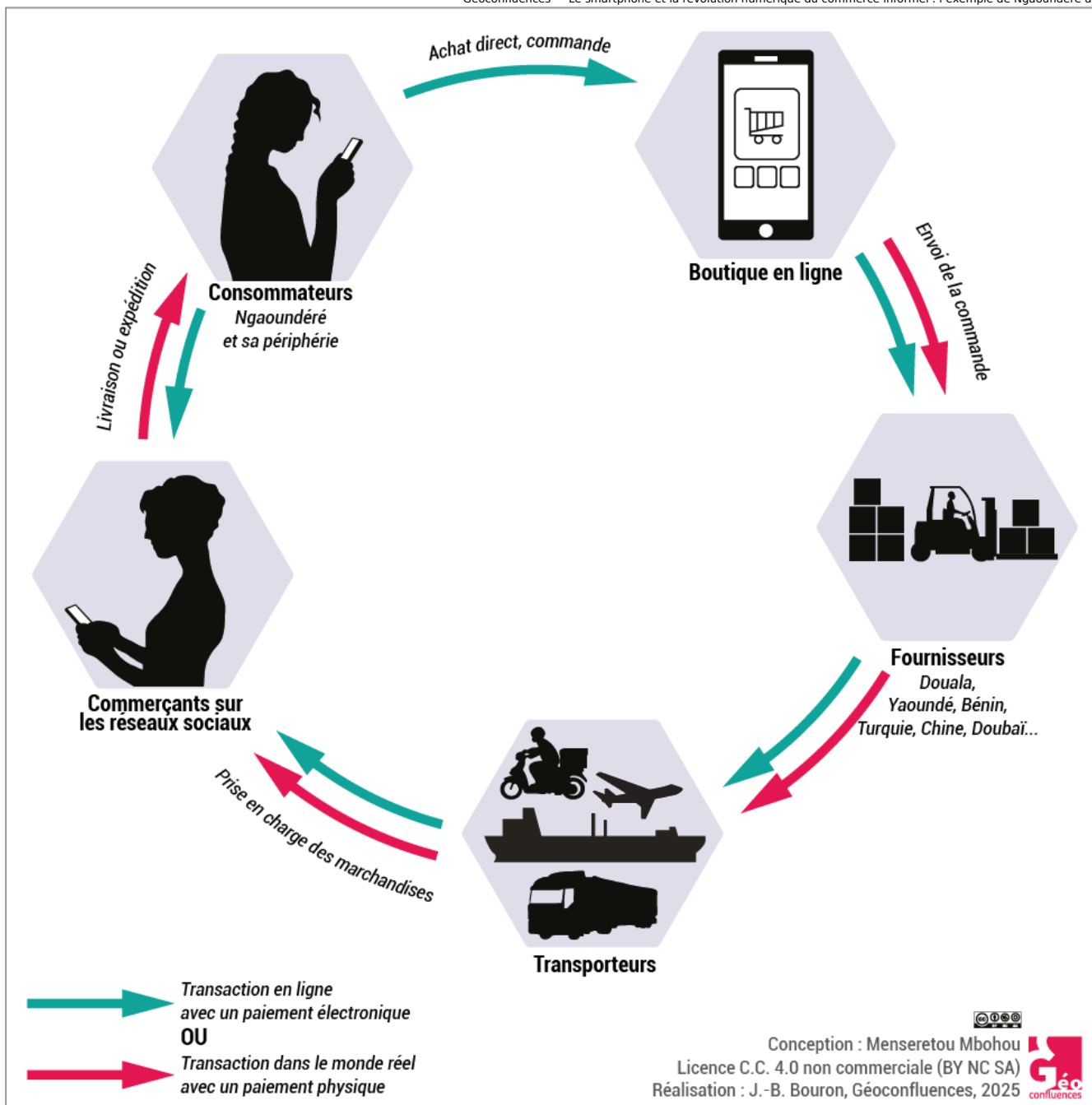
3.1. Des circuits d'approvisionnement multiples

Sur le plan organisationnel, l'approvisionnement fait appel à deux types de circuits : le circuit court et le circuit long. Le circuit court révèle une proximité entre le commerçant et le fournisseur ; c'est le cas des commerçants qui se ravitaillent à Ngaoundéré même. Citons par exemple les commerçants des produits issus de la pâtisserie et des plats préparés ou des vendeurs d'articles de seconde main provenant des membres de leur famille. Ce circuit est bâti autour de la confiance et de la relation entre les différentes parties.

