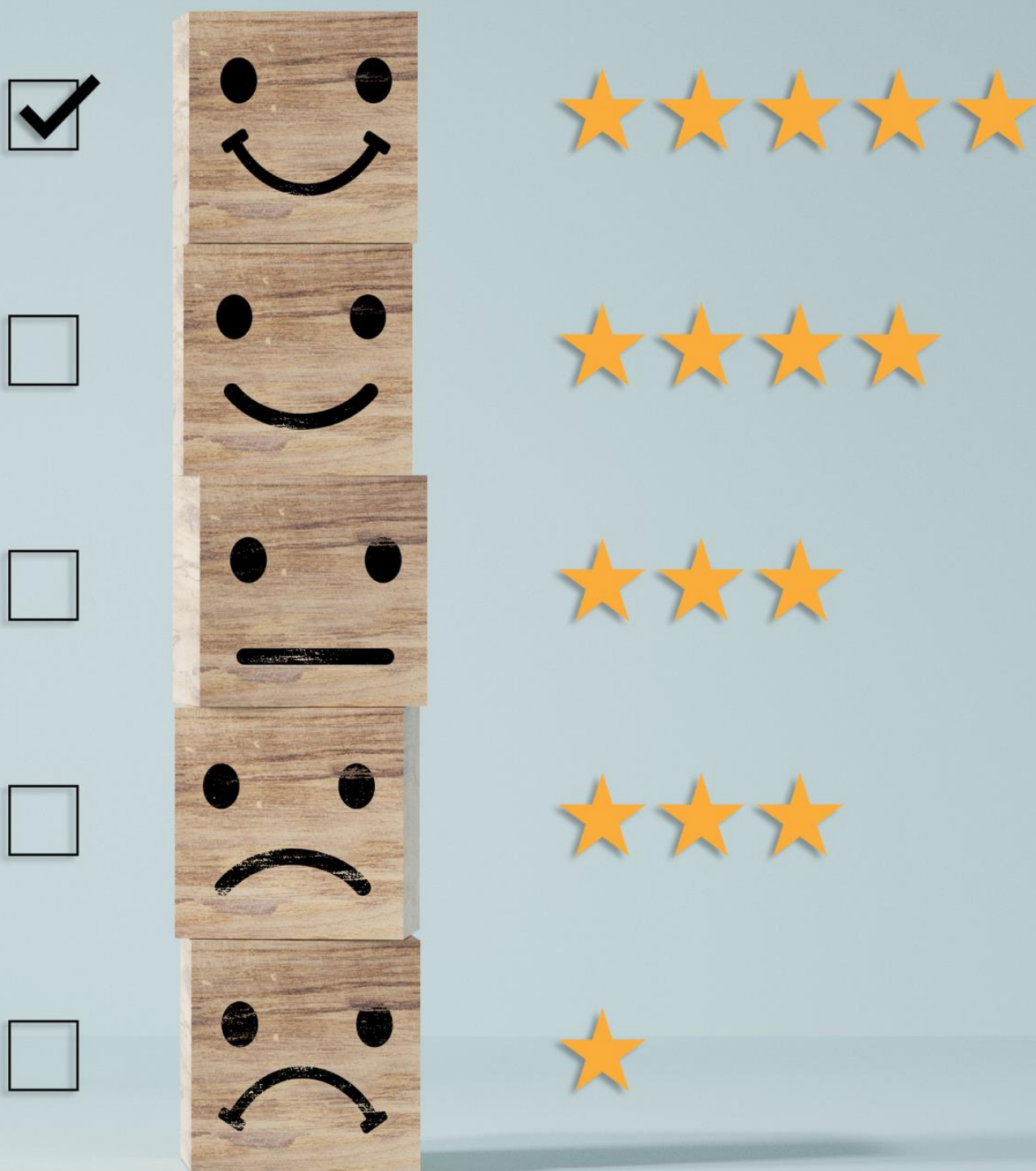


# SATISFACTION DES UTILISATEURS DE SERVICES DE TELECOMMUNICATION EN COTE D'IVOIRE

## Résumé exécutif – volet Particulier



# SOMMAIRE

1. Introduction.....	3
2. Méthodologie.....	4
3. Les chiffres marquants.....	6
4. Principaux résultats .....	8
<b>4.1 Satisfaction des usagers vis-à-vis des opérateurs mobiles .....</b>	<b>8</b>
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 mobile.....	9
4.1.4. Fidélité à l'opérateur pour le service voix mobile .....	9
4.1.5. Expérience de réclamation des usagers sur le service voix mobile.....	9
4.1.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête .....	10
<b>4.2 Satisfaction des usagers vis-à-vis des fournisseurs d'accès à internet (FAI) 11</b>	<b>11</b>
4.2.1. Ancienneté chez les FAI.....	11
4.2.2. Satisfaction vis-à-vis des FAI .....	11
4.2.3. Abandon des fournisseurs d'accès à internet .....	12
4.2.4. Fidélité au fournisseur d'accès à internet .....	13
4.2.5. Expérience de réclamation des usagers sur l'internet mobile .....	13
4.2.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête .....	14
<b>4.3 Satisfaction des usagers vis-à-vis des fournisseurs de service mobile money 14</b>	<b>14</b>
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 .....	15
4.3.3. Abandon des fournisseurs de service mobile money .....	15
4.3.4. Fidélité aux fournisseurs de service mobile money .....	15
4.3.5. Expérience de réclamation des usagers sur le mobile money.....	16
4.3.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête .....	16
<b>SYNTHESE DES RESULTATS .....</b>	<b>17</b>





# 1. Introduction

Depuis 2022, le secteur des télécommunications en Côte d'Ivoire connaît une expansion vigoureuse, à la suite de la crise sanitaire et économique engendrée par la Covid-19, grâce à une adoption massive de la téléphonie mobile et à une explosion de l'internet fixe et mobile.

Cette performance se reflète dans l'évolution du nombre d'abonnements à la téléphonie mobile, qui est passé de 44 millions en décembre 2021 à 55,3 millions au 31 mars 2024, représentant une augmentation de 10,31 % (selon les données de l'ARTCI). Le taux de pénétration mobile s'est établi à 162 % au quatrième trimestre 2021, pour atteindre 162,2 % à la fin de 2023. Parallèlement, le marché de l'internet affiche une croissance impressionnante, soutenue par l'expansion de la fibre optique et de la 4G. Le nombre d'abonnements à l'internet fixe a progressé de plus de 20 % entre décembre 2023 et mars 2024, dépassant les 400 000 abonnements.

