

SATISFACTION DES UTILISATEURS DE SERVICES DE TELECOMMUNICATION EN COTE D'IVOIRE

Résumé exécutif – volet **Entreprise**



Septembre 2025

SOMMAIRE

1. Introduction	3
2. Méthodologie	4
3. Les chiffres marquants	6
4. Principaux résultats	8
4.1 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des opérateurs mobiles	8
4.1.1 Ancienneté chez l'opérateur	8
4.1.2 Satisfaction sur le service voix mobile	8
4.1.3 Abandon du service voix sur le mobile.....	9
4.1.4 Fidélité à l'opérateur pour le service voix mobile	9
4.1.5 Expérience de réclamation des entreprises sur le service voix mobile	9
4.1.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête	10
4.2 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des FAI	11
4.2.1 Ancienneté chez les FAI.....	11
4.2.2 Satisfaction vis-à-vis des FAI	11
4.2.3 Abandon de fournisseurs d'accès à internet fixe	12
4.2.4 Fidélité au fournisseur d'accès à internet	12
4.2.5 Expérience de réclamation des entreprises sur l'internet mobile.....	13
4.2.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête	13
4.3 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des fournisseurs de services Mobile money	14
4.3.1 Ancienneté chez le fournisseur de service mobile money	14
4.3.2 Satisfaction vis-à-vis du fournisseur de service mobile money	14
4.3.3 Abandon de fournisseur de service mobile money	14
4.3.4 Fidélité au fournisseur de service mobile money	14
4.3.5 Expérience de réclamation sur le mobile money.....	15
4.3.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête	15
SYNTHESE DES RESULTATS	16



1. Introduction

Le marché de la téléphonie en Côte d'Ivoire affiche une forte dynamique de croissance depuis 2022, après la crise sanitaire et économique liée à la pandémie de Covid-19. Cette croissance est portée par une adoption accrue de la téléphonie mobile et un essor fulgurant de l'internet fixe et mobile.

Ces performances sont traduites par le nombre d'abonnements à la téléphone mobile qui est passé de 44 millions en décembre 2021 à 55,3 millions au 31 mars 2024, soit une progression de 10,31% (données ARTCI¹). Le taux de pénétration du mobile a atteint 162% au dernier trimestre 2021, contre 162,2% à fin 2023. Le marché de l'internet, en revanche, connaît un essor remarquable porté par le déploiement et l'usage des infrastructures essentielles. Le nombre d'abonnements à l'internet fixe a augmenté de plus de 20% entre décembre 2023 et mars 2024, pour atteindre plus de 400 000 abonnements.

En réponse aux défis posés par l'évolution rapide du secteur, l'ARTCI a lancé en 2023 une enquête de satisfaction auprès des consommateurs des services de communication électronique.

Cette initiative vise à recueillir les perceptions et attentes des entreprises ivoiriennes, en matière d'utilisation du numérique. Les résultats obtenus fournissent des données précieuses sur l'expérience réelle des entreprises, permettant à l'ARTCI d'affiner ses actions de régulation pour un secteur plus performant, inclusif et compétitif.

Elles permettent également aux entreprises du secteur d'ajuster leurs catalogues d'offres de services et d'améliorer la relation client afin de répondre efficacement aux besoins des consommateurs.

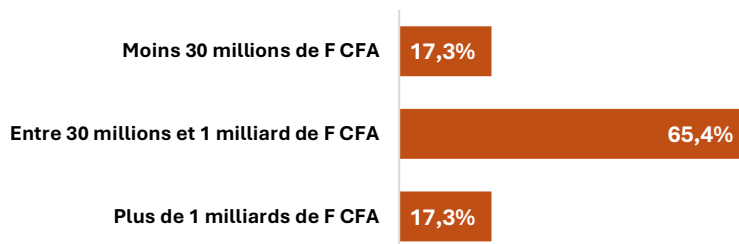
Parmi les principales conclusions, il ressort que la majorité des entreprises qui font usage des services de télécommunications apprécient les progrès réalisés en matière de connectivité et de couverture réseau, notamment grâce aux déploiements des réseaux 4G et de la fibre optique.

L'enquête a également mis en lumière certaines préoccupations des entreprises, portant notamment sur la nécessaire amélioration de la qualité de service, la gestion des réclamations, la protection des données personnelles et une meilleure prise en charge du client.

