NMAW
Conceptualisons le futur



ETUDES & ANALYSES

UBER, LE GÉANT MONDIAL QUI N'A PAS SU CONQUÉRIR LE MARCHÉ IVOIRIEN !

ETUDE N°2 DU 09/2025

Analyse de **Abraham N'DJOREY**, spécialiste en Communication & en Marketing digital / Diplômé d'un MBA en Gestion Marketing de la Mode et du Luxe / CEO de NMAW et de COM'AFRIK.



Quand nous avons lancé **Com'Afrik** en 2023, c'était pour répondre à un problème que je voyais avec de grandes entreprises internationales qui arrivaient en Afrique, mais échouaient parce qu'elles ne comprenaient pas nos réalités locales.
L'exemple Uber en Côte d'Ivoire illustre parfaitement ce phénomène.
Le géant, valorisé à plus de **208 milliards** de dollars selon *Yahoo Finance*, a annoncé son retrait du marché ivoirien ce jour, rejoignant ainsi la liste des multinationales qui n'ont pas réussi à s'implanter durablement (comme L'Oréal Paris, partie en 2017 faute d'adaptation locale).
Pourquoi un mastodonte mondial peut échouer ici ?
Selon mon expertise je vous donne les raisons :

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.



1- UN MAUVAIS TIMING ET UNE ANALYSE CONCURRENTIELLE INSUFFISANTE

Yango est arrivé le 4 octobre 2018 *(News Abidjan)* et **Uber** n'a débarqué que le 6 décembre 2019 *(Reuters)*, soit **14 mois** de retard ! 14 mois pendant lesquels Yango a fidélisé les chauffeurs et les clients, a compris les spécificités locales, et a commis des erreurs dont Uber aurait pu profiter. Pendant ce temps, selon un article de Reuters, plus de **50 000** Abidjanais tentaient déjà d'utiliser l'appli Uber avant même son arrivée ! L'attente était énorme, mais l'exécution a été faible.

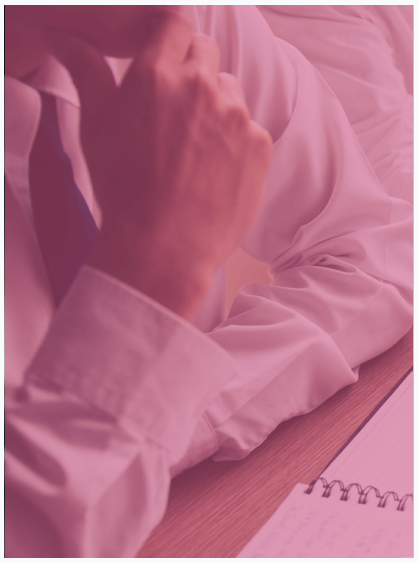




Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

2- UNE OFFRE MAL ADAPTÉE AUX RÉALITÉS LOCALES

Prix, promotions, partenariat avec les chauffeurs, systèmes de bonus; Uber a appliqué un modèle très **« global »** sans vraiment comprendre les besoins des Ivoiriens ni la sensibilité au pouvoir d'achat.
Pendant ce temps, Yango a **multiplié les promotions agressives et un réseau de chauffeurs rapidement fidélisés.**

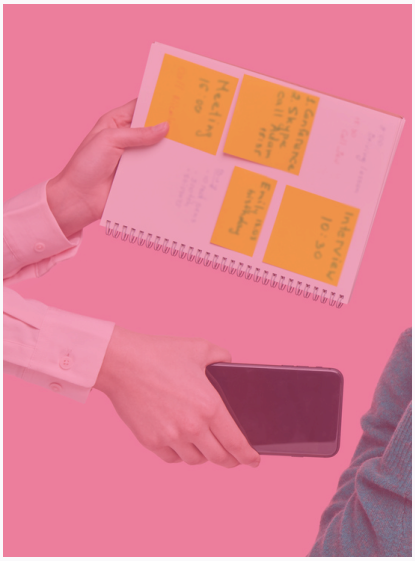




Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

3- UNE COMMUNICATION TROP PASSIVE

Uber a communiqué comme s'il suffisait de dire *« nous sommes Uber »* pour séduire.
Ici, ça ne suffit pas !!!
Tandis que Yango a mené une **omniprésence digitale** : Facebook, Instagram, Google Ads, bannières sur les applications locales, campagnes d'affichage, sponsoring d'événements, etc.





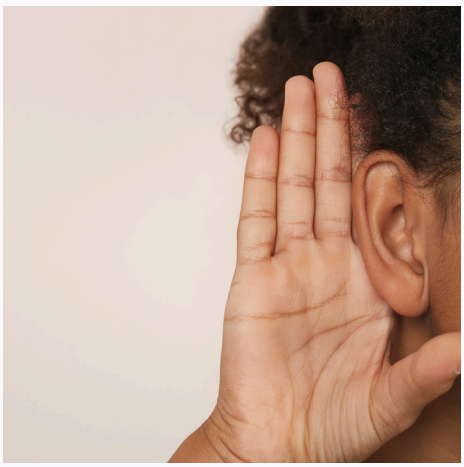
Ce qui a donné comme résultat, selon les retours terrain, **4 utilisateurs sur 5** ont téléchargé Yango après avoir vu plusieurs publicités répétées.
Uber, quant à lui, s'est contenté d'un lancement sobre, loin de l'intensité marketing que requiert notre marché.

Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.



4- UN MANQUE D'ÉCOUTE DU CONSOMMATEUR IVOIRIEN

L'Ivoirien est le meilleur critique au monde. Quand il aime, il en redemande. Quand il n'aime pas, il le dit haut et fort.



Yango a régulièrement adapté son service, et **Heetch** qui est arrivé après en 2022 *(Source : Sud24 TV)* l'a compris rapidement en s'attaquant aux points faibles que les utilisateurs reprochaient déjà aux autres plateformes pour se positionner.



Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.



CE QU'IL FAUT RETENIR

Vouloir conquérir l'Afrique est une belle ambition.
Mais cela ne se fait pas sans une expertise locale.

Regardez ceux qui réussissent aujourd'hui :

- **KFC** qui a adapté son menu,
- **Majestic Cinema** qui a révolutionné l'expérience cinéma,
- Ou **Wave** qui a compris que les réductions et les « sans-frais » était la clé.

Ils ont tous un point commun qui est une stratégie conçue pour et par l'Afrique.

C'est exactement pour ça que **Com'Afrik** existe afin d'éviter ces échecs coûteux et de construire des ponts entre les ambitions internationales et la réalité de nos marchés.

Uber en Côte d'Ivoire, c'est une leçon. Une leçon que toutes les entreprises qui veulent venir ici doivent étudier.





Toute utilisation, reproduction ou diffusion de cet article, en tout ou en partie, est strictement réservée à NMAW, conformément aux dispositions en vigueur du Code de la propriété intellectuelle en Côte d'Ivoire.

NMAW
Conceptualisons le futur



ETUDES & ANALYSES

Cette analyse a été réalisée par **NMAW** (RCCM : CI-ABJ-03-2021-A11-00364), sous la direction d'**Abraham N'djorey**, Directeur général et expert en communication stratégique.

Tous droits réservés. Toute reproduction, diffusion ou exploitation, partielle ou totale, sans autorisation écrite préalable de NMAW, est strictement interdite conformément aux dispositions du Code de la propriété intellectuelle en vigueur en Côte d'Ivoire.

Siège de NMAW,Cocody www.nmaw.net +225 0702179232 / +225 2734758473