Face aux défis induits par l'évolution accélérée du domaine, l'ARTCI a initié en 2023 une enquête sur la satisfaction des consommateurs vis-à-vis des services de communications électroniques.

Cette démarche vise à collecter les avis et les aspirations des usagers du numérique. Les résultats tirés de cette étude offrent des informations essentielles sur l'expérience vécue par les usagers, permettant à l'ARTCI d'ajuster ses mesures réglementaires pour favoriser un secteur plus efficace, inclusif et concurrentiel.

Ces résultats aident également les acteurs du marché à adapter leurs offres de services, à améliorer leurs interactions avec les usagers et à mieux répondre aux exigences des usagers.

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



## 2. Méthodologie

 **1500**  
Ménages

 **1500**  
Individus âgés de  
16 ans et plus

Cette enquête a ciblé aussi bien les **particuliers** que les **entreprises**, choisis de manière aléatoire dans des zones urbaines et rurales. Le présent rapport concerne le volet **particulier**.

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 usagers 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 usagers sur divers aspects : un produit ou un service ou une expérience.

Le CSAT est généralement calculé en demandant aux usagers 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”.

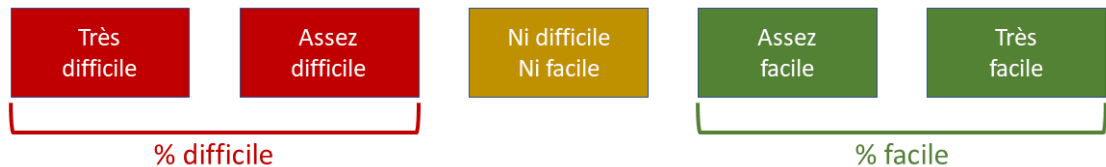
$$\text{CSAT} = \frac{\text{Nombre de réponses positives}}{\text{Nombre total de réponses}} * 100$$



➤ **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 usagers trouvent facile) et **+100%** (tous les usagers 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.

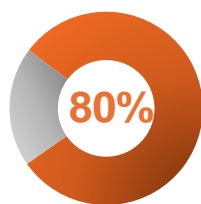


# 3. Les chiffres marquants

## NIVEAU DE SATISFACTION GLOBALE

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

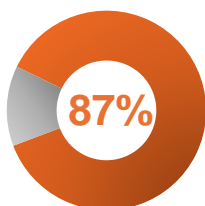
### Particuliers



#### Internet fixe



*Les usagers sont globalement satisfaits de leur usage du service internet (plus de 80%). Cependant, ils expriment toutefois le besoin d'une optimisation des infrastructures pour assurer une connexion plus rapide et stable, des tarifs transparents et compétitifs, ainsi qu'un service réactif.*



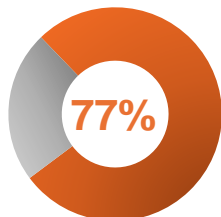
#### Téléphone fixe



*Plus de 87% des abonnés du service de téléphone fixe se disent satisfaits. Ils souhaitent néanmoins une plus grande réactivité des services commerciaux et techniques, ainsi qu'une facturation plus transparente.*