2. Méthodologie

 **301**
Entreprises

70%
Sont situées à
ABIDJAN



Répartition des entreprises interviewées

Cette enquête a ciblé aussi bien les **particuliers** que les **entreprises**, choisis de manière aléatoire dans des zones urbaines et rurales mais ce rapport concerne le volet **entreprise**. Les **entreprises** ont été interrogées sur les services fournis par les opérateurs de téléphonie mobile, les fournisseurs d'accès à internet et les fournisseurs de service mobile money.

Les fournisseurs de service concernés par cette étude sont :

- **FAI** (fournisseurs d'accès à internet) **fixe** : Vipnet, Dataconnect, GVA, Konnect Africa
- **Opérateurs** (fournisseurs de services Voix, SMS et internet mobile) : Moov Africa CI, Orange CI et MTN CI
- **Fournisseurs de service Mobile Money** : MTN MFS CI, Moov Money, Orange Money et Wave CI.

La satisfaction des entreprises a été évaluée au travers de **deux principaux indicateurs** :

➤ **CSAT** [Customer Satisfaction Score]

Le **CSAT** est l'indicateur de performance le plus couramment utilisé pour mesurer la satisfaction client. Il permet de recueillir des avis précis des clients sur divers aspects : un produit ou un service ou une interaction spécifique avec une entreprise.

Le CSAT est généralement calculé en demandant aux clients de répondre à une question sur une échelle de satisfaction, à 5 niveaux, comprenant les options suivantes : "Très satisfait", "Satisfait", "Neutre", "Pas satisfait" et "Pas du tout satisfait".

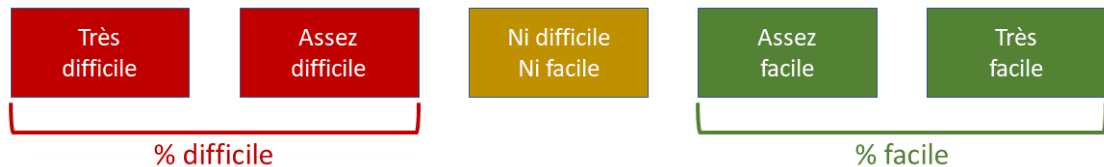
$$\text{CSAT} = \frac{\text{Nombre de réponses positives}}{\text{Nombre total de réponses}} * 100$$



➤ **CES [Customer Effort Score]**

Le **CES** est un outil pour évaluer et améliorer l'expérience client. Il vise à mesurer l'effort que les consommateurs doivent fournir pour accomplir une action ou une démarche, telle qu'effectuer un achat ou une réservation, entrer en contact avec le service client.

L'indicateur CES est évalué, généralement à partir de réponses aux questions simples suivantes : « *Quel niveau d'effort avez-vous dû déployer pour entrer en contact avec notre SAV/effectuer un achat sur notre site Internet/utiliser notre service ?* »



CES = % répondant (Très difficile et Assez difficile) - % répondant (Assez facile ou Très facile)

le CES varie entre **-100%** (tous les clients trouvent facile) et **+100%** (tous les clients trouvent difficile)

En posant la question référence du CES, les entreprises peuvent suivre les changements dans l'expérience client au fil du temps et identifier les domaines spécifiques nécessitant des améliorations. Cela permet de créer une boucle de feedback continue qui favorise une culture d'amélioration continue.



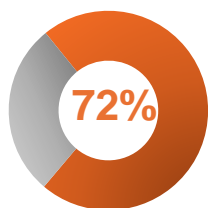
3. Les chiffres marquants

NIVEAU DE SATISFACTION GLOBALE

Les valeurs dans le tableau ci-dessous concernent uniquement l'indicateur CSAT.

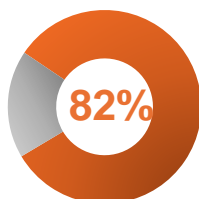
Entreprises

Internet fixe



Les entreprises sont globalement satisfaites de leur usage du service internet (plus de 72%). Cependant, Elles expriment le besoin d'une optimisation des infrastructures pour assurer une connexion plus rapide et stable, des tarifs transparents et abordables, ainsi qu'un service à la clientèle plus réactif.

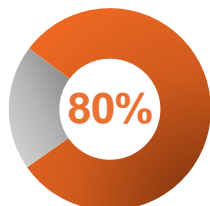
Téléphone fixe



Plus de 82% des entreprises utilisatrices du service de téléphone fixe se disent satisfaites. Elles souhaitent néanmoins une plus grande réactivité des services commerciaux et techniques, ainsi qu'une facturation plus transparente.

