

Évaluation concurrentielle du marché des transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire

Competitive assessment of the mobile money transfer market in Côte d'Ivoire

COULIBALY Mamadou

Étudiant Chercheur

Unité de Formation et de Recherche des Sciences Économiques et de Gestion
Université Félix Houphouët Boigny - Côte d'Ivoire
Laboratoire de Recherche en Économie et Gestion (LAREG)

Date de soumission : 19/02/2024

Date d'acceptation : 01/04/2024

Pour citer cet article :

COULIBALY.M. (2024) « Évaluation concurrentielle du marché des transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire », Revue Française d'Économie et de Gestion « Volume 5 : Numéro 4 » pp : 45 – 71.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License



Résumé

L'objectif de ce présent article est de fournir une analyse de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent mobiles en Côte d'Ivoire. Pour ce faire, différents indices de mesure de la concurrence et de modélisation économétrique ont été utilisés sur des données d'enquêtes auprès des 13 entreprises officielles de service de transfert mobile dans le pays. Les analyses effectuées à partir de la matrice de Porter des indices IHH, Gini, Lerner et ainsi que d'une estimation logit avec seuil au-travers de la méthode bootstrap ont abouti aux résultats ci-après. Le marché des transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire est un marché concurrentiel et que cette concurrence contribue significativement au bien-être monétaire des utilisateurs par l'accroissement du surplus du consommateur de 95 à 5 900 francs CFA suivant la somme transférée. Outre cela, le prix plancher qui est susceptible de favoriser un marché de transfert mobile pleinement concurrentiel en Côte d'Ivoire est de 1,6% de la somme transférée. Ainsi, nos résultats suggèrent que les pouvoirs publics par le biais du régulateur devraient instaurer un prix plancher sur les opérations de transfert d'argent mobile afin d'en assurer la pérennisation de ce service financier mobile pour le bien-être monétaire des consommateurs.

Mots-clés : Transfert d'argent mobile ; Concurrence ; Bootstrap ; Logit ; Côte d'Ivoire.

Abstract

The objective of this present article is to provide an analysis of the competitive intensity of the mobile money transfer market in Côte d'Ivoire. To do this, different indices for measuring competition and econometric modeling were used on survey data from the 13 official mobile transfer service companies in the country. The analyzes carried out using the Porter matrix of the IHH, Gini, Lerner indices and a logit estimation with threshold using the bootstrap method led to the following results. The mobile money transfer market in Côte d'Ivoire is a competitive market and this competition contributes significantly to the monetary well-being of users by increasing consumer surplus from 95 to 5,900 CFA francs depending on the amount transferred. In addition to this, the floor price which is likely to promote a fully competitive mobile transfer market in Côte d'Ivoire is 1.6% of the amount transferred. Thus, our results suggest that public authorities, through the regulator, should establish a floor price on mobile money transfer operations in order to ensure the sustainability of this mobile financial service for the monetary well-being of consumers.

Keywords : Mobile money transfer ; competitive ; Bootstrap ; Logit ; Côte d'Ivoire.

Introduction

La concurrence est au cœur de toute activité économique. Celle-ci peut prendre plusieurs formes par la réduction des prix, la publicité et la promotion des ventes, les variations de qualité et l'emballage (Mboe et Fouaka, 2018). Par contre, pour Sarpong-Kumankoma et al. (2019), les aspects de la structure du marché qui sous-tendent le paysage concurrentiel correspondent au degré de concentration des vendeurs dans le marché, le degré de différenciation des produits et la facilité ou la difficulté avec laquelle les nouveaux vendeurs peuvent entrer dans le marché.

En ce qui nous concerne, l'aspect de la concurrence qui retient notre attention dans cette présente étude est la concurrence par les prix. En effet, la plupart des économistes ont tendance à considérer que plus une économie se rapproche du stade de la concurrence parfaite, plus il est probable d'accéder aux prix les plus bas et au choix le plus large (Williams, 2003). Cependant, bien qu'on ne puisse pas partir du principe que la lutte contre les pratiques anticoncurrentielles se traduit par la disparition totale des répercussions sur les prix. Il n'en demeure pas moins que leur élimination contribue à l'efficacité des marchés et au bien-être des consommateurs (Koutouan, 2018). De plus, pour Lee et O'Connor (2003), une intensité concurrentielle correspond à une lutte intense concernant le prix.

Dans la vision des autorités de la concurrence, l'intensité concurrentielle d'un marché est directement corrélée au nombre de producteurs (Cayla, 2014). Cette conviction repose sur un principe de la théorie des jeux qui veut que plus le nombre d'acteurs est important sur un marché moins il est facile pour ceux-ci de s'entendre et de garantir la pérennité de cette entente. Dès lors, ces opérateurs deviennent des concurrents directs et indépendants, livrant une concurrence acharnée par les prix. Par ailleurs, pour sortir gagnant du jeu concurrentiel, les opérateurs à travers leurs stratégies concurrentielles exercent d'importantes influences sur le comportement de leurs concurrents et sur la structure du secteur (Allaf et Bakhkhat, 2018). Ce qui donne à penser que la concentration des prestataires accroît le risque de pouvoir de marché du prestataire dominant en appliquant des prix en deçà de leur coût de production de sorte à demeurer seul leader si les concurrents n'arrivent pas suivre le rythme imposé par ce dernier. Si ces conclusions peuvent varier suivant la structure du marché, ces niveaux de concentration doivent éveiller l'attention des universitaires et des pouvoirs publics, et alimenter le débat sur le risque que la viabilité financière des prestataires, la pérennité des services mobiles money et mais aussi et surtout le bien-être des consommateurs.

Dans ce contexte, le présent article s'intéresse aux effets de la concurrence entre les prestataires de transfert d'argent mobile, la pérennité du service et le bien-être des utilisateurs.

La problématique s'articule autour de la question suivante : comment évolue l'environnement concurrentiel du marché des transferts d'argent mobile ? Autrement dit, l'accroissement du nombre de prestataires mobiles money favorise-t-elle la concurrence ? Ou au contraire renforce-t-elle le pouvoir des prestataires de service de transfert d'argent mobile ? La concurrence sur le marché des transferts d'argent mobile est-il source de bien-être pour le consommateur ?

L'objectif principal de cette étude est de fournir une analyse de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent mobiles en Côte d'Ivoire. De façon spécifique, il s'agira pour nous d'analyser l'incidence de la concurrence du marché des transferts d'argent mobile sur le bien-être du consommateur ; analyser lien entre la concurrence et bien-être monétaire des utilisateurs et déterminer un prix plancher sur les opérations de transfert d'argent mobile.

Pour y arriver, la suite de l'article est structurée comme suit : la section 1 présente la revue de littérature théorique et empirique sur le lien entre concurrence et bien-être. La section 2 aborde le cadre méthodologique de l'étude. La section 3 présente les sources de données utilisées. La section 4 quant à elle présente les résultats et la discussion de ceux-ci est faite dans la section 5. Cette étude se termine par une conclusion.

1. Revue de la littérature

Cette section aborde successivement le lien entre concurrence du marché et bien-être des consommateurs et les indicateurs de mesure de l'intensité concurrentielle sur un marché.

1.1. Examen empirique du lien entre concurrence et bien-être des consommateurs

À ce stade de nos travaux, il n'existe malheureusement très peu de travaux empiriques voire aucun récent sur les effets de la concurrence et le bien-être des consommateurs. Néanmoins, certains économistes et autorité de la concurrence ont effectués des études sur les effets préjudiciables des pratiques anticoncurrentielles sur les prix, et le bien-être des consommateurs. Newbery (1995) a réalisé une étude sur l'impact distributive du changement de prix sur le bien-être en Hongrie et au Royaume-Uni à partir d'une méthode alternative de mesure des prix relatifs inspirée de la théorie de la taxation optimale développée par Feldstein (1972). Sa méthode a consisté à calculer les caractéristiques distributives des biens pour lesquels on connaît un indice de prix. L'auteur conclut que l'impact redistributif des prix sur le bien-être au cours des dix dernières années pour les deux pays était relativement faible. Dans le même ordre d'idées, Guénard (1998) sur le Madagascar applique la même approche. L'auteur trouve que pour un nombre important de produits, les changements de prix relatifs d'une année sur l'autre du fait de la concurrence ont eu un impact négatif non négligeable sur le bien-être des ménages. Ce dernier soutient que la variation de bien-être des consommateurs notamment des plus

pauvres est négative du fait principalement d'une évolution très défavorable du prix relatif des biens de subsistance à cela vient s'ajouter la dégradation du pouvoir d'achat des ménages estimée à 16%. Ces considérations mettent en évidence l'importance et l'enjeu des politiques de prix à mener pour éviter une dégradation des inégalités et du niveau de vie des ménages.