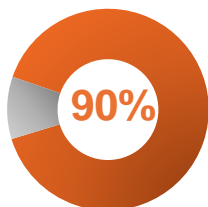
## Particuliers

### Téléphone mobile



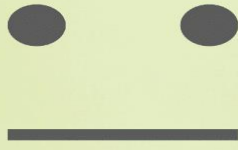
Malgré un **niveau de satisfaction de 77%**, certains usagers expriment des préoccupations concernant la **qualité du réseau (accès difficile, de qualité sonore), les tarifs jugés élevés des communications, la lenteur dans la prise en charge par le service client et le manque de transparence et de clarté la facturation des offres souscrites.**

### Mobile Money



Le mobile money affiche un niveau de satisfaction élevé, avec **plus de 90% des usagers satisfaits** pour tous les opérateurs. Cependant, les usagers 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 usagers 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.



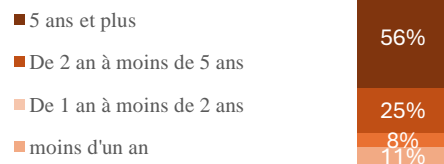
## 4. Principaux résultats

### 4.1 Satisfaction des usagers vis-à-vis des opérateurs mobiles

#### 4.1.1. Ancienneté chez l'opérateur

Plus des  $\frac{3}{4}$  des usagers de téléphone mobile sont usagers depuis plus de deux ans de leur opérateur mobile. Cette fidélité va au-delà de 5 ans pour plus de la moitié des usagers (56%).

#### Ensemble des opérateurs sur le service voix

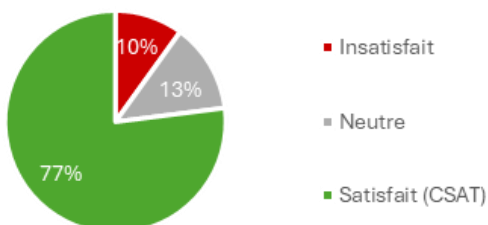


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.1.2. Satisfaction sur le service voix mobile

Les usagers de services mobiles affichent un niveau de satisfaction globale élevé (**77%**) sur le service **voix mobile**. Les principales raisons de satisfaction sur la voix mobile sont liées notamment à la **qualité du service**, à la **compétitivité des offres** et à la **qualité du service client**.

#### Satisfaction globale des usagers (CSAT)



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

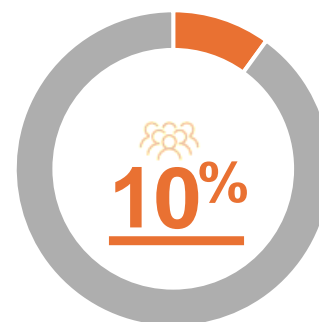
#### 4.1.3. Abandon du service voix mobile

L'abandon du service voix mobile peut être comparé à la notion de "churn" dans l'industrie. Le taux de churn désigne le pourcentage des usagers qui cessent d'utiliser les services d'un opérateur sur une période donnée, généralement au profit d'un concurrent.

Ce taux d'abandon global sur le segment voix s'évalue à **10%**.

La **qualité du service** couvrant les **difficultés d'accès au réseau**, les **problèmes de qualité d'écoute**, les **zones de couverture limitée** et la **non-compétitivité des tarifs** des communications inter-réseaux et internationales, restent les principales raisons citées pour lesquelles les usagers quittent leur opérateur de téléphonie mobile.

Taux d'abandon global du service voix mobile

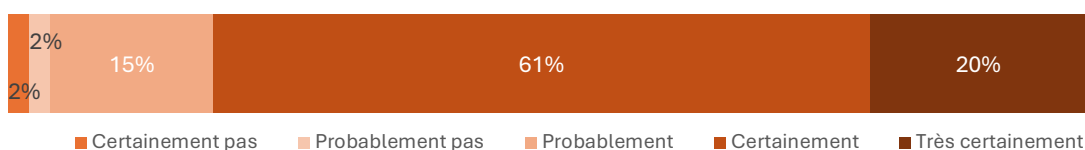


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.1.4. Fidélité à l'opérateur pour le service voix mobile

Le taux de fidélité est relativement élevé (**81%**), suggérant une certaine stabilité dans les choix des consommateurs par rapport à l'opérateur.