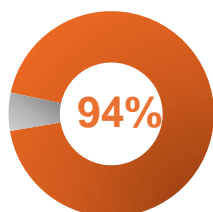
Entreprises

Téléphone mobile



Malgré un niveau de satisfaction de 80%, certaines entreprises expriment des préoccupations concernant la qualité du réseau (accès difficile, de qualité sonore), les tarifs jugés élevés des communications, la lenteur dans la prise en charge par le service client et le manque de transparence et de clarté dans la facturation des offres souscrites.

Mobile Money



Le mobile money affiche un niveau de satisfaction élevé des entreprises, avec près de 94% des clients satisfaits pour tous les fournisseurs. Cependant, les entreprises expriment des préoccupations concernant la sécurité des transactions, les frais et la qualité du réseau.

Note : Un score CSAT de 80 % ou plus, regroupant les entreprises se déclarant [TRÈS SATISFAITS et SATISFAITS] est considéré comme bon, tandis qu'un score inférieur à 50% indique la nécessité de mettre en place des actions correctives pour améliorer le niveau de satisfaction globale.



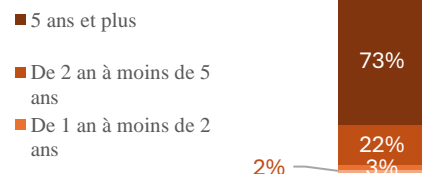
4. Principaux résultats

4.1 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des opérateurs mobiles

4.1.1 Ancienneté chez l'opérateur

La quasi-totalité des entreprises interrogées (95%) sont clientes depuis plus de deux ans chez leur opérateur mobile. Cela indique d'une certaine confiance établie entre le monde professionnel et les opérateurs du secteur, du moins sur le service Voix.

Ensemble des opérateurs sur la voix

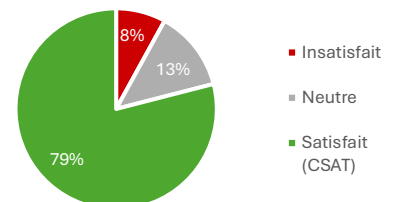


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.1.2 Satisfaction sur le service voix mobile

Il en est de même pour les entreprises, qui affichent un niveau de satisfaction de **79% pour les services voix souscrits**, soit 2 points de plus que les particuliers. Cela est le fait, non seulement de **l'amélioration de la qualité des réseaux mobiles**, des **offres attractives proposées** couplée à un **bon service client**, mais également de la **transparence des informations** dont fait preuve les opérateurs mobiles vis-à-vis de leurs clients « entreprises ».

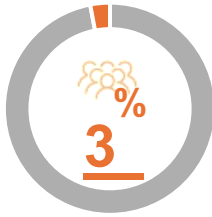
Satisfaction globale des utilisateurs (CSAT)



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.1.3 Abandon du service voix sur le mobile

Taux d'abandon global sur le service voix mobile



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

Le taux d'abandon global sur le segment voix est de **3%** pour les entreprises. Cela indique une performance relativement stable en termes de fidélisation pour cet opérateur.

Les principaux facteurs de la perte de clients pour MTN et Moov incluent les difficultés d'accès au réseau, l'insuffisance des bonus offerts, ainsi que la qualité du réseau. En revanche, Orange fait face à d'autres défis, tels que les tarifs des appels au sein de son propre réseau.

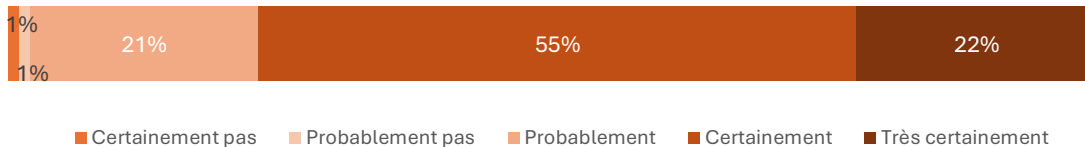
4.1.4 Fidélité à l'opérateur pour le service voix mobile

Le taux de fidélité global est relativement élevé, avec **77%** des clients entreprises déclarant être **«Certainement»** ou **«très certainement»** fidèles à leur opérateur actuel.

Toujours d'après votre expérience, continuerez-vous dans les trois prochains mois avec votre ou vos opérateur(s) de téléphonie Mobile voix ?