Le circuit long peut être subdivisé en deux : le premier est celui qui fait appel aux fournisseurs qui sont en dehors de la ville de Ngaoundéré. C'est le cas des produits provenant des villes camerounaises comme Douala (principal port d'importation) et Yaoundé (capitale politique). Le second est le circuit dont les fournisseurs sont en dehors du pays et même du continent. On retrouve au Cameroun les fournisseurs du Bénin, de la Turquie, de la Chine et de Doubaï (qui fonctionne en *hub* portuaire). Aux dires de nos enquêtés, dans le circuit long, la relation entre les fournisseurs et les commerçants est souvent basée sur la garantie et les contrats écrits pour certains, sur la confiance pour d'autres et parfois même les trois (confiance, contrat écrit et garantie).

En bref, le transfert des marchandises se fait des entrepôts vers les commerçants en ligne, puis vers les clients finaux. Le niveau de contribution de chaque type de circuit à l'approvisionnement urbain (court ou long) varie d'un espace à un autre. Cet approvisionnement peut être schématisé comme sur le document 10.

Document 10. Organisation du circuit d'approvisionnement du commerce informel en ligne



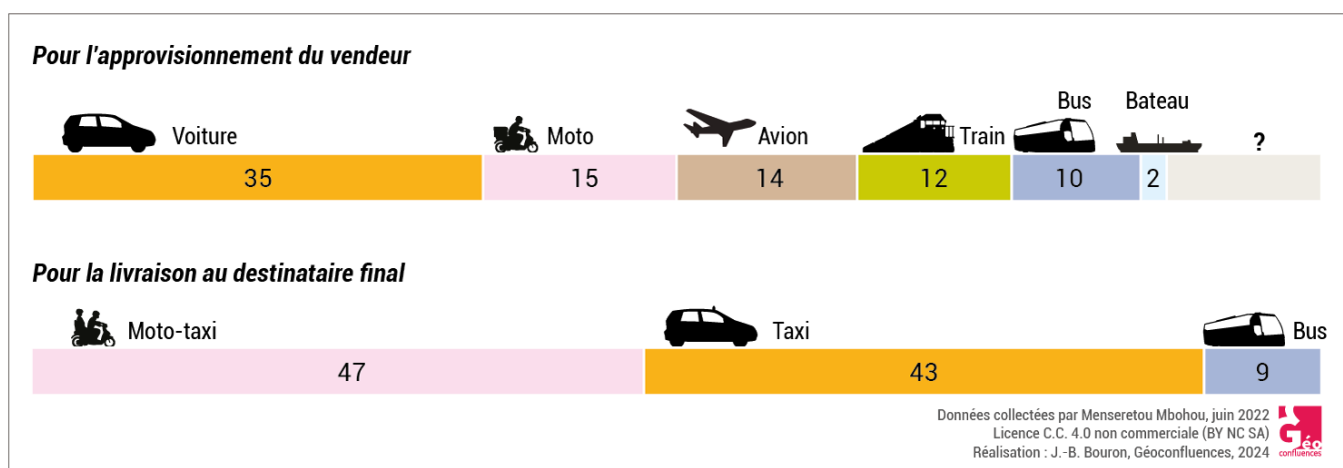
L'approvisionnement dans le commerce informel en ligne dépend grandement des parts de commande faites par les consommateurs auprès des boutiques en ligne. Ces commandes peuvent être totalement ou à moitié prépayées en utilisant le *mobile money*. Le commerçant pour satisfaire sa clientèle fait ses achats en commandant ou en se déplaçant chez le fournisseur qui peut être dans une autre ville du pays ou à l'extérieur du pays. Celui-ci prendra en charge les marchandises en les expédiant vers le commerçant (cas dans lequel le commerçant ne se déplace pas) ou bien le commerçant prend en charge le transport des marchandises (situation dans laquelle le commerçant se déplace pour faire les achats lui-même). Dans ce dernier cas, si le client signale une urgence dans l'obtention de sa commande, il est appelé à finaliser son achat et à payer les frais d'expédition au cas où le commerçant n'est pas encore dans sa ville de résidence. Il est à noter également que les frais de livraison sont supportés par le client qui souhaite être livré chez lui, ou par le commerçant qui organisera une rencontre en un point fixe dans la ville où les consommateurs passeront récupérer leurs articles. L'ensemble de ces deux circuits nécessite une bonne gestion des moyens de transport.