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

**81%**

Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.1.5. Expérience de réclamation des usagers sur le service voix mobile

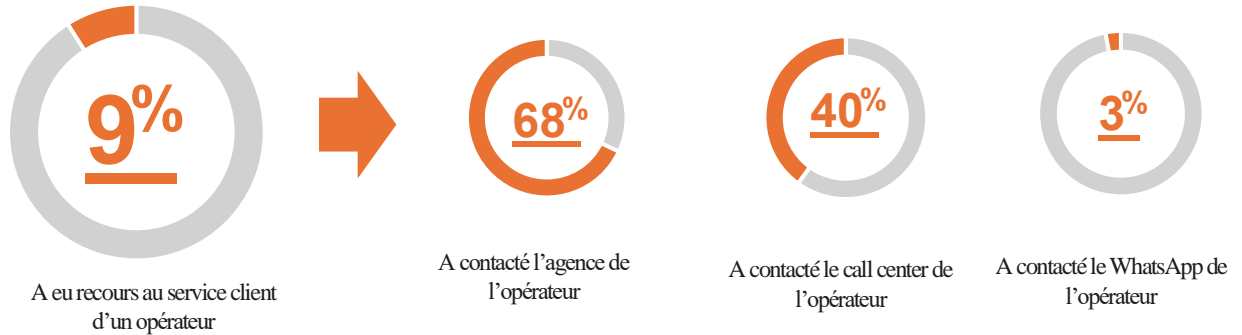
Seuls **9%** des usagers particuliers ont eu recours au service client de leur opérateur au cours des trois derniers mois pour le service voix mobile. Les agences physiques restent le canal privilégié pour saisir les opérateurs, avec une proportion de **68%** des particuliers les ayant utilisées.

Pour ce qui concerne les Call Centers, environ **39%** des particuliers y déposent leurs réclamations, contre seulement **3%** pour les canaux digitaux mis en place par les opérateurs, comme WhatsApp.



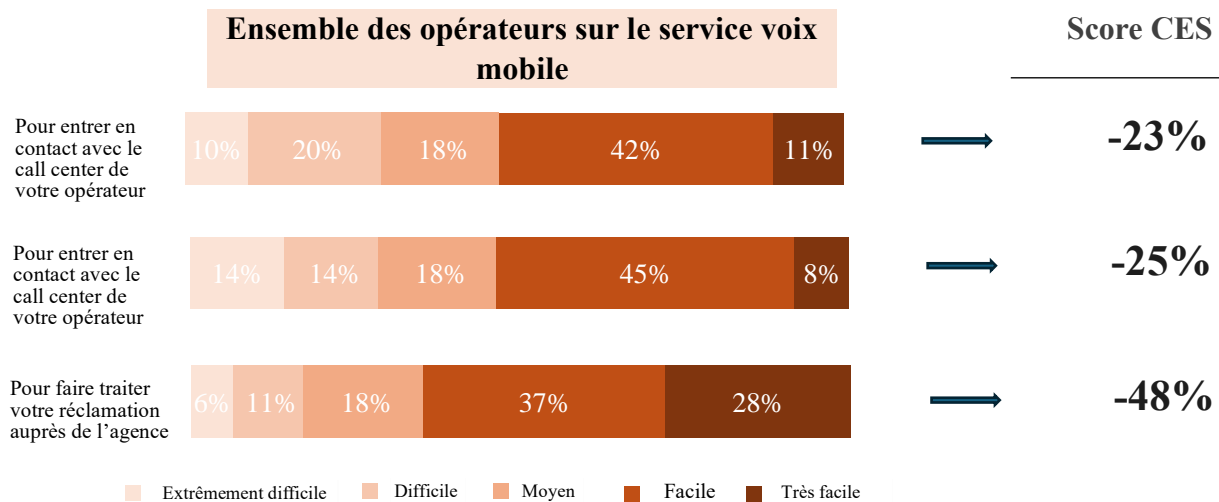
## Ensemble des opérateurs sur le service voix mobile

### Service client contacté



#### 4.1.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête

Globalement, les usagers expriment un niveau *d'effort faible* pour faire traiter leurs réclamations. L'ensemble des opérateurs favorisent des efforts faibles pour faire traiter une requête par un client particulièrement lorsque le client se rend en agence.



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.

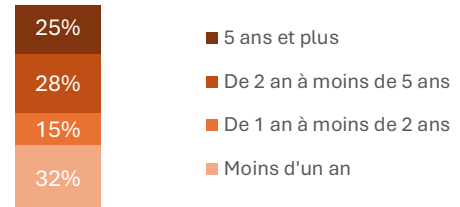
## 4.2 Satisfaction des usagers vis-à-vis des fournisseurs d'accès à internet (FAI)

### 4.2.1. Ancienneté chez les FAI

#### *Pour les usagers des FAI fixe*

Plus de la moitié des usagers de l'internet fixe sont usagers depuis plus de deux ans de leur fournisseur : **53% sont usagers depuis de plus de deux (02) ans** tandis que **32% le sont depuis au moins un (01) an.**

#### Ancienneté des usagers des FAI Fixe

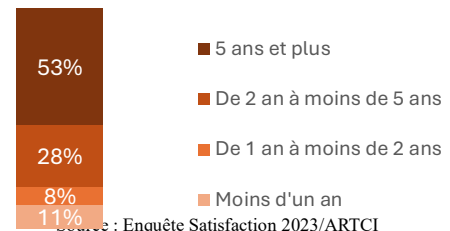


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### *Pour les usagers des FAI mobile*