Taux de fidélité

77%



■ Certainement pas ■ Probablement pas ■ Probablement ■ Certainement ■ Très certainement

Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.1.5 Expérience de réclamation des entreprises sur le service voix mobile

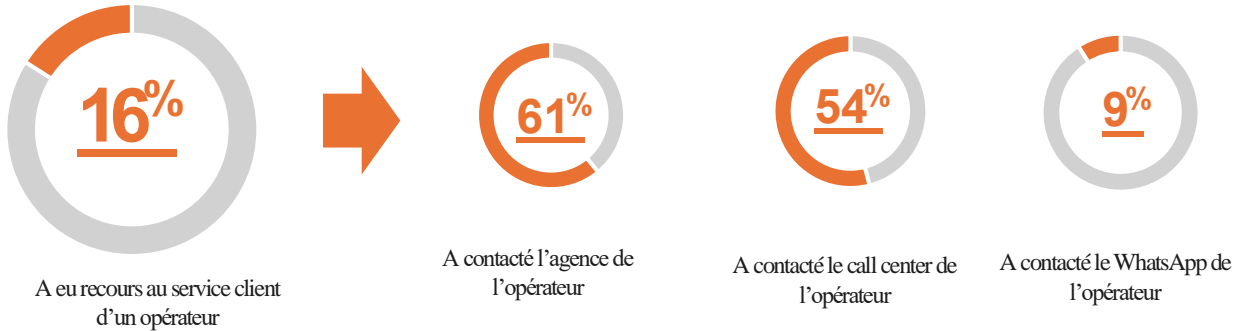
Ensemble des opérateurs sur le service voix mobile

La proportion de recours des entreprises au service client des opérateurs s'établit à **16%**. Les canaux privilégiés sont : « se rendre en agence physique » (**61%**) ou « joindre le Call Center » (**54%**).



Ensemble des opérateurs sur le service voix mobile

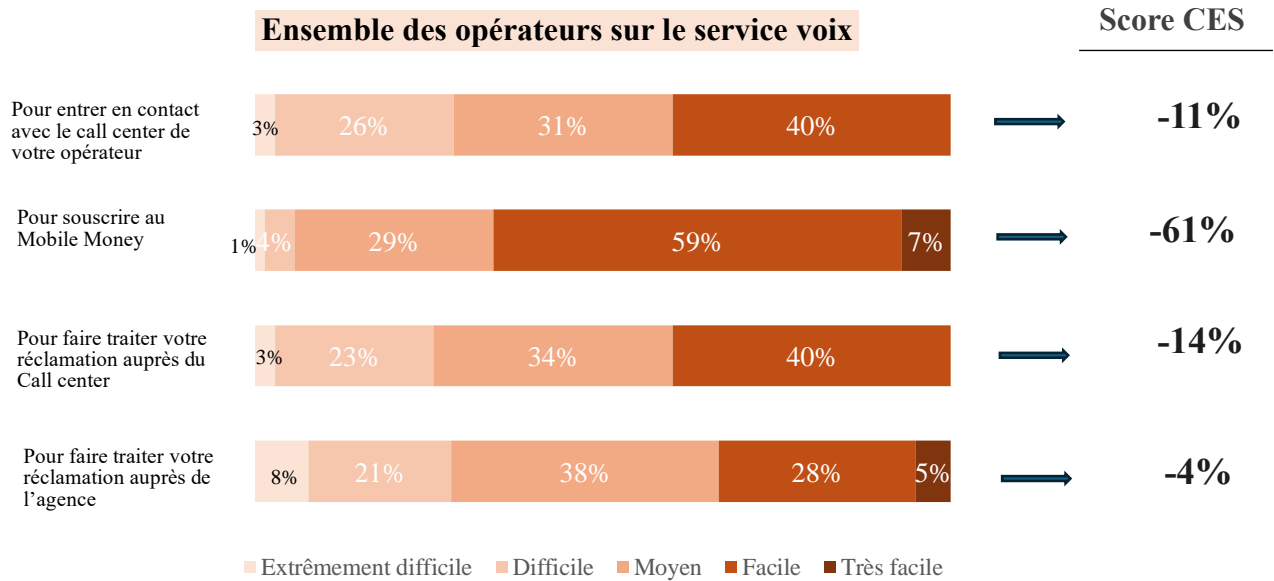
Service client contacté



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.1.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête

Globalement tous les scores CES sont négatifs, indiquant que les clients trouvent qu'il est **facile de résoudre leurs problèmes** ou d'obtenir de l'assistance des opérateurs.