Une étude portant sur 53 pays réalisée par l'OCDE en 2008 met en évidence une forte corrélation entre la concurrence et le bien-être des ménages. Il ressort de l'étude que la concurrence est essentielle au bon fonctionnement des marchés au bénéfice des pauvres. Lorsque les entreprises se livrent une âpre concurrence, elle favorise une baisse des prix, une amélioration de la qualité et un élargissement de la gamme de produits offerts.

Pour sa part, l'autorité de la concurrence indonésienne (KPPU, 2011) a estimé l'impact de la concurrence dans des services de messages sur le bien-être des consommateurs suite à une nouvelle décision introduite par la KPPU pour la régulation du marché des télécommunications. À partir de la méthode avec variables instrumentales, l'autorité régulateur indonésienne montre que l'augmentation du nombre d'opérateurs télécoms de 3 à 10 opérateurs avait amélioré le bien-être des consommateurs d'un montant estimé à 1 960 milliards de rupiahs soit 0,0009 % du produit intérieur brut réel de l'Indonésie dans la période 2007-2009. Il en ressort de cette étude la multiplication des acteurs sur un marché bénéficie en premier lieu aux consommateurs. C'est dans ce sens que Ginsburg (2014) affirme que le critère exclusif dans la mise en œuvre des règles de la concurrence par les autorités de la concurrence est la maximisation du bien-être des consommateurs et l'efficacité économique. Car, la concentration sur un marché est vue comme une source d'efficacité économique (Marty, 2014). Par contre, Gopaldas (2015) soutient dans son étude sur la création de la valeur pour l'entreprise, le client et la société que dans un contexte de forte concurrence caractérisée par l'offre et la demande, les entreprises tentent d'adopter un modèle marketing qui favorise le bien-être individuel par une combinaison de bénéfices utilitaires au moment de l'achat ou de l'utilisation du produit ou du service en question.

Dans la lignée des travaux qui ont souligné l'impact de la concurrence sur le bien-être des consommateurs, cette recherche s'intéresse au rôle du canal de distribution du marché. Gonzalez, De Lanauze et Siadou-Martin (2017) ont montré qu'il existe un canal par lequel la concurrence pourrait favoriser le bien-être des consommateurs. Sur la base d'une étude quantitative réalisée auprès de 455 consommateurs, ils ont examiné les liens entre le canal de distribution fréquenté pour l'achat des biens et le bien-être ressenti. Ils montrent que le choix du canal de distribution joue un rôle déterminant dans l'explication du bien-être. Les auteurs

suggèrent que le bien-être découle plus de la valeur sociale pour les consommateurs des grandes ou moyennes surfaces que pour les consommateurs des marchés, alors qu'à l'inverse, il découle davantage de la valeur ludique pour les consommateurs des marchés.

1.2 Enseignement des travaux empiriques sur les indicateurs de concurrence

Différents types d'indicateurs sont couramment employés dans les études empiriques visant à mesurer l'intensité de la concurrence. La plupart des indicateurs de mesure de l'intensité concurrentielle repose sur la méthode structure-comportement-performance (SCP) développé par Mason (1939) et affiné par Bain (1968). Ce paradigme tente d'expliquer le comportement et les performances des entreprises à partir des caractéristiques structurelles des marchés dans lesquels elles sont présentes. En d'autres termes, la structure du marché affecte le comportement des firmes dans une industrie et cela affecte à son tour la performance. Suivant cette méthode plusieurs indicateurs structurels de mesure de la concurrence ont été formulés.

Parmi les indicateurs les plus fréquemment utilisés pour la mesurer figurent l'indice de IHH élaboré par Herfindahl (1950) et Hirschman (1945) utilisé dans les travaux de Fitchner, Heemsskerk et Gracia-Bernardo (2017) et Bajgar et al. (2019). En outre, les indicateurs de concentration sectorielle sont souvent associés dans les analyses de la concurrence par le taux de pénétration des importations, étant donné qu'une augmentation de la concentration intérieure peut être en partie compensée par une hausse des importations en provenance de marchés étrangers (Gutiérrez et Philippon, 2017) dans la mesure où, les entreprises locales sont concurrencées par les entreprises étrangères. Cependant, ces indicateurs structurels issues du paradigme SCP présentent des limites conceptuelles majeures. Dans ce paradigme, toute augmentation de la concentration accroît les possibilités de collusion entre entreprises, et conduit donc à des prix et bénéfices plus élevés. D'autres théories remettent en cause ce lien entre structure et comportement.

L'approche de la nouvelle organisation industrielle empirique a élaboré des indicateurs de concurrence fondés non pas sur la structure du marché mais sur la performance des entreprises. Pour les théoriciens de cette pensée, l'analyse de la concurrence doit se faire suivant les résultats obtenus par les entreprises. Cette nouvelle vision a donné lieu à de nouveaux indicateurs appelé indicateurs de performances dont les plus utilisés sont les marges (Callagaris, Criscuolo et Marcolin, 2018), les profits (Bessen, 2016 ; De Loecker et al., 2020), le modèle de Panzar et Rosse (Rosse et Panzar, 1987) également connu sous le nom de statistique H, rend compte de la transmission des prix des facteurs de production au chiffre d'affaires de l'entreprise (OCDE, 2021) et l'indicateur de Boone (Boone, 2008) repose sur l'idée qu'une concurrence intense

permet aux entreprises efficaces de dégager des profits plus élevés en termes relatifs que ceux de leurs concurrentes moins efficaces. En conséquence, dans un marché très concurrentiel, l'élasticité des profits aux coûts est plus forte (De-Ramon et Straughan, 2016).

Par ailleurs, Davies (2021) considère que la concurrence qui règne dans un marché peut revêtir différentes formes parce que les entreprises peuvent jouer sur diverses variables stratégiques (le prix, la qualité du produit, la marque, etc.), alors il n'existe donc pas d'indicateur de concurrence permettant à lui seul de détecter une évolution de l'intensité concurrentielle. Pour ce fait, l'auteur suggère que l'approche la plus sage consiste donc à faire appel à plusieurs indicateurs différents. Car, pour Davies, individuellement les indicateurs ne fournissent que peu d'informations, mais ensemble, ils peuvent apporter un éclairage utile et offrir une vision plus complète des évolutions de la concurrence. Cependant, l'une des principales difficultés rencontrées pour une telle approche réside dans le fait que les données disponibles ne se prêtent pas nécessairement à une combinaison d'indicateur de mesure (OCDE, 2021) notamment dans les pays en développement comme la Côte d'Ivoire.

2. Méthode d'analyse

Nous exposons tout d'abord les indicateurs de concurrence utilisés, en suite nous présentons l'équation d'offre à estimer par la méthode de Bootstrap avec effet de seuil

2.1 Caractérisation de l'intensité concurrentielle

Pour évaluer l'environnement concurrentiel du marché des transferts d'argent mobile, nous utiliserons à la fois les indicateurs de concurrence structurels et de performance mise en évidence précédemment et la matrice de Porter. Les indicateurs mobilisés pour cette analyse sont les suivantes :

- L'indice IHH, il mesure la concentration du marché. Plus l'IHH est élevé, plus le marché est considéré comme concentré.
- L'indice de GINI, il servira à mesurer une concentration relative par rapport au nombre de prestataires présent sur le marché des transferts d'argent mobile.
- L'indice de Lerner ou comportement de prix, il mesure un éventuel pouvoir de monopole d'un prestataire de transfert.

Le tableau ci-après présente les indicateurs mobilisés pour effectuer l'analyse de l'intensité concurrentielle.