Plus des 3/4 des usagers de l'internet mobile sont usagers depuis plus de deux (02) ans de leur FAI. Une fidélité qui varie : **81% sont usagers depuis de plus 2 ans** tandis que seulement **11% le sont depuis au moins un (01) an.**

#### Ancienneté des usagers des FAI mobile



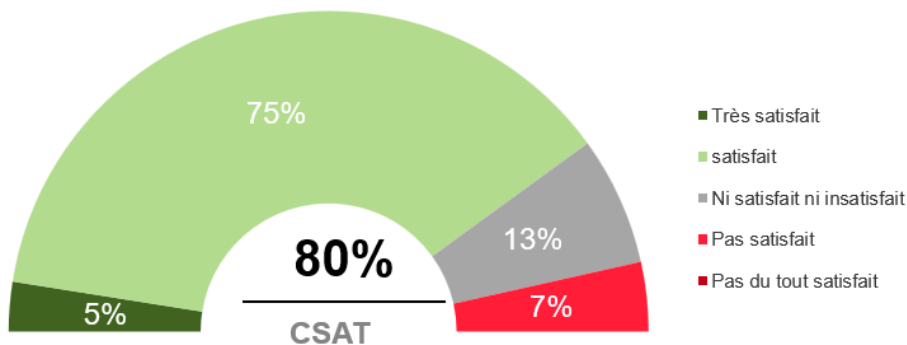
Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

### 4.2.2. Satisfaction vis-à-vis des FAI

#### *Satisfaction vis-à-vis des fournisseurs d'accès à l'internet fixe*

L'on note une satisfaction générale relativement élevé avec un score CSAT de **80%**. Cela se justifie par la rapidité de la navigation une fois connecté, la couverture efficace du réseau à domicile et l'abordabilité du service.

#### Satisfaction globale des utilisateurs des FAI mobile (CSAT)

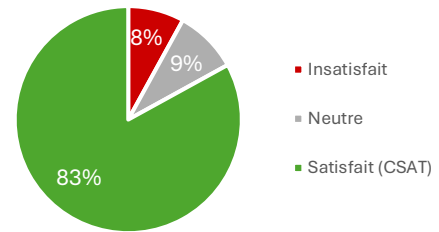


Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

### Satisfaction vis-à-vis des fournisseurs d'accès à l'internet mobile

Une satisfaction générale de **83%** parmi les usagers des fournisseurs d'internet mobile, mais avec des variations notables. Ceux-ci offrent des services appréciés pour la **facilité de connexion** et la **vitesse de navigation**. Cependant, des efforts sont nécessaires selon les répondants, pour améliorer la **stabilité de la connexion**, la **couverture réseau à domicile** et la **transparence dans la tarification** des forfaits internet.

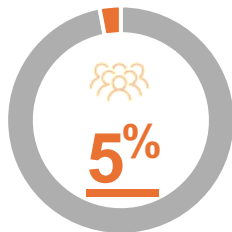
Satisfaction globale des utilisateurs des FAI mobile (CSAT)



#### 4.2.3. Abandon des fournisseurs d'accès à internet

##### Pour les usagers des FAI fixe

Taux d'abandon global sur l'internet fixe



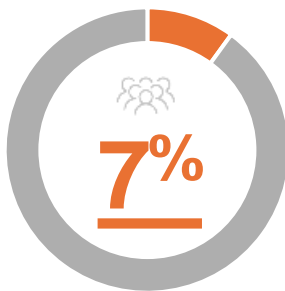
Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

Le taux d'abandon global des FAI sur l'internet fixe est de **5%**, correspondant au nombre d'usagers ayant désinscrit à ce service.

Trois principaux facteurs ressortent : **problèmes de qualité du réseau**, **manque de réactivité du service commercial**, **service client de mauvaise qualité**.

##### Pour les usagers des FAI mobile

Taux d'abandon global sur l'internet mobile



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

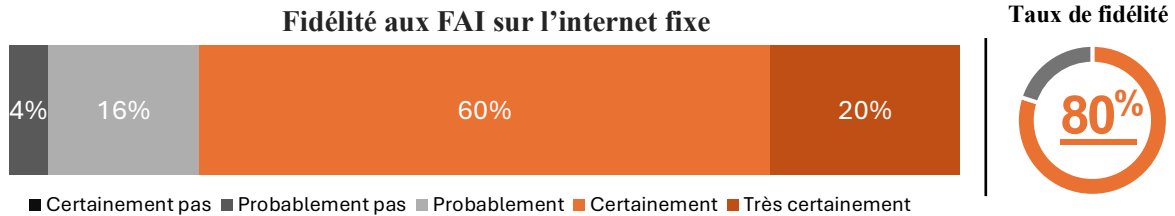
Le taux d'abandon global sur le segment internet mobile est de **7%**.