3.2. De l'avion à la moto en passant par le taxi, une livraison flexible

Du fournisseur au commerçant informel en ligne, du producteur-commerçant aux consommateurs, du commerçant en ligne aux consommateurs finaux, la pratique du commerce

électronique n'est pas possible sans un système de gestion du transport bien organisé. En effet, en fonction du circuit d'approvisionnement du commerçant, les moyens de transport utilisés sont différents aussi bien pour les marchandises que pour le commerçant lui-même. **Dans le cas du circuit court, les moyens de déplacement utilisés pour l'approvisionnement ou la livraison des produits sont des véhicules de petit gabarit** (moto, taxi, car ou bus de transport voyageurs), en raison de leur grande flexibilité. Le circuit long, quant à lui, mobilise plusieurs types de transport. Le transport routier (bus et car) et le transport ferroviaire (train) sont sollicités pour l'approvisionnement à l'intérieur du pays ; pour ses achats en dehors du pays, le commerçant fait appel au fret aérien ou maritime. Ces moyens de transports sont sollicités par des commerçants d'articles vestimentaires, notamment les pagens en provenance du Bénin ou de la Turquie ou les articles d'électroménager et d'informatique en provenance de Chine.

Document 11. Moyens de transport utilisés pour l'approvisionnement et pour la livraison



L'approvisionnement des commerçants informels en ligne est assuré en grande partie par les voitures (35 %) qui facilitent le regroupement des marchandises par le commerçant. Avec la moto (16 %), le commerçant peut facilement se faufiler dans les quartiers et se déplacer en toute saison. Ces deux moyens de transport sont les plus sollicités par les commerçants qui font leurs achats à l'intérieur de la ville. C'est le cas des producteurs/commerçants (commerçants des plats préparés, commerçants des produits de boulangerie, surtout les gâteaux). En ce qui concerne le bus (10 %), le train (14 %), l'avion (16 %) ou encore le bateau (2 %), ils sont sollicités pour les approvisionnements en dehors de la ville et même hors du pays.

Parmi les moyens de transports déployés pour la livraison dominent la moto-taxi (47 %), qui est un moyen de transport en commun qui permet de rallier tous les quartiers de la ville, même ceux inaccessibles en voiture, et le taxi (45 %). Ce dernier est sollicité pour le déplacement des quartiers périphériques (notamment Dang et Bini qui hébergent la majorité des étudiants) vers le centre-ville. Quant au bus (9 %), il permet d'expédier des colis des commerçants de Ngaoundéré vers les villes environnantes.

Conclusion

La pratique du commerce informel, qu'elle soit dans les rues ou dans les marchés, touche tous les domaines de la vie économique et sociale dans les villes camerounaises en général. À Ngaoundéré, ce commerce connaît une révolution fulgurante, avec l'avènement de la téléphonie mobile d'abord, puis de l'internet à travers les réseaux sociaux, et enfin avec le développement du paiement mobile. Cette révolution des pratiques commerciales est surtout mise en valeur par des jeunes, au niveau scolaire supérieur en majorité. La pratique du commerce en ligne à travers les réseaux sociaux, notamment WhatsApp et Facebook, est dominée par des articles vestimentaires, contrairement au commerce informel traditionnel dont les produits relèvent plutôt du domaine de l'alimentaire. Cette force des réseaux sociaux réside dans leur attractivité et le pouvoir de l'instantané. D'ailleurs, cette « mutation de l'espace marchand » contribuera sans doute au changement de comportement des consommateurs dans la ville de Ngaoundéré.