Tableau N°1 : Indicateurs de concentration

Indicateurs d'intensité concurrentielle	
Indice de Gini	$G = \frac{1}{2} - \frac{1}{2N} \left(1 + \sum_{i=1}^N 2(R_i - 1)PdM_i \right)$
Indice de Lerner	$\frac{1}{ \varepsilon }$
Indice IHH	$IHH = \sum_{i=1}^n PdM_i^2$
Indice IHH normalisé	$H^* = \frac{(IHH - 1/n)}{1 - 1/n}$

Source : L'auteur (2023).

Pour Davies (2021), l'approche la plus sage pour analyser l'intensité concurrentielle d'un marché consiste à faire appel à plusieurs indicateurs différents. À ce titre, pour une analyse plus efficace, nous allons recourir également à la matrice de Porter (1979). Le modèle de Porter nous permettra d'identifier les forces en concurrence sur le marché des transferts d'argent mobile, qui déterminent son intensité concurrentielle. Ses différents axes se déclinent comme présentées dans le tableau ci-dessous.

Tableau N°2 : Présentation des axes de la matrice de Porter

Axes	Descriptions
Intensité concurrentielle	Les concurrents luttent au sein d'un marché pour accroître ou simplement maintenir leur position ; marges : coûts fixes élevés, économie d'échelle ; barrières à l'entrée et la sortie du marché ; différenciation entre les offres ; nombre, taille et diversité des concurrents.
Menace des entrants potentiels	La survenue de nouveaux concurrents est freinée par l'existence des barrières ; investissements initiaux pour pénétrer le marché et temps nécessaire pour les rentabiliser ; accès aux réseaux de distribution ; compétences et expériences ; brevets déjà en place, normes et standards techniques ; mesures protectionnistes ; Image de marque, réputation des entreprises déjà établies ; barrières culturelles.

Menace de substituts	Les produits de substitution représentent une alternative à l'offre des firmes ; les produits de substitution constituent une menace ; le produit de substitution est parfois attendu ; le produit est parfois inattendu au départ. Face à un substitut menaçant, les firmes en présence peuvent envisager plusieurs actions : baisse des prix ; augmentation de la valeur ; abandon de l'offre actuelle et passage au substitut ; abandon du marché.
Pouvoir de négociation des acheteurs	Acheteurs peu nombreux, concentrés ; existence de sources d'approvisionnement de substitution ; coût de transfert est faible ou élevé et prévisible ; menace d'intégration vers l'amont (les clients peuvent produire eux-mêmes l'offre).
Pouvoir de négociation des fournisseurs	Fournisseurs concentrés et peu nombreux ; fournisseur possède une marque forte ; fournisseur propose des produits très différenciés ; clients nombreux et dispersés ; coût de transfert élevé ; existe une menace d'intégration vers l'aval de la part des fournisseurs.

Source : L'auteur (2023).

Cette matrice nous permettra d'approfondir l'analyse de l'intensité concurrentielle sur le marché des transferts d'argent où la nature de la concurrence est encore méconnue.

2.2 Modèle d'estimation

Pour l'estimation de l'offre des services de transferts, il est fait l'hypothèse que les firmes se font réellement une concurrence par les prix. Pour décrire le processus concurrentiel des opérateurs mobiles money, le modèle de SCP de l'école d'Harvard (Bain, 1968 et Mason, 1939) sera extrapolé au marché des transferts d'argent mobile, en raison du type de concurrence étudié. La structure oligopolistique du secteur des transferts d'argent mobile est plus marquée par une concurrence par les prix que par les quantités et se caractérise par un produit homogène. Le modèle SCP de l'école d'Harvard permet en effet de mieux prendre en compte les deux aspects de la concurrence, en termes des prix et d'homogénéité du produit.

Par ailleurs, le choix du modèle de régression se base sur les caractéristiques de la variable dépendante qui est dans notre cas précis de nature qualitatives à deux modalités. Les modèles probit et logit sont en général les plus utilisés dans un tel contexte. Cependant, eu égard à certains avantages (notamment en terme d'interprétations), le modèle logit est utilisé dans le présent travail. L'utilisation de ce modèle implique le recours à un modèle de probabilité

conditionnelle dans lequel le choix de l'individu reflète une variable latente. Ainsi, la modélisation de l'intensité concurrentielle (y_i) repose sur la notion de variable latente. Cela suppose l'existence d'une variable inobservable (y_i^*) qui est fonction des caractéristiques de l'entreprise et des profits qu'il tire de ce service de transfert. Le profit réalisé (y_i) de l'entreprise i peut être définie comme suit :

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{si le profit réalisé par le prestataire est excessif} \\ 0 & \text{sin on} \end{cases} \quad (1)$$

Le modèle logit de la forme $y_i = \beta' X_i + \varepsilon_i$, utilise la fonction de répartition de la fonction logistique. Plus précisément, on suppose que la variable aléatoire ε_i suit une loi logistique définie par la fonction de répartition suivante :

$$L = \frac{1}{1+e} = \frac{e}{1+e} \quad (2)$$

Après application des différentes propriétés de la distribution logistique, on peut écrire la probabilité pour individu d'être employé dans l'informel (P_i) sous la forme :

$$P_i = \text{Pr ob}(y_i = 1) = \frac{1}{1 + \exp(-\beta X_i)} \quad (3)$$

De tout ce qui précède, le modèle logit a estimé inspiré des travaux de Huet (2006) se présente comme suit :

$$\Pi_i = \alpha + \beta \text{Con}_i + \gamma_1 \text{Bar}_{Entr,i} + \dots + \gamma_k M_{Money}_{k,i} + \eta X_i + \mu_i'' \quad (4)$$

Avec Π : Profit ; Con : Indice de concentration du marché ; Bar_{Entr} : Barrières à l'entrée du marché ; M_{Money} : Prestataire mobile money ; X : Autres variables ; μ : Résidu inexpliqué.

Par extension de l'équation (4) avec la prise en compte du nombre de prestataires de transfert d'argent mobile et du différentiel de prix des services de transferts d'argent comme modalité de comportement des prestataires en plus de son carré, nous permet de spécifier notre modèle économétrique qui se présente comme suit :

$$\text{Profit}_i = \alpha + \beta_1 \text{Con}_i + \beta_2 \text{Licen}_i + \beta_3 \text{Infra}_i + \beta_4 \text{Tech}_i + \beta_5 \text{Prix}_i + \beta_6 \text{Prix}_i^2 + \beta_7 \text{MM}_i + \beta_8 \text{Bar}_i + \varepsilon_i \quad (5)$$

Cette forme d'équation ne s'identifie pas typiquement à un modèle déjà construit, néanmoins, elle se réfère particulièrement au modèle théorique du paradigme SCP développé par Mason (1939) et affiné par Bain (1968) qui a montré que la concentration du marché affecte le comportement des entreprises du marché et cela affecte à son tour le profil réalisé par les firmes.

En nous servant des variables indépendantes, nous pourrions déterminer les effets différentiels qu'exercent l'indice de concentration du marché des transferts, la licence d'autorisation pour exercer, le code USSD, les infrastructures télécoms, la qualité des services, le différentiel de prix et la variable d'interaction sur l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent.

3. Données

Cette analyse s'appuie principalement sur des données d'enquête auprès des prestataires des services de transfert d'argent en Côte d'Ivoire. Afin de limiter les biais dans la représentativité de l'échantillon, nous avons respecté le mieux possible la structure des prestataires des services de transfert mobile (13 fournisseurs de service mobile money présent sur le marché ivoirien selon le régulateur financier à savoir la BCEAO).

De ce fait, les 13 prestataires ont été interviewés par le biais d'un questionnaire sur papier transmis à la personne ressource de l'entreprise concernée. Le questionnaire entreprise comporte trois volets, dont la première partie porte sur l'activité de l'entreprise, la seconde portant sur le type de services proposés, le cadre réglementaire et l'évolution du marché des transferts et enfin, en dernière partie sur les données statistiques du marché des transferts d'argent mobile. En ce qui concerne l'activité de l'entreprise, les thèmes abordés sont : les activités principales et secondaires de l'entreprise, de leur capacité institutionnelle, la perception de l'environnement des transferts d'argent, de la réglementation, les difficultés rencontrées tant dans l'accessibilité du marché qu'infrastructurelles. Quant aux services proposés, il s'agissait de lister les différentes offres de service de transferts d'argent proposé par le prestataire et enfin les données statistiques pour retracer le chiffre d'affaires, les investissements réalisés et les coûts de production etc. La collecte de l'enquête s'est déroulée entre octobre et mai 2021 dans le District d'Abidjan qui concentre l'ensemble des sièges social des différents prestataires mobile money dans le pays.