Les problèmes techniques liés à **la connexion**, **la vitesse**, et **la stabilité du réseau mobile** sont les principales causes d'abandon de l'Internet mobile, bien avant les préoccupations liées au **coût des forfaits**.

#### 4.2.4. Fidélité au fournisseur d'accès à internet

##### *Pour les usagers des services internet fixe*

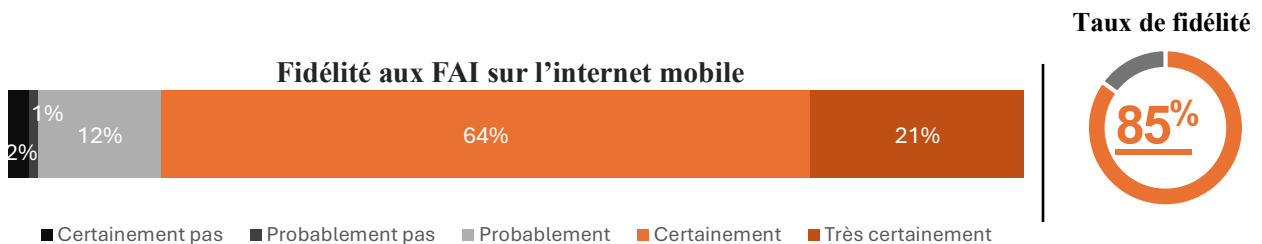
Les usagers du service internet fixe sont globalement fidèles à leur FAI (80%)



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

##### *Pour les usagers de services internet mobile*

Le taux de fidélité global aux FAI mobile reste également élevé (85%). Elle est supérieure de 5 points par rapport aux usagers de l'internet fixe.



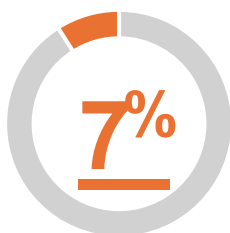
#### 4.2.5. Expérience de réclamation des usagers sur l'internet mobile

##### *Pour les usagers des FAI mobile*

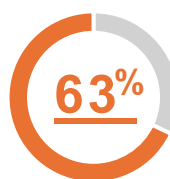
7% des usagers ont eu recours au service client au cours des trois derniers mois. L'agence physique reste le premier canal pour formuler les réclamations. 63% des usagers l'ayant utilisé. Le call center est utilisé par 44% des usagers de l'internet mobile.

##### **Ensemble sur l'internet mobile**

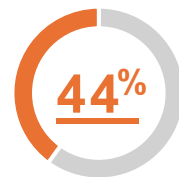
##### **Service client contacté**



A eu recours au service client d'un opérateur



A contacté l'agence de l'opérateur



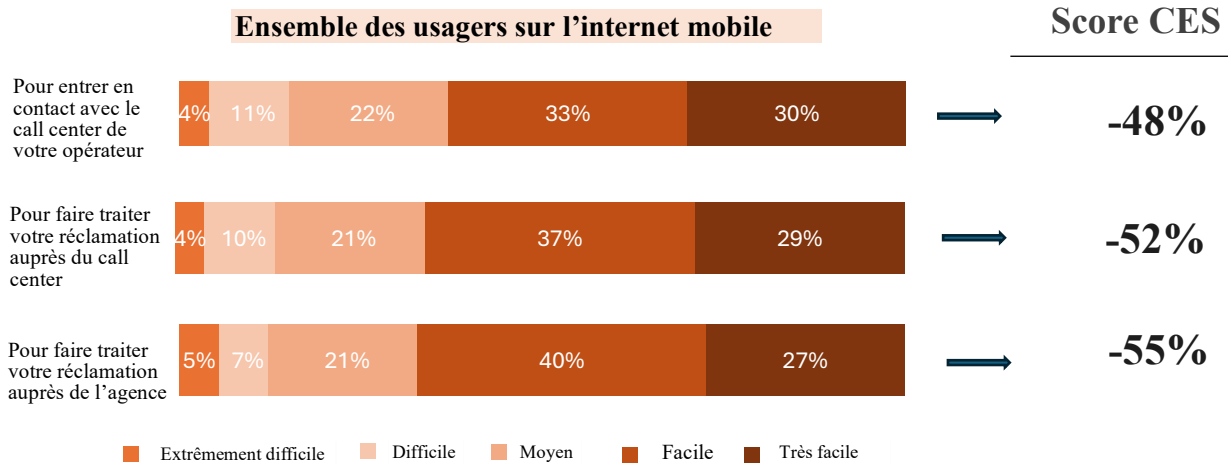
A contacté le call center de l'opérateur

Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.2.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête

##### *Pour les usagers des FAI mobile*

Tous les scores CES sont négatifs et relativement bas, indiquant une grande facilité pour les usagers à résoudre leurs problèmes ou obtenir de l'aide.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

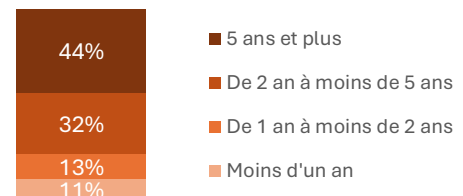
**NB.** Un score CES élevé indique un effort important de la part du client, tandis qu'un score faible signifie un processus simple et fluide.