Outre cet aspect de la pratique du commerce informel en ligne vue du côté des commerçants, il serait opportun de creuser plus loin en analysant d'une part les attitudes des consommateurs face à cette mutation du commerce informel, et d'examiner d'autre part l'impact de ce commerce informel en ligne (commerce virtuel) sur le commerce informel traditionnel (commerce physique).

Bibliographie

- Agence de Régulation des Télécommunication du Cameroun, (2021), www.art.cm, en ligne.
- Aoustin-Sow Milly, 2012, *l'informalité dans le quartier de la Goutte d'Or à Paris. Économie immigrante, africanité et politiques urbaines*, Thèse de doctorat de l'Université Paris-Ouest Nanterre-La- Défense. En ligne.
- Assadi Djamchid et Cudi Anaïs, 2011, « **Le potentiel d'inclusion financière du "mobile banking" : Une étude exploratoire** », *Revue de Management et Avenir*, 46(6), p. 227-243.
- Avom Désiré, Bidiassé H., Mvogo G., 2021, « **Adoption et usage du mobile money au Cameroun : Analyse comparative des déterminants entre Douala et Yaounde** ». *African Development Review*, February 2021
- Batchou Franck William, Assongmo Necdem Yannick et Ebongue Michèle, 2014, « **Utilisation des réseaux sociaux au Cameroun : Quelles conséquences sociales ?** » Social Media Report, AFF Cameroun.
- Beche E., 2010, « Les élèves de Maroua (Cameroun) et l'interdiction du téléphone à l'école. Opinions et stratégies de détournement. Pour une gouvernance technoscolaire systémique et participative », Kaliao, *Revue pluridisciplinaire de l'École normale de Maroua*, p. 9-25.
- Chéneau-Loquay Annie, 2001, « **Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique** », *NETCOM*, vol. 15, n° 1-2, p. 121-132.
- Dassé Affry S. M., 2017, *L'occupation anarchique du domaine public par les commerçants du secteur informel dans le district d'Abidjan : le cas de la commune d'Adjamé*. Thèse de doctorat de l'Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan-Cocody, 350 pages.
- Ellisen Nicole, Thierry Annike, 2011, « **Réseaux sociaux, numérique et capital social. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant** ». *Hermès*, 59, p.21-23.
- Fogué Kwaté Francis Arsène, 2020, « **Les voies téléphoniques de l'émancipation des jeunes femmes en milieux musulman et chrétien au Cameroun** », *Réseaux*, n° 222, La Découverte, p. 113 à 138.
- GSMA Intelligence, 2021, « **Facilitation du commerce électronique en Afrique centrale : Le rôle des services mobiles et les implications politiques** », in le Rapport des Nations Unies, Commission économique pour l'Afrique Centrale, 60 pages.
- Institut National de la Statistique du Cameroun, 2005, *Enquête Emploi Secteur Informel*, CMR-INS-EESI-2005-V1-2.
- Institut National de la Statistique du Cameroun, 2011, *Enquête Démographique et de Santé à Indicateurs Multiples (EDS-MICS), 2011* FR260, 576 pages.
- Institut National de la Statistique du Cameroun, 2016, *Annuaire Statistique 2016*, 370 pages.
- Internet Live Stats, 2021, **Internet Usage and Social Media Statistics**. En ligne.
- Internet World Stats, juil. 2019. En ligne.
- Kengne Fodouop, 2015, *Cameroun, jardin sacré de la débrouillardise*, l'Harmatan, 484 pages.
- Kouma M., 2017, *Commerce et gestion de l'espace urbain à Dakar : enjeux, logiques et stratégies des acteurs*, thèse de géographie, université de Normandie, 256 pages.
- Kouakou A. L., Kouassi Y. F. et Koulaï A., 2017, *L'utilisation des technologies d'information et de la communication dans la commercialisation du manioc à Bonoua*, Colloque international numérique, espace et société en Afrique subsaharienne 24, 25 et 26 octobre 2017, Abidjan, Côte d'Ivoire. En ligne.
- Mefoute Badiang Alphonse, et al., 2013, « Les pratiques marketing des très petites entreprises informelles : cas des commerçants de rue au Cameroun », *AMS - African Management Studies*, 1(1), 123-143.
- Mounirou Diallo Mamadou et al., 2020, « **Commerce informel et réseaux sociaux à Dakar. Itinéraire d'une adaptation inattendue** », *Revista Bitácora Urbano Territorial*, vol. 30, n° 3, 2020, Universidad Nacional de Colombia, Colombie.