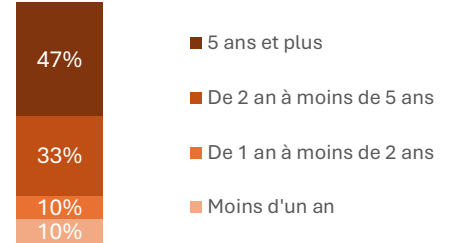
Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.2 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des FAI

4.2.1 Ancienneté chez les FAI

Tout comme le service voix mobile, la majorité des entreprises sont abonnées à l'internet fixe depuis plus de 2 ans, témoignant d'une certaine stabilité dans les choix des entreprises. **80% des entreprises sont utilisatrices depuis de plus 2 ans.**

Ancienneté chez les FAI

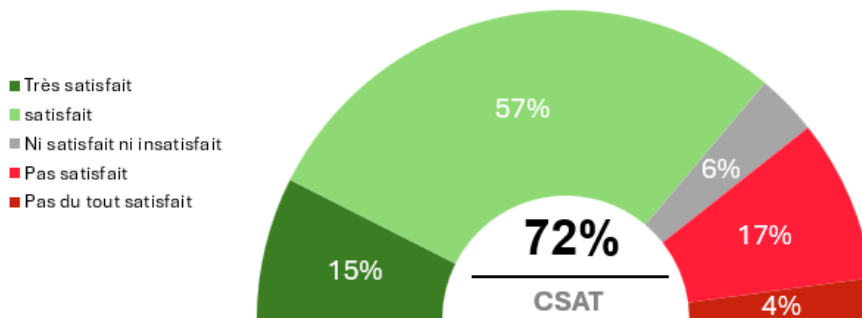


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.2.2 Satisfaction vis-à-vis des FAI

Satisfaction des entreprises vis-à-vis des fournisseurs de l'internet fixe

Plus de deux entreprises sur trois expriment être satisfaites de leurs offres d'internet fixe. Ce résultat montre que, dans l'ensemble, les opérateurs réussissent à répondre efficacement aux attentes des entreprises. Ce niveau de satisfaction relativement élevé s'explique principalement par la rapidité et l'efficacité avec lesquelles les opérateurs interviennent pour résoudre les problèmes soumis.

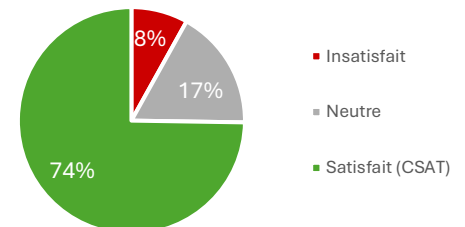


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

Satisfaction des entreprises vis-à-vis des fournisseurs de l'internet mobile

Le taux de satisfaction global est de **74%**. Les clients affichent un bon niveau de satisfaction envers les fournisseurs d'accès à internet mobile. Les entreprises sont globalement satisfaites de la qualité du réseau, notamment en termes de facilité de connexion, de rapidité de navigation et de stabilité du réseau. Un nombre significatif de clients entreprises trouve que le prix des forfaits internet souscrits reste justifié par la qualité des services fournis.

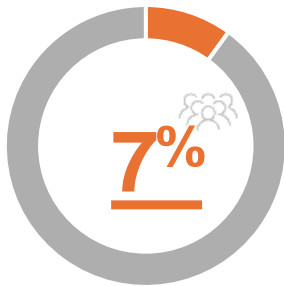
Satisfaction globale des clients entreprises des FAI de l'internet mobile (CSAT)



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.2.3 Abandon de fournisseurs d'accès à internet fixe

Taux d'abandon global des entreprises sur l'internet fixe



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

Le taux d'abandon global sur le segment internet fixe est de **7%**.

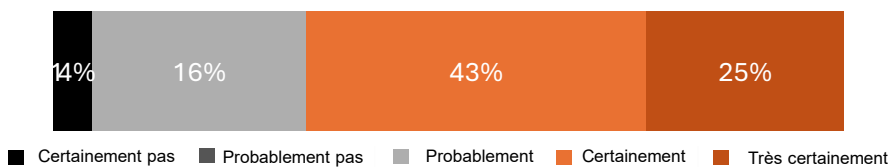
Les difficultés techniques liés à **la connexion, la vitesse, et la stabilité du réseau** sont les principales causes d'abandon ou de changement de fournisseurs d'Internet fixe, bien avant les préoccupations liées au **coût des forfaits**.

4.2.4 Fidélité au fournisseur d'accès à internet

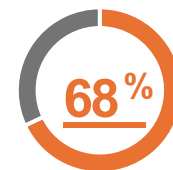
Pour les entreprises utilisatrices de l'internet fixe

Le taux de fidélité global, tout opérateur confondu, est de 68%, ce qui suggère une stabilité relative dans les choix des entreprises concernant le fournisseur d'internet fixe.