À la suite de l'enquête, les variables retenues sont présentées dans le tableau ci-après :

Tableau N°3 : Variables du modèle logit simple

Variables	Description
Variables dépendantes	
Profit	Profit excessif réalisé par le prestataire de transfert d'argent. Il prend la valeur 1 si le profit réalisé par le prestataire i est excessif, 0 sinon.
Variables explicatives	
Niveau de concentration du marché	Le niveau de concentration du marché des transferts d'argent. La valeur (1 = marché faiblement concentré, 2 = marché moyennement concentré, 3 = marché fortement concentré).
Mobile money	Le nombre de prestataires mobile money présent sur le marché des transferts d'argent en Côte d'Ivoire
Prix du transfert	Le coût des frais de commission appliqué aux opérations de transfert d'argent (1= moins de 5% de la somme envoyée, 2= 5% à 10% de la somme envoyée, 3= plus de 10% de la somme envoyée)
Carré du prix de transfert	Coût des frais appliqué aux opérations de transfert d'argent. Pour évaluer l'effet d'un prix trop élevé sur la concurrence dans le marché.
Niveau de concurrence sur le marché	Appréciation du niveau de concurrence par les différents prestataires du marché des transferts d'argent (1= Très faible, 3= Moyen, 4= Élève, 5= Très élevé, 6= Acceptable)
Montant de la licence	Montant de licence imposé par le régulateur financier pour les services financiers via la téléphonie mobile.
Barrières à l'entrée du marché	Les barrières à l'entrée du marché des transferts d'argent (1= Très mauvais, 2= Mauvais, 3= Moins Bon, 4= Bon, 5= Très bon, 6= Excellent)
Technologie utilisée	La technologie utilisée par le prestataire pour les services de transfert d'argent (1= USSD, 2= Système Wave, 3= Autres technologies).
Accès aux infrastructures	Capacité des prestataires de transfert d'argent mobile à accès aux infrastructures Telecom (1= Très difficile, 2= Difficile, 3= Moins bonne, 4= Assez bonne, 5= Bonne, 6= Excellente).

Source : L'auteur (2023).

À la suite des variables, nous présentons également comme mentionnée dans le plan de l'étude les différents résultats obtenus.

4. Application et résultats

Cette section est consacrée à la présentation des résultats. En premier lieu, nous présentons les résultats de l'analyse statistique et en second lieu, nous exposons les résultats de l'estimation.

4.1 Analyse concurrentielle du marché de transfert d'argent mobile

Il s'agira d'analyser l'environnement concurrentiel du marché des transferts d'argent mobile à partir de la matrice de Porter d'une part, et d'autre part des indices de concurrence.

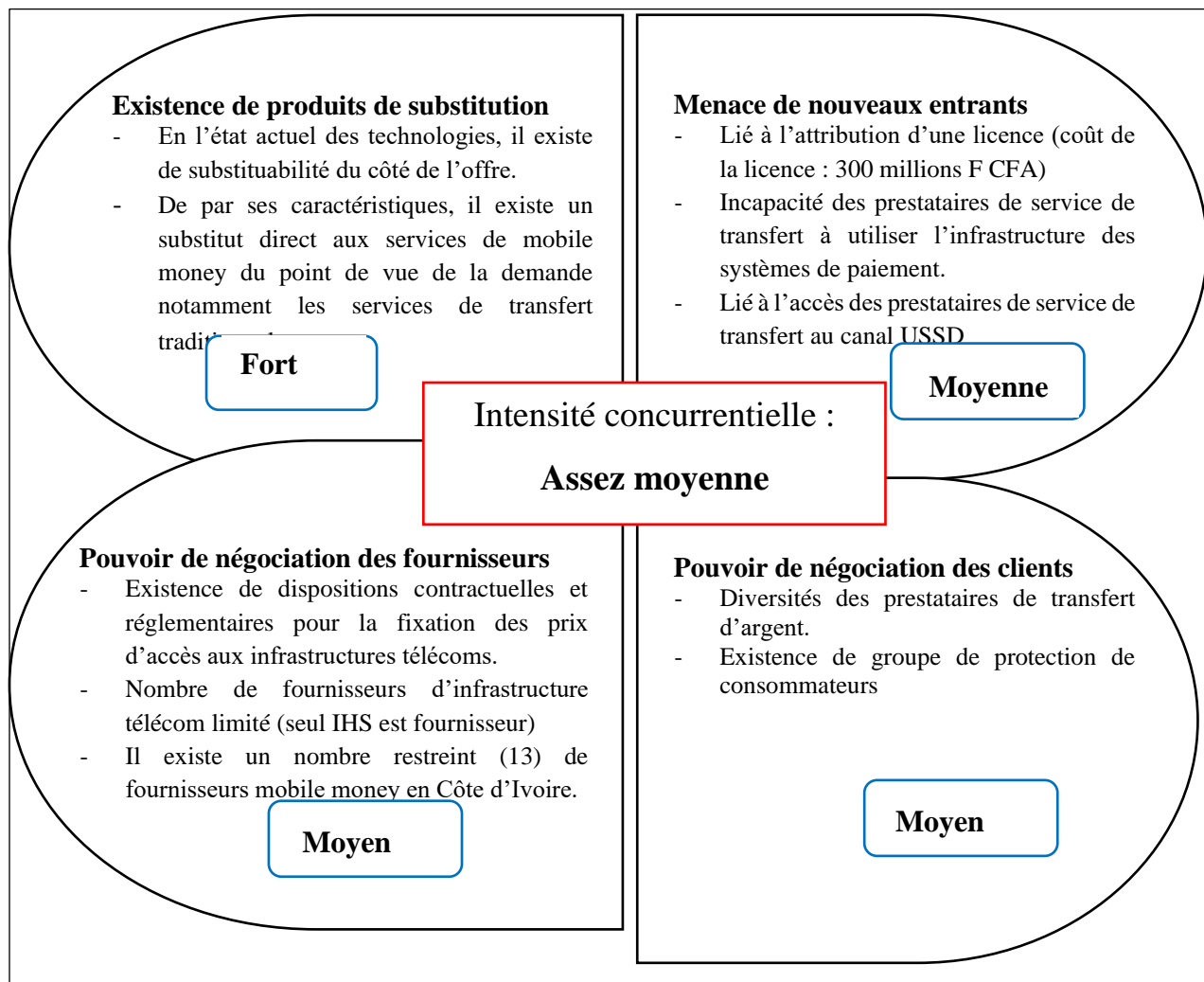
4.1.1 Analyse de la concurrence par la matrice de Porter

La figure 1 ci-dessous nous donne une représentation de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent en Côte d'Ivoire à partir de la matrice de Porter.

Au niveau de la structure du marché des transferts d'argent, il existe actuellement un substitut du service mobile money tant du côté de l'offre (soit l'usage du canal USSD ou soit la technologie wave system) que du côté de la demande (plusieurs prestataires de service de transfert d'argent sont présents sur le marché). Concernant les barrières à l'entrée du marché, on note que le canal USSD qui est le canal privilégié pour développer un service mobile money est difficilement accessible par les nouveaux entrants du fait des conditions imposées par les fournisseurs télécoms historiques qui détiennent le droit exclusif sur cette technologie pour contrer l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché des transferts. Ce canal est une priorité exclusive des opérateurs télécoms qui peut le céder ou non à un prestataire concurrent à des tarifs très élevés. Cependant, avec la technologie proposée par Wave, une alternative pour fournir le service mobile money est maintenant possible. Une autre barrière qui est érigée est le coût élevé de la licence fixé par le régulateur financier qui constitue une condition sine qua non pour offrir des services de transfert d'argent via le mobile. Le coût de cette licence constitue aussi un frein à l'arrivée de nouveaux entrants.