- Nana Djomo J. M. *et al.*, 2014, *L'analyse socio-économique du secteur et de l'emploi informel au Cameroun*, Projet de recherche présenté au Réseau PEP (PEP-PAGE Policy analysis on growth and employment), 28 pages.
- OCDE, 1999, *Les incidences économiques et sociales du commerce électronique*, Résultats préliminaires et programme de recherche, Paris.
- Prensky M., 2001, « *Digital Natives, Digital Immigrants* », Part 1, *On the Horizon*, vol. 9, n° 5, p. 1-6.
- Rallet A., 2001, « *Commerce électronique ou électronisation du commerce ?* », *Lavoisier, Réseaux*, 2001/2, n° 106, p. 17-72.
- Rapport des Nations Unies, Commission Économique pour l'Afrique, *Facilitation du commerce électronique en Afrique Centrale : Le rôle des services mobiles et les implications politiques*, GSMA Intelligence, 2021, 60 pages.
- Saifullahi, S. I., et Haruna, M. A., 2020, "Testing the impact of financial inclusion on income convergence: Empirical evidence from Nigeria". *African Development Review*, 32(1), p. 42-54.
- Tsapi V., Tchekwa N. L., 2020, « Du commerce traditionnel au commerce en ligne : une modélisation théorique des déterminants du commerce électronique », *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, n° 6, volume 3, p. 572-592. En ligne.
- Tsopfack Fofack F., Boulla Meva'a A. R., 2017, « Appropriation des réseaux sociaux numériques par une population estudiantine à Dschang (Cameroun) : entre diversification des usages et sélectivité des informations », *Communication en Question*, n° 9, novembre - décembre 2017. En ligne.
- Tuan Minh Nguyen, 2017, *Le commerce ambulante : une économie populaire (le cas de la capitale Hanoï au Vietnam)*, Thèse de Sociologie, Université Sorbonne Paris Cité, 201 pages.

[1] Agence de Régulation des Télécommunication au Cameroun, 2023.

[2] MTN MoMo désigne le Mobile Telephonic Network Mobile Money

[3] Extrait de l'entretien du 6 juin 2022, avec Evelyne, vendeuse de pagnes et articles de mode féminine sur les réseaux sociaux à Ngaoundéré.

[4] L'expression de « digital natives » désigne des jeunes selon la classification de Marc Prensky (2001) qui sont nés à partir des années 1980 et qui ont grandi avec ces technologies qui sont très souvent pensées pour eux (Fogué Kuate, 2020).

Mots-clés

Retrouvez les mots-clés de cet article dans le glossaire : [informalité](#) | [informel](#) | [technologies de l'information et de la communication](#) | [proximité](#).

Remerciements

L'autrice tient à remercier ses directeurs, MM. René-Paul Desse, Félix Watang et Lionel Prigent, pour leurs relectures. Thèse : Structuration de l'espace économique : une appropriation par le commerce informel physique et son contournement par le e-commerce dans la ville de Ngaoundéré (Cameroun), Université de Bretagne Occidentale / Université de Maroua, soutenue le 31 mars 2025.

Mensérétou Ramadan MBOHOU MAGHOUE

Docteur en aménagement de l'espace et urbanisme, Université de Bretagne Occidentale (UBO, Brest)

Édition et mise en web : Jean-Benoît Bouron

Pour citer cet article :

Mensérétou Ramadan Mbohou Maghoue, « **Le smartphone et la révolution numérique du commerce informel : l'exemple de Ngaoundéré au Cameroun** », *Géoconfluences*, avril 2025.
<https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/afrique-dynamiques-regionales/articles-scientifiques/commerce-informel-numerique-cameroun>