Fidélité des entreprises aux FAI sur l'internet fixe



Taux de fidélité

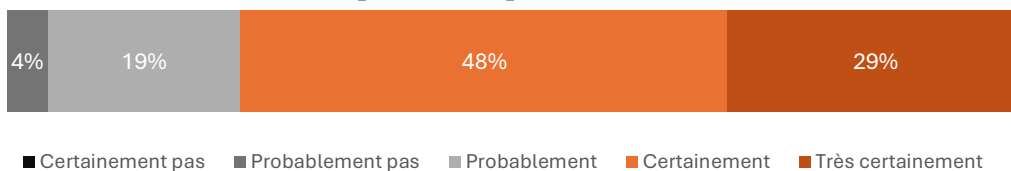


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

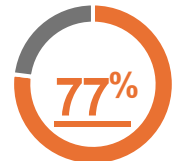
Pour les entreprises utilisatrices de l'internet mobile

Le taux de fidélité global est relativement élevé (77%), ce qui indique que la majorité des clients sont satisfaits de leur opérateur actuel et envisagent de poursuivre la collaboration.

Fidélité des entreprises aux opérateurs sur l'internet mobile



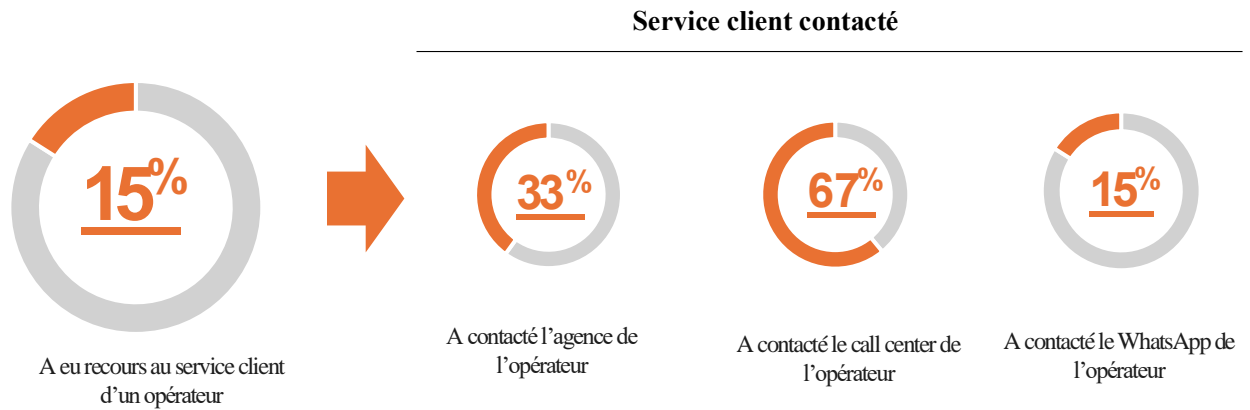
Taux de fidélité



4.2.5 Expérience de réclamation des entreprises sur l'internet mobile

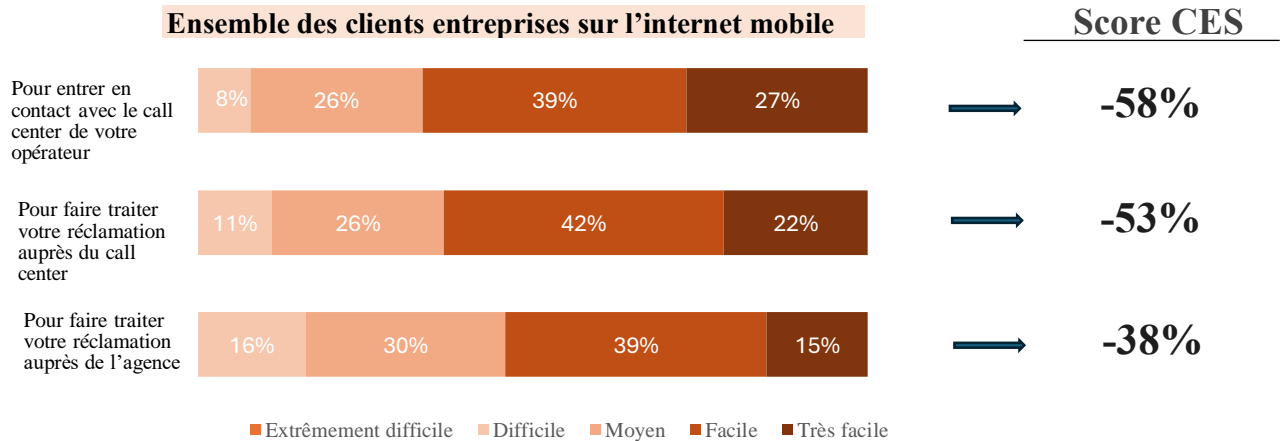
Environ **15%** des entreprises ont sollicité le service client d'un opérateur sur l'internet mobile. Parmi elles, **67%** ont privilégié les centres d'appels pour la prise en compte de leurs préoccupations.