Quant au pouvoir de négociation des fournisseurs, actuel il existe un nombre restreint de fournisseurs mobile money en Côte d'Ivoire pour un grand nombre de clients. Cette situation place les fournisseurs en position de force pour imposer leurs conditions de vente. De ce fait, ceux-ci possèdent d'office un pouvoir de négociation auprès de leur client. En outre, il les fournisseurs des infrastructures de télécoms sont contraints par des dispositions contractuelles et réglementaires pour la fixation des prix pour l'accès à leurs différentes infrastructures. Du côté de la demande, les utilisateurs des services de transfert mobile ont des alternatives dans le choix prestataire mobile money. De plus, les clients peuvent tirer les prix vers le bas, imposer leurs propres conditions d'usage.

Figure N°1 : Analyse concurrentielle par la matrice de Porter



Source : L'auteur (2023).

Cette analyse par la matrice de Porter montre nettement que le marché des transferts d'argent en Côte d'Ivoire est un marché concurrentiel qui évolue à un oligopole restreint à 4 prestataires de service de transfert d'argent mobile.

4.1.2 Analyse de l'intensité concurrentielle avec par les indices de concentrations

L'analyse de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent mobile se focalise sur les trois opérateurs historiques de téléphonie mobile en Côte d'Ivoire dans la mesure où, il est nécessaire d'être client d'un opérateur mobile pour souscrire à une offre de services mobile Money d'une part et d'autre part du fait de la disponibilité des données sur ces fournisseurs. Le tableau 4 illustre les résultats obtenus et présente par la même occasion les disparités qui existe entre les prestataires.

Tableau N°4 : Calcul des indices de concurrence du marché des transferts mobile

Libellé	Établissements de Monnaie Electroniques			Total
	Orange Money	MTN Money	Moov Money	
Caractéristiques des transferts d'argent domestiques				
Chiffre d'affaires sur les retraits	44 442 942 907	19 192 608 564	3 589 058 024	67 224 609 495
Chiffre d'affaires sur les transferts	3 575 937 676	853 400 774	390 382 451	4 819 720 901
Part de marché sur les retraits	66,11%	28,55%	5,34%	100%
Part de marché sur les transferts	74,19%	17,71%	8,10%	100%
Indice de concurrence du marché des transferts mobile				
	Retraits		Transferts	
Indice IHH	5214		5884	
Indice IHH normalisé	0,28		0,38	
Indice Gini	0,2		0,22	
Élasticité (volume / prix moyen constaté)				
Sur les transferts	0,6	6,6	23,5	10,2
Sur les retraits	2,06	0,08	0,94	1,02
Indice de Lerner	0,98		0,10	

Source : L'auteur (2023), à partir des données ARTCI.

Au regard des résultats de l'analyse statistique présenté dans le tableau ci-dessus, le prestataire Orange Money détient plus de la moitié des parts de marché des services de transfert d'argent à la fois sur les retraits d'argent et sur les transferts d'argent. En effet, en fin 2019, Orange Money détenait 66,1% de part de marché sur les retraits et 74,2% sur les transferts contre seulement 28,5% pour MTN Money et 5,3% pour Moov Money. Ainsi, il ressort de ce premier constat que le marché des transferts d'argent mobile est dominé par Orange Money.

De plus, l'analyse de l'indice IHH calculé avec une valeur 5884 révèle que ce marché présente une structure concentrée autour de l'opérateur historique Orange Money. Ce résultat laisse craindre une présomption de monopole sur ce marché de la part de ce prestataire. Cependant, l'analyse par l'indice IHH normalisé montre que le marché de transfert d'argent mobile est un marché totalement atomisé c'est-à-dire que le marché est à tendance concurrentielle car sa valeur est très éloignée de 1 dans les deux cas (retrait d'argent et transfert d'argent). Elle n'est toutefois pas suffisante pour l'établir, et l'examen des autres critères doit permettre d'évaluer la portée de l'indice IHH.

À cet effet, la valeur calculée de l'indice de Gini sur ce marché est de 0,22 comprise entre 0 et 0,5. Cela implique que la concentration qui existe sur ce marché autour des prestataires

historiques est relativement faible. En d'autres termes, l'inégalité observée entre les parts de marché des opérateurs est faible et par conséquent, le marché des transferts d'argent mobile tend vers un marché concurrentiel. De plus, l'indice de Lerner calculé corrobore l'existence d'absence de pouvoir de monopole de la part du prestataire dominant. Puisque, la valeur de l'indice de Lerner est de 0,1 très éloignée de 1. Cela signifie qu'Orange Money ne détient pas de pouvoir de monopole sur le marché des transferts d'argent par la téléphonie mobile quand bien même qu'il détient une grande part de marché sur les différents segments de ce marché.

Sur la base de ces résultats, nous pouvons conclure que le marché des transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire évolue de manière concurrentielle

Ainsi, l'analyse concurrentielle par les indices de concentration vient corroborer le résultat précédemment obtenu à partir de la matrice de Porter. Par conséquent, le marché des transferts monétaires mobile en Côte d'Ivoire est un marché concurrentiel.

4.2 Concurrence sur le marché des transferts et bien-être monétaire des bénéficiaires

Rappelons que nous voulons calculer l'impact de la variation du prix des transferts sur le bien-être monétaire du bénéficiaire induit par la concurrence sur les services de transfert mobile. Il est donc question d'analyser le bien-être monétaire des bénéficiaires à partir des mesures du surplus du consommateur, de la variation compensatoire et la variation équivalente.

Pour le calcul du surplus du consommateur, nous faisons la différence entre le prix observé sur le marché depuis l'arrivée des mobiles money et le prix effectivement supporté par le bénéficiaire de transfert suite à l'arrivée de Wave en Côte d'Ivoire. Quant au calcul de la variation compensatoire, nous nous posons la question suivante : « de quel revenu un bénéficiaire de transfert d'argent aura-t-il besoin au prix de 1,5% de la somme à transférer pour avoir le même niveau de bien-être monétaire qu'il avait en recevant un transfert d'argent compris entre 500 FCFA et 1 000 000 FCFA c'est-à-dire quand le prix des transferts d'argent passe de 1% à 1,5% supposé être le prix plancher de pleine concurrence. Concernant, le calcul de la variation équivalente, nous nous posons la question suivante : « de quel revenu un bénéficiaire de transfert d'argent avait-il besoin au prix 1% pour avoir le même niveau de satisfaction qu'en recevant un transfert d'argent compris entre 500 et 1 000 000 FCFA ? ».

Le tableau suivant présente les résultats obtenus à l'issue de notre analyse à partir des données des opérateurs de transfert d'argent mobile.

Tableau N°5 : Mesure du bien-être des bénéficiaires de transfert

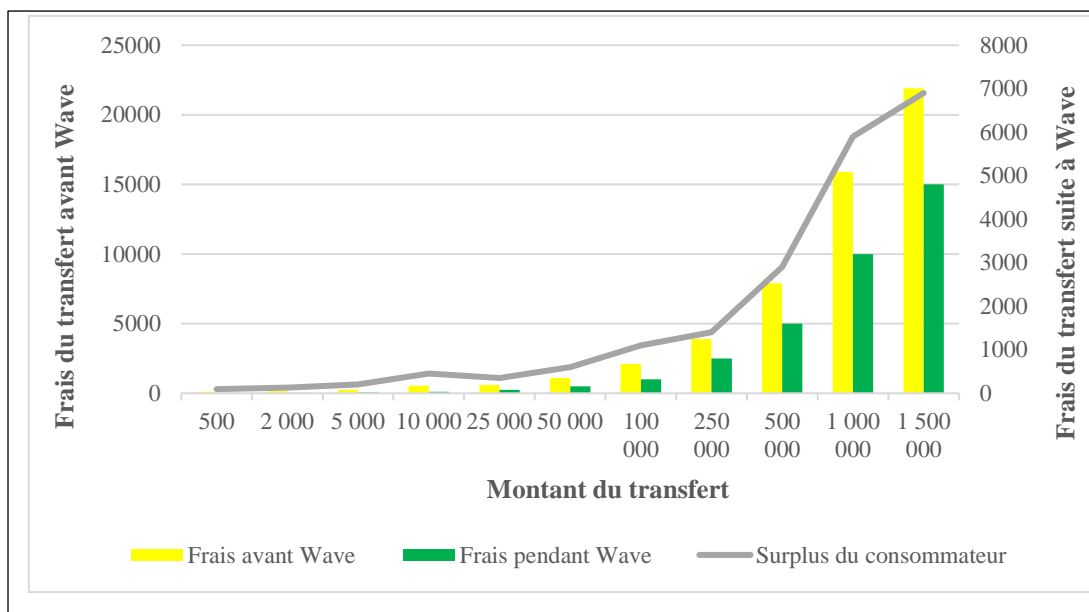
Montant du transfert	Frais avant Wave	Frais suite à la concurrence de Wave	Surplus du consommateur	Variation compensatoire	Variation équivalente
500	100	5	95	2,5	1
2 000	150	20	130	10	4
5 000	250	50	200	25	10
10 000	550	100	450	50	20
25 000	600	250	350	125	50
50 000	1 100	500	600	250	100
100 000	2 100	1 000	1100	500	200
250 000	3 900	2 500	1400	1 250	500
500 000	7 900	5 000	2900	2 500	1 000
1 000 000	15 900	10 000	5900	5 000	2 000

Source : L'auteur (2023), à partir des données opérateurs.