### 4.3 Satisfaction des usagers vis-à-vis des fournisseurs de service mobile money

#### 4.3.1. Ancienneté chez le fournisseur de service mobile money

Plus des deux tiers des usagers de mobile money ont un compte chez leur fournisseur de services mobile money depuis plus de deux ans : **76% des usagers des opérateurs mobile money sont usagers depuis de plus 2 ans**, tandis que **11% le sont il y'a moins d'un an**.

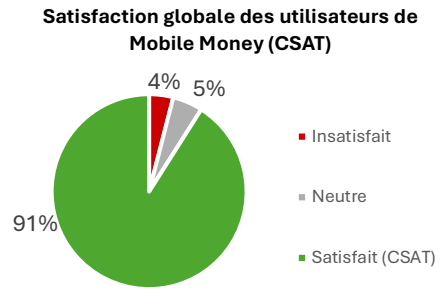
##### Ancienneté des usagers des fournisseurs MoMo



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

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

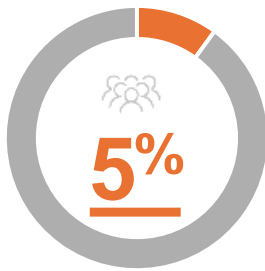
Globalement, le taux de satisfaction (CSAT) est élevé pour l'ensemble des fournisseurs de service money, avec un CSAT de **91%**, suggérant une expérience client positive. Les faibles pourcentages des "**Insatisfait**" indiquent que les fournisseurs de service parviennent à répondre globalement aux attentes de leurs usagers.



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.3.3. Abandon des fournisseurs de service mobile money

Taux d'abandon global sur le mobile money



Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

L'on note une faible tendance des usagers à l'abandon de leurs fournisseurs de service mobile money (**5%**).

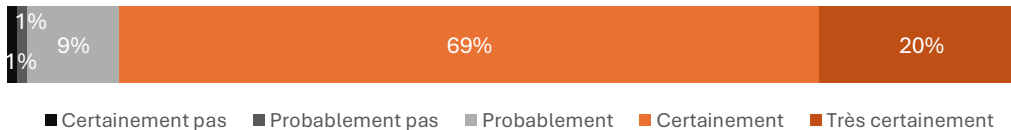
Les principales raisons pour lesquelles les usagers quittent leur fournisseur de service de mobile money sont liées à l'attente vis-à-vis de leur opérateur d'une qualité de service irréprochable, des tarifs compétitifs, d'une bonne disponibilité du réseau et d'un service client efficace.

#### 4.3.4. Fidélité aux fournisseurs de service mobile money

Le taux de fidélité global est relativement élevé (**89%**), suggérant une certaine stabilité dans les choix des consommateurs de leur fournisseur de services Mobile money.

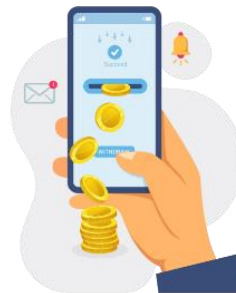
Toujours d'après votre expérience, continuerez-vous dans les trois prochains mois avec votre ou vos opérateur(s) de Mobile Money actuel(s) ?

Taux de fidélité



**89%**

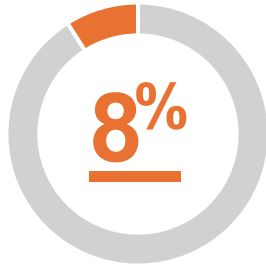
Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI



#### 4.3.5. Expérience de réclamation des usagers sur le mobile money

Seulement **8%** des usagers ont eu recours au service client. Parmi les usagers ayant contacté le service client, une majorité (**57%**) a choisi de se rendre en agence. Le call center est également un canal utilisé par une proportion significative des usagers (**51%**).