Ensemble des FAI sur l'internet mobile



4.2.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête

Tous les scores CES sont négatifs, indiquant une facilité pour les clients entreprises à résoudre leurs problèmes ou obtenir de l'aide.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

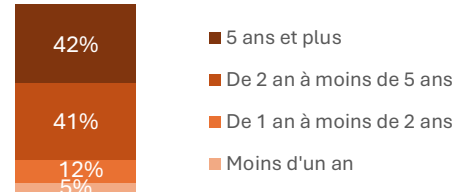
NB. Un score CES élevé indique un effort important de la part du client, tandis qu'un score faible signifie un processus simple et fluide.

4.3 Satisfaction des entreprises vis-à-vis des fournisseurs de services

Mobile money

4.3.1 Ancienneté chez le fournisseur de service mobile money

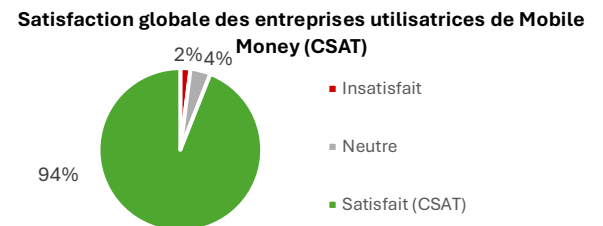
Plus de **80%** des entreprises utilisatrices de mobile money sont clients depuis plus de deux ans de leur fournisseur. Seuls **5% des entreprises** sont des clients récents avec moins d'un an de présence chez le fournisseur de service mobile money.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.3.2 Satisfaction vis-à-vis du fournisseur de service mobile money

Globalement, le taux de satisfaction (CSAT) est élevé pour l'ensemble des fournisseurs de services mobile money, avec un CSAT de **94%**, suggérant une expérience client plus positive.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.3.3 Abandon de fournisseur de service mobile money

L'enquête de satisfaction a révélé une très faible tendance (**1%**) au churn des entreprises sur le service mobile money.

Taux d'abandon des entreprises



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

4.3.4 Fidélité au fournisseur de service mobile money

Globalement, le taux de fidélité (**87%**) des clients « entreprises » au fournisseur de service mobile money est élevé. La majorité des abonnés déclarent être « Certainement » ou « très certainement » fidèles à leur fournisseur actuel, suggérant ainsi une grande satisfaction de leurs services offerts.

Toujours d'après votre expérience, continuerez-vous dans les trois prochains mois avec votre ou vos opérateur(s) de Mobile Money actuel(s) ?

Taux de fidélité



87%

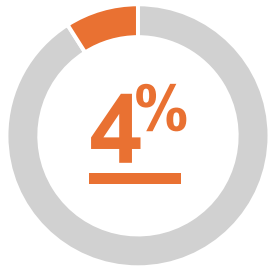
Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI



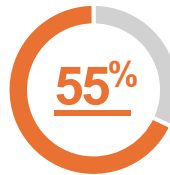
4.3.5 Expérience de réclamation sur le mobile money

4% des entreprises ont eu recours au service client d'un fournisseur de service mobile money au cours des trois derniers mois. Parmi ceux qui ont contacté le service client de leur fournisseur de service mobile money, 55% l'ont fait via le centre d'appels et 45% via une agence.