La lecture de ce tableau révèle que la baisse du prix des transferts induit par la concurrence sur le marché améliore le bien-être monétaire des consommateurs. En effet, du fait de l'arrivée du prestataire Wave en Côte d'Ivoire, le prix des transferts ayant baissé, les bénéficiaires de transfert bénéficient d'un gain monétaire. L'excédent du revenu qui résulte de cette diminution du prix varie entre 95 F CFA à 5 900 F CFA en fonction de la somme envoyée. Ce gain monétaire représente des montants supplémentaires pour les bénéficiaires dans la satisfaction des besoins élémentaires pour l'amélioration de leur bien-être.

Par ailleurs, si on envisage le cas d'une augmentation de prix de transfert de 1% à 1,5% induite par une entente des prestataires, le supplément de fonds qui devrait être ajouté sur le montant effectivement reçu par le bénéficiaire pour qu'il conserve son niveau de bien-être est compris entre 3 FCFA et 5 000 FCFA en fonction de la valeur du transfert reçu. Par contre, en cas de baisse de prix induit par une concurrence de plus en plus intense entre les prestataires entraînant une nouvelle baisse de prix de 1% à 0,8% de la somme envoyée, le montant à prélever qui devrait être appliquée sur le transfert pour que le bénéficiaire obtienne à ce prix le même niveau de bien-être monétaire est compris entre 1 F et 2 000 FCFA en fonction de la valeur du transfert. À titre d'illustration, la figure 2 montre l'évolution du bien-être monétaire des bénéficiaires de transfert représenté par le surplus du consommateur induit par la baisse du prix.

Figure N°2 : Évolution du surplus du consommateur



Source : L'auteur (2023), à partir des données opérateurs.

Ainsi, la concurrence par les prix exercée par les différents prestataires présent sur le segment mobile du marché des transfert d'argent contribue à améliorer significativement le bien-être monétaire des bénéficiaires de transfert en Côte d'Ivoire.

4.3 Résultats de l'estimation économétrique

En raison du caractère très petite de la taille de l'échantillon (13 observations) et du fait que l'échantillon d'origine n'est normalement pas distribué (p -value = 0,068), nous recourons à la méthode de bootstrap pour l'estimation du modèle logit, bien que nous ne disposions pas d'informations sur la loi de probabilité que suivent les variables qui seront considérées. La procédure bootstrap comprend généralement trois (3) étapes, telles que décrites ci-après.

- **Re-échantillonnage par bootstrap**

Suivant les travaux de Cadet (2022), la méthode bootstrap a consisté à sélectionner parmi les 13 observations originales, plusieurs sous-échantillons, avec remise pour estimer la moyenne d'une statistique à partir des valeurs obtenues pour les sous-échantillons. Ainsi, $n=1000$ nouveaux sous-échantillons de même taille que la précédente sont ainsi obtenus, où chaque échantillon est constitué par un tirage aléatoire dans l'échantillon initial. La procédure de détermination du nombre de répliques bootstrap nécessaires est ensuite mise en œuvre.

- **Nombre de réplique Bootstrap (noté β)**

Le processus mis en œuvre a consisté pour un certain nombre de valeurs de β : $\beta = 20, 30, 50, 100, 500, 1000, 5000, 10000$. Les simulations ont été effectuées pour les nombres

de réplifications bootstrap. Par ailleurs, les comparaisons des distributions des étendues sont effectuées deux à deux, pour des valeurs croissantes de β . Pour ce faire, les caractéristiques de valeurs centrales (moyenne, médiane) et de dispersion sont calculées et deux critères sont examinés : test de Wilcoxon pour l'égalité des médianes et test de Fisher pour l'égalité des variances. Les résultats obtenus sont conciliés dans le tableau suivant :

Tableau N°6 : Nombre de réplifications bootstrap

β	Médiane des étendues	Test de Wilcoxon	P-marg	Ecart-type des étendues	Test de Fisher	P-marg
20	0,073			0,294		
30	0,212	1,104	0,493	0,233	1,000	0,000
50	0,103	0,387	0,224	0,212	0,988	0,000
100	0,092	0,152	0,459	0,160	0,794	0,039
500	0,425	0,389	0,222	0,112	1,000	0,009
1 000	0,191	0,774	0,164	0,569	0,580	0,031
5 000	0,588	1,000	0,389	0,103	5,837	0,026
10 000	0,617	1,000	0,389	0,407	1,357	0,746

Source : L'auteur (2023), à partir de nos estimations.

Les résultats des tests de Wilcoxon et de Fisher ne permettent pas d'établir de manière certaine une valeur de β à partir de laquelle nous pourrions accepter l'hypothèse d'égalité des médianes et des variances des intervalles de confiance. Par conséquent, nous sélectionnons de manière aléatoire, 1000 sous-échantillons, lors de l'application de la méthode Bootstrap (Cadet, 2022).

▪ **Estimation logit par la méthode bootstrap**

Les résultats de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent à partir du modèle logit par la méthode bootstrap non paramétrique à 1000 réplifications sont présentés dans le tableau 7. Il convient de révéler que du fait de la taille de l'échantillon, les modalités de certaines variables ont été omises excepté celles de la variable d'intérêt.

Les résultats de l'estimation logit ainsi que les tests de robustesse sont exposés ci-après.

Tableau N°7 : Caractérisation de l'intensité concurrentielle

Variabiles explicatives	Coef. observé	P-value	Odds-ratio	Effets marginaux
<i>Variable expliquée : Profit réalisé par le prestataire de transfert d'argent</i>				
Indice de concentration	-900,80	0,000***	0,004	-0,66
Mobile money	-670,82	0,137	0,02	-0,34
Prix - référence : moins de 3%				
3% à 5%	-10271,09	0,001**	0,55	-0,05
Plus de 5%	-24489,28	0,002**	0,26	-0,17
Prix ²	3177,09	0,002**	679,25	0,77
Niveau de concurrence	173,40	0,296	5,02	0,19
Technologie utilisé	-331,93	0,095*	0,62	-0,06
Accès aux infrastructures	462,19	0,020**	27,12	0,39
Barrière à l'entrée du marché	-463,38	0,003**	0,06	-0,33
Nombre d'observation			13	
Répliques bootstrap			136	
Significativité globale			0,000***	
Courbe ROC			0,8333	
Classification du modèle			84,62%	
Hosmer-Lemeshow test			Pearson chi2(5) = 9,57 / prob > chi2 = 0,088*	

*** Significativité à 1%, ** Significativité à 5%, * Significativité à 10%,

Source : L'auteur (2023), à partir de nos estimations.

Comme l'illustre le tableau ci-dessus, la courbe ROC avec une valeur de 0,83 démontre d'un très bon ajustement des estimations aux données observées. On considère habituellement que le modèle est bon dès lors que la valeur de l'aire sous la courbe (AUC ou Area Under the Curve) est supérieure à 0,7. Un modèle bien discriminant doit avoir une AUC entre 0,87 et 0,9. Un modèle ayant une AUC supérieure à 0,9 est excellent. De plus, notre modèle estimé présente une bonne classification à hauteur de 84,6%. En outre, dans l'ensemble le modèle estimé est globalement significatif au seuil de 1%.