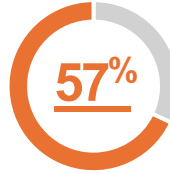
##### Ensemble sur le mobile money



A eu recours au service client  
d'un opérateur



##### Service client contacté



A contacté l'agence de  
l'opérateur

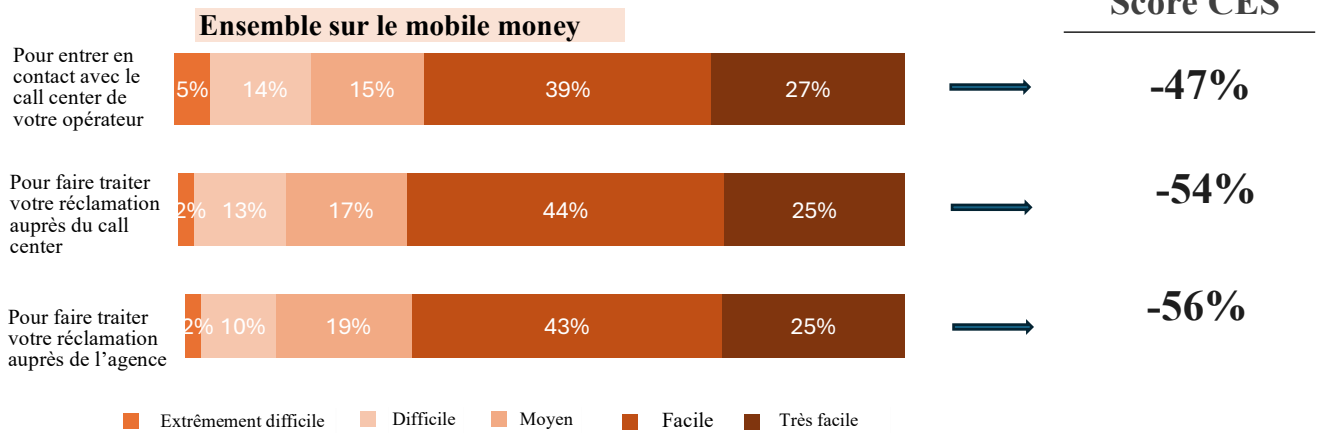


A contacté le call center de  
l'opérateur

Source : Enquête Satisfaction 2023/ARTCI

#### 4.3.6. Effort fourni par un usager pour faire traiter sa requête


Tous les scores CES sont négatifs et relativement bas, indiquant une grande facilité pour les utilisateurs de ces services mobile money à résoudre leurs problèmes ou obtenir de l'aide.



**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.

# SYNTHESE DES RESULTATS

## Résultats de l'étude selon les Particuliers

	Niveau de satisfaction globale (CSAT)	Taux de fidélité	TOP 2 des attentes des utilisateurs	% des clients trouvant très facile ou facile la réclamation auprès de :
Internet Fixe	 72%	80% 	<p>→ <b>Amélioration de la qualité du réseau :</b> Engagement vers une qualité de réseau supérieure et une connexion sans effort.</p> <p>→ <b>Optimisation de la vitesse Internet :</b> Augmenter le débit de l'Internet pour une expérience utilisateur améliorée:</p>	
Téléphonie fixe	 87%		<p>→ <b>Tarifs compétitifs :</b> baisser les coûts d'appel en local comme à l'international.</p> <p>→ <b>Bonne réactivité du service commercial:</b> Amélioration de la réactivité du service commercial</p>	
Voix mobile	 77%	81% 	<p>→ <b>Couverture réseau optimale :</b> Assurer une couverture réseau fiable et étendue</p> <p>→ <b>Fiabilité du réseau et facilité de joindre les interlocuteurs</b></p>	agence <b>65%</b> Call center <b>53%</b>
Internet mobile	 83%	85% 	<p>→ <b>Amélioration de la qualité du réseau :</b> Engagement vers une qualité de réseau supérieure et une connexion sans effort.</p> <p>→ <b>Optimisation de la vitesse Internet :</b> Augmenter le débit de l'Internet pour une expérience utilisateur améliorée:</p>	agence <b>67%</b> Call center <b>66%</b>
Mobile Money	 90%	88% 	<p>→ <b>Accessibilité au réseau de points de ventes :</b> les points de vente sont difficiles à trouver / le réseau d'agences est limité, il y a un manque de proximité.</p> <p>→ <b>Qualité du réseau/connexion :</b> la qualité du réseau est médiocre, l'opérateur a souvent des problèmes de connexion</p>	agence <b>68%</b> Call center <b>69%</b>

La satisfaction globale pour l'Internet fixe est de 80 %, tandis que 7 % des utilisateurs expriment leur insatisfaction.

Pour le téléphone fixe, le taux de satisfaction atteint 87 %, avec seulement 4 % de clients insatisfaits.

Concernant la téléphonie mobile, 77 % des utilisateurs de la voix mobile sont satisfaits, bien que 10 % manifestent une insatisfaction.

L'Internet mobile affiche un taux de satisfaction de 83 %, avec un taux d'insatisfaction de 8 %.

Enfin, le service de mobile money obtient le meilleur score, avec une satisfaction de 90 % et seulement 4 % d'insatisfaction.

L'analyse révèle également une facilité dans la gestion des réclamations et des demandes de souscription pour plusieurs de ces services.