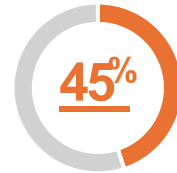
Ensemble sur le mobile money



A eu recours au service client d'un opérateur



A contacté le call center de l'opérateur

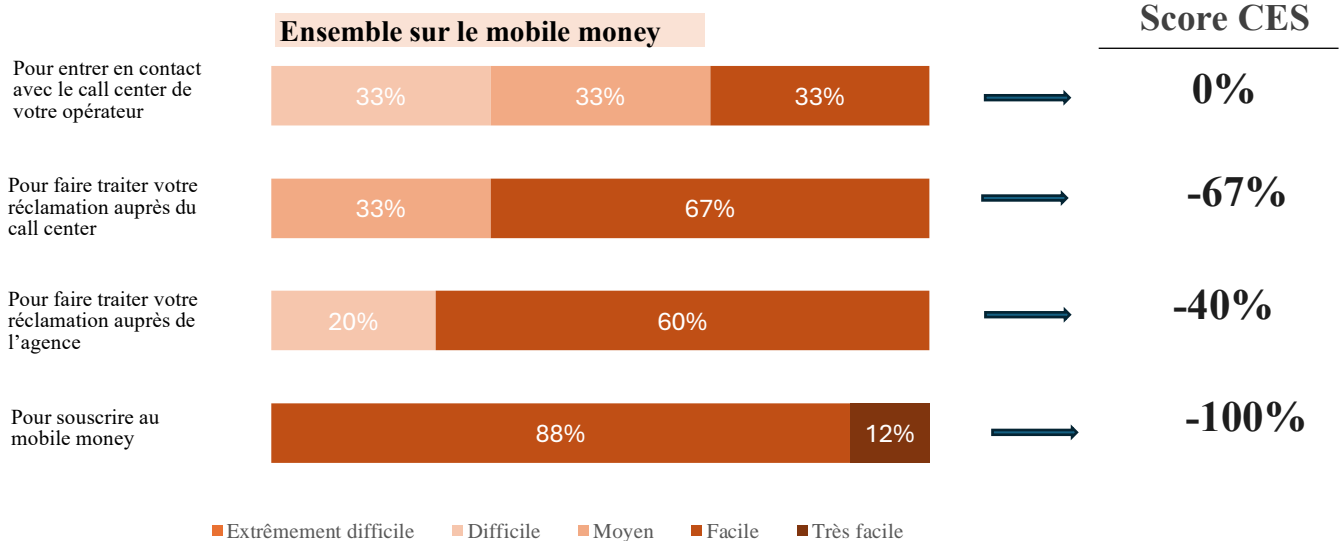


A contacté l'agence de l'opérateur

Service client contacté

4.3.6 Effort fourni par une entreprise pour faire traiter sa requête











Dans l'ensemble, les scores CES sont négatifs, excepté la modalité « entrer en contact avec le call center » qui est neutre. Ce qui indique que les clients estiment ne pas avoir fourni beaucoup d'efforts pour le traitement de leur requête.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

SYNTHESE DES RESULTATS

Résultats de l'étude selon les Entreprises

	Niveau de satisfaction globale (C SAT)	Taux de fidélité	TOP 2 des attentes des utilisateurs	% des clients trouvant très facile ou facile la réclamation auprès de :
Internet fixe	 72%	68% 	<p>→ Amélioration de la qualité du réseau : Engagement vers une qualité de réseau supérieure et une connexion sans effort.</p> <p>→ Optimisation de la vitesse Internet : Augmenter le débit de l'Internet pour une expérience utilisateur améliorée.</p>	agence 44% Call center 43%
Téléphonie fixe	 82%	75% 	<p>→ Reconnaissance de la fidélité : Mise en place d'un système de bonus pour récompenser la fidélité des clients</p> <p>→ Amélioration de la réactivité du service commercial : Réponse plus rapide aux requêtes des clients</p>	agence 37% Call center 38%
Voix mobile	 79%	77% 	<p>→ Couverture réseau optimale : assurer une couverture réseau fiable et étendue</p> <p>→ Fiabilité du réseau et facilité de joindre les interlocuteurs : garantir que le réseau est stable et qu'il est facile de contacter les personnes souhaitées</p>	agence 33% Call center 40%
Internet mobile	 74%	78% 	<p>→ Amélioration de la qualité du réseau : Engagement vers une qualité de réseau supérieure et une connexion sans effort.</p> <p>→ Reconnaissance de la fidélité : Mise en place d'un système de bonus pour récompenser la fidélité des clients</p>	agence 54% Call center 64%
Mobile Money	 94%	87% 	<p>→ Faciliter les transactions avec d'autres réseaux</p> <p>→ Assurer la sécurité des comptes de mobile money.</p>	agence 60% Call center 67% grande facilité pour les clients à résoudre leurs problèmes ou obtenir de l'aide.

La satisfaction globale pour l'Internet fixe est de 72 %, tandis que 13 % des utilisateurs expriment leur insatisfaction.

Pour le téléphone fixe, le taux de satisfaction atteint 82 %, avec seulement 9 % de clients insatisfaits.

Concernant la téléphonie mobile, 80 % des utilisateurs de la voix mobile sont satisfaits, bien que 8 % manifestent une insatisfaction.

L'Internet mobile affiche un taux de satisfaction de 74 %, avec un taux d'insatisfaction de 8 %.

Enfin, le service de mobile money obtient le meilleur score, avec une satisfaction de 94 % et seulement 2 % d'insatisfaction.

L'analyse met en lumière une gestion efficace des réclamations et des demandes de souscription pour plusieurs de ces services