▪ **La détection des biais éventuels des estimateurs : le bootstrap logit**

Le test du bootstrap atteste d'une absence de biais en ce qui concerne l'estimateur AUC. Sur cette base, le biais sur les variables est quasiment nul. Ce qui confère aux estimateurs obtenus sous logit le caractère d'estimateurs sans biais. Autrement dit, le choix des variables du modèle a été bien opéré et les données collectées pour l'estimation du même modèle sont de bonne

qualité. Dès lors, les résultats issus de la méthode bootstrap peuvent faire l'objet d'interprétation.

La lecture de ce tableau permet de tirer deux principales conclusions. En premier lieu, la concentration du marché est négativement liée au profit obtenu par les prestataires et significative au seuil de 10%. En effet, une augmentation d'un point de la concentration du marché des transferts d'argent entraîne une diminution de 248,5 points du profit des prestataires. Ainsi, la concentration du marché réduit le profit réalisé par chaque prestataire. Ce résultat rejoint ceux du modèle SCP et même ceux de littérature empirique sur la question à savoir ceux de Abuka et al. (2019) et bien d'autres travaux.

En deuxième lieu, et relativement aux variables d'intérêt, l'impact du prix sur les opérations de transfert est conforme à la prévision théorique et demeure significatif peu importe le taux de facturation. Les prix ont une incidence négative et significative au seuil d'erreur de 5% sur le profit. Par contre, lorsque le taux de facturation des opérations de transfert augmente, l'incidence du prix sur le profit devient positive. Suivant ce résultat, on peut estimer qu'une augmentation du prix d'un pourcent induit une hausse du profit des prestataires de 875,9 points. Les variables de contrôle telles que la technologie utilisée, l'accès aux infrastructures et les barrières à l'entrée du marché influencent significativement le profit des prestataires.

4.4 Calcul du prix optimal des transferts d'argent mobile

Suivant les résultats de l'estimation, nous proposons de déterminer un prix plancher sur les opérations de transfert d'argent qui soit abordable pour les consommateurs et bénéfique pour chacun des prestataires.

Le prix optimal à appliquer sur les transferts d'argent est obtenu en dérivant $Pr\ ofit_i$ par le prix facturé sur les sommes envoyées dans l'équation (3). Nous avons alors :

$\frac{\partial Pr\ ofit_i}{\partial Pr\ ix_i} = \eta_1 + 2\eta_2 Pr\ ix_i$. À l'optimum, $\frac{\partial Pr\ ofit_i}{\partial Pr\ ix_i} = 0$ ce qui implique que le seuil optimal de

tarification des transferts d'argent est égal à : $Pr\ ix_i^* = \frac{-\eta_1}{2\eta_2}$.

$Pr\ ix_1^* = \frac{-\eta_1}{2\eta_2} = \frac{-(-10271,09)}{2 * 3177,09} = 1,6164 \approx 1,6\%$ et $Pr\ ix_2^* = \frac{-\eta_1}{2\eta_2} = \frac{-(-24489,28)}{2 * 3177,09} = 3,854 \approx 3,8\%$.

Le choix du prix optimal s'est fait sur la base des tests de significativité de Fisher. Les tests effectués évaluent le seuil dans le cadre d'un modèle à seuil unique. L'hypothèse nulle associée à ce test est, $H_0 : Pr\ ix_1 = Pr\ ix_2$ (aucun effet de seuil) et dans l'hypothèse alternative

$H_0 : Pr i_{x_1} \neq Pr i_{x_2}$ (l'effet de seuil existe). Les résultats montrent que la probabilité associée au test ($Prob > \chi^2 = 0,063$) est inférieure au seuil de 10%. Par conséquent, il y a 90% de chance que le prix optimal des transferts d'argent soit compris entre [1,6% ; 3,8%].

- L'analyse de la courbe ROC et identification du prix optimal

Afin d'identifier pour chacune des valeurs seuils calculés, le seuil optimal, nous recourons à la méthode de la courbe ROC.

Suivant Shatnawi (2017), pour identifier une valeur seuil pratique, la performance de la valeur de l'AUC doit être supérieure à 0,60. Dans notre cas, la valeur de l'AUC est égale 0,83 supérieure à 0,60. Ainsi, l'AUC est utilisable pour identifier le prix optimal. Avec un AUC supérieure à 0,60 et une p-valeur inférieure au seuil de 5%, les valeurs seuils calculés sont valides. Cependant, le prix optimal trouvé dans le présent travail est de 1,6%. Car celui-ci est plus proche du point de coordonnées (0,1) et plus proche de la valeur AUC (0,83). De plus, le prix de 1,6% représente 55% de chance pour les prestataires de transfert mobile money de faire du profit contre 26% de chance au prix de 3,8%. En outre, au prix de 1,6%, le profit des prestataires baisse faiblement comparé à celui de 3,8% avec respectivement -5% et -17%.

Par conséquent, le seuil optimal du prix des transferts d'argent qui est susceptible de favoriser un marché de pleine concurrence en Côte d'Ivoire est de 1,6%.

À la suite de ces analyses, il serait important de confronter les implications sous-tendues par ces résultats sur les travaux antérieurs.

5. Discussion

Au cours de cette étude, nous avons montré que le marché des transferts d'argent mobile ivoirien est un marché concurrentiel. En effet, dans l'analyse de l'intensité concurrentielle à partir des indicateurs de concurrence que sont IHH, Gini et Lerner ont conclu à l'existence d'un marché des transferts d'argent mobile concurrentiel confirmé par la suite par la matrice de Porter élaborée à cet effet. Nos résultats ainsi obtenus vont dans le sens des travaux de Malone et al. (2006). Au cours de son étude l'auteur a montré que les réseaux de télécommunications sont des supports de marchés plus transparents, donc plus concurrentiels. Ils rendent les transactions moins coûteuses et plus efficaces. Toutefois, nos résultats montrent le risque d'un monopole futur sur le marché mobile money. Puisque, le processus concurrentiel actuel sur ce marché se déroule comme si le prestataire Wave jouait en premier, en fixant un prix standard ensuite les opérateurs mobiles fixent leur prix bien qu'ils soient les leaders. Cette forme de concurrence telle qu'elle est menée entre les prestataires mobiles money peut s'avérer néfaste

du point de vue du bien-être des consommateurs notamment pour les plus pauvres. Car, elle pousse les prestataires en concurrence à adopter des comportements abusifs, en fixant des prix plus faibles que leurs coûts de production risquant ainsi la pérennité du service mobile money. À terme, cela risque de réduire le nombre de fournisseurs de service transfert mobile s'il réalise des pertes constantes. Cette situation conduirait à de nouveau prix très élevé confisquant ainsi tout surplus aux consommateurs pauvres et limiterait l'accès aux services financiers mobile qu'à une frange de la population ayant un pouvoir d'achat. Ainsi, comme le notent Guellec et Ralle (2003) repris par Kabikissa (2019), en Afrique Sub-Saharienne où les institutions ne sont pas soutenues, lorsque le marché est livré à lui-même, il semble dans l'incapacité de conduire spontanément au bien-être collectif, il est nécessaire qu'il ait un organe de coordination pour le réglementer afin d'éviter tout dérapage au-travers de l'instauration d'un prix plancher.

À cet effet, nos résultats stipulent que le prix plancher qui est susceptible de favoriser un marché de transfert mobile pleinement concurrentiel en Côte d'Ivoire est de 1,6% de la somme transférée. Cependant, à ce niveau de prix, le profit des prestataires mobiles money baisse de 0,05. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'à ce prix, les principaux prestataires peuvent être amenés à déposer une offre non acceptable pour les consommateurs ou de gagner le marché avec une faible marge de profit (Akintoye, 2000). De ce point de vue, nos résultats ne confortent pas les principaux résultats théoriques puisque, de manière générale, l'accroissement du prix d'une offre d'un service sur un marché concurrentiel contribue, au-delà d'un seuil de prix relativement faible, à la diminution des profits générés par les prestataires et non à leur augmentation (Chong et al., 2006).

Conclusion

L'objectif général de cette étude est de fournir une analyse de l'intensité concurrentielle du marché des transferts d'argent mobile. Les résultats obtenus attestent que le marché des transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire est un marché concurrentiel. Toutefois, nos résultats montrent qu'il existe un risque de monopole à l'avenir si aucune mesure réglementaire n'est prise. À cet effet, notre étude stipule que le prix plancher qui est susceptible de favoriser un marché de transfert mobile pleinement concurrentiel en Côte d'Ivoire est de 1,6% de la somme transférée. Le niveau de prix est soutenable pour la pérennité du service mobile money et le bien-être monétaire des consommateurs.

En somme, notre étude a mis en exergue les défis liés à la concurrence effective sur le marché des transferts d'argent mobile et les bénéfices qui pourraient en résulter pour le bien-être des consommateurs et la pérennité de ce service si de bonnes conditions sont créées. Par ailleurs, la

rédaction de cet article semble avoir atteint les différents objectifs principaux attendus. Cependant, nous estimons que les résultats auraient pu être affinés si les données recueillies auprès des opérateurs de transferts d'argent mobile en Côte d'Ivoire nous l'avait permis. En effet, malgré nos efforts pour obtenir un échantillon représentatif des prestataires de transfert d'argent mobile, notre échantillon final est réduit.

En termes de perspective, il serait important de simuler l'impact du prix obtenu sur le bien-être des consommateurs et sur l'activité économique ivoirienne en général au-travers d'un modèle d'équilibre général. Ces prolongements peuvent être construites sur les résultats de cette étude et intégrer d'autres dimensions supplémentaires.

BIBLIOGRAPHIE

1. Article de revue

Abuka, C., Alinda, R.K., Minoui, C., Peydro, J-L., & Presbitero, A.F. (2019). Monetary policy and bank lending in developing countries : Loan applications, rates, and real effects. *Journal of Development Economics*, 139, 185-202.

Akintoye, A. (2000). Analysis of factors influencing project cost estimating practice. *Construction Management & Economics*, 18 (1), 77-89.

Allaf, Z.H. & Bakhakhat, M.D. (2019). Étude de la concurrence sur le marché de la téléphonie mobile au Maroc : Revue de littérature. *European Scientific Journal*, 114.

Bessen, J. (2016). Accounting for rising corporate profits : Intangibles or regulatory rents ? Boston University School of Law, Law and Economics, Working Paper, 16-18.

Boone, J. (2008). A new way to measure market competition. *The Economic Journal*, 118 (531), 1245-1261.

Chong, E., Huet, F., Saussier, S. & Steiner, F. (2006). Public-private partnerships and prices : Evidences from water distribution. *Review of Industrial Organization*, 29 (1), 149-169.

De Loecker, J., Eeckhout, J. & Unger, G. (2020). The rise of market power and the macroeconomic implications. *The Quarterly Journal of Economics*, 135 (2), 561-644.

Feldstein, M.S. (1972). Distributional equity and the optimal structure of public prices. *The American Economic Review*, 62 (2), 32-36.

Ginsburg, D.H. (2014). Bork's legislative intent and the courts. *Antitrust Law Journal*, 79 (3), 941-951.

Gonzalez, C., De Lanauze, G.S. & Siadou-Martin, B. (2017). Le canal de distribution est-il source de bien-être pour le consommateur ? Une application à l'expérience d'achat de fruits et légumes. *Décisions Marketing*, 3 (87), 57-80.

- Gopaldas, A. (2015). Creating firm customer and societal value : Toward a theory of positive marketing. *Journal of Business Research*, 68 (12), 2446-2451.
- Gutiérrez, G. & Philippon, T. (2017). Declining competition and investment in the US. National Bureau of Economic Research Working, Paper 23583.
- Kabikissa, F.J. (2019). Concurrence entre banques commerciales et opérateurs de téléphonie mobile en Afrique Subsaharienne. *European Scientific Journal*, 15 (34), 235.
- Lee, Y. & O'Connor, G.C. (2003). The Impact of communication strategy on launching new products: The moderating role of product innovativeness. *Journal of Product Innovation Management*, 20, 4-21.
- Marty, F. (2014). Le critère du bien-être du consommateur comme objectif exclusif de la politique de concurrence. Une mise en perspective sur la base de l'histoire de l'antitrust américain. *Revue Internationale de Droit Économique*, 4, 471-497.
- Mason, E. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *American Economic Review*, 29 (1), 61-74.
- Mboe, G.G. & Fouaka, S.G. (2018). Le travail émotionnel chez les agents de transfert d'argent en situation de concurrence. *NKA' Lumière*, 19, 193-212.
- Newbery D.M. (1995), The distributive impact of price changes in Hungary and the United Kingdom, *The Economic Journal*, 105, 847-863.
- Porter, M.E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 137-145.
- Sarpong-Kumankoma, E., Abor, J., Aboagye, A. & Amidu, M. (2019). Financial freedom, market power and bank margins in sub-saharan Africa. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 28(2), 283-299.
- Shatnawi, R. (2017). The application of ROC analysis in threshold identification, data imbalance and metrics selection for software fault prediction. *Innovations System Softw Eng*, 3, 201–217.

2. Ouvrages

- Bain, J. S. (1968), *Industrial Organization*, New York, NY: John Wiley and Sons.
- Bajgar, M., Berlingieri, G., Calligaris, S., Criscuolo, C., & Timmis, J. (2019), *Industry Concentration in Europe and North America*, OECD Productivity Working Papers 18.
- Banque Centrale des États d'Afrique de l'Ouest (BCEAO, 2021), *Rapport annuel sur la situation des services financiers numériques dans l'UEMOA au cours de l'année 2020*.

- Cadet, R.L. (2022), Etude rétrospective sur les transferts de fonds de la diaspora haïtienne : Perspectives pour une remobilisation vers le financement du développement durable d'Haïti, Port-au-Prince : Programme des Nations Unies pour le Développement.
- Callagaris, S., Criscuolo, C. & Marcolin, L. (2018), Mark-ups in the digital Era, OECD Science, Technology and Innovation. Working Paper 2018.
- Cayla, D. (2014), Concurrence, de quoi parlons-nous ? : Préciser le concept économique pour clarifier le débat politique. HAL Open Science.
- Davies, S. (2021), Presentation on methodologies to measure market competition and key Issues. OECD workshop on Methodologies to Measure Market Competition.
- De-Ramon, S. & Straughan, M. (2016), Measuring competition in the UK deposit taking sector. Bank of England Staff Working Paper 631.
- Fitchner, J., E. Heemsskerk, E. & Gracia-Bernardo, J. (2017), Hidden power of the big three ? Passive index fund, re-concentration of corporate ownership and new financial risk. Business and Politics.
- Guellec, D. & Ralle P. (2003), Les nouvelles théories de la croissance, Paris : La Découverte, collection "Repères".
- Guenard, C. (1998), Evolution de la structure des prix et impact sur les inégalités de niveau de vie à Antananarivo de 1990 à 1997, Document de travail DT/98/05, IEP-Paris : DIAL.
- Herfindahl, O. (1950), Concentration in the steel industry. Dissertation, Columbia University.
- Hirschman, A. (1945), National power and the structure of foreign trade. Berkeley University California Press.
- KPPU (2011), Estimating the impact of competition in text message service to consumer welfare. Institute for Economic and Social Research, Faculty of Economics University of Indonesia. Final Report. <https://eng.kppu.go.id/wp-content/uploads/2017/01/Competition-and-Consumer-Welfare.pdf>.
- Malone, T.W., Peter, W., Lai, R.K., D'Urso, V.T., Herman, G., Apel, T.G., & al. (2006), Do some business models perform better than others ? Working Paper N°4615-06. Cambridge, Massachusetts, USA : MIT Sloan School of Management.
- OCDE (2008), Mettre en œuvre une politique de la concurrence dans les pays en développement. Promoting Pro-Poor Growth : Policy Guidance for Donors, Paris, OCDE.
- OCDE (2021), Méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché. Note de réflexion, DAF/COMP, Janvier 2021.

Rosse, J. & Panzar, J. (1977), Chamberlin us Robinson : An empirical test for monopoly rents, Bell Laboratories Economic Discussion Paper.

Williams, M. (2003), Concurrence : une théorie, trois systèmes : Perspectives chinoises on Economica 35.

3. Thèse

KOUTOUAN, A.J. (2018) : « Contribution à l'étude des droits régionaux de la concurrence en Afrique de l'Ouest : cas de l'union économique et monétaire Ouest-Africaine et de la communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest » Thèse de Doctorat en économie Université de Bordeaux.