



# LIBÉRER LE POTENTIEL DE L'AFRIQUE

## Les médias sociaux au service des petites entreprises en Afrique



Applications Facebook

Cette recherche explore la manière dont l'économie numérique peut accélérer le développement de l'Afrique, les petites entreprises étant le véhicule permettant d'exploiter trois grandes potentialités à l'échelle du continent.

Elle s'appuie sur une enquête menée auprès de 4 020 petites et moyennes entreprises (PME) comptant moins de 250 employés dans huit pays cibles, à savoir le Sénégal, la Côte d'Ivoire, la RDC, l'Afrique du Sud, le Nigeria, le Kenya, le Ghana et Maurice, pour comprendre l'utilisation et l'impact des applications Facebook.



### L'Afrique dispose de trois potentialités à sa portée :

Créer des débouchés économiques pour les **JEUNES**

#### ÂGE MÉDIAN EN 2030

La première potentialité est une population beaucoup plus jeune. Il s'agit d'un avantage concurrentiel à long terme par rapport aux pays développés dont la population est vieillissante.<sup>1</sup>

43



OCDE

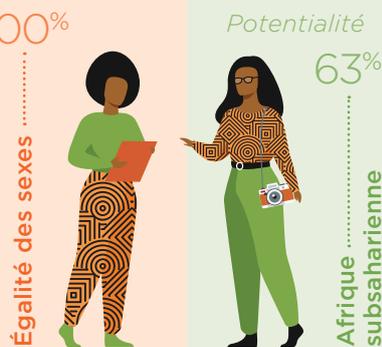
Afrique subsaharienne

Soutenir **L'ÉGALITÉ DES SEXES**

#### ENTREPRISES APPARTENANT À DES FEMMES

Dans les pays de l'échantillon, seulement 63 % de l'écart entre les sexes en matière de participation, de revenus et de débouchés économiques a été comblé.<sup>2</sup>

100%



Égalité des sexes

Afrique subsaharienne

Faciliter la diversification et **L'AUGMENTATION DES ÉCHANGES COMMERCIAUX**

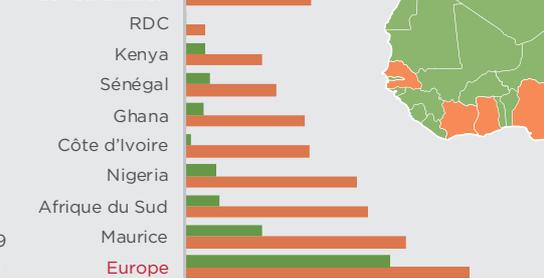
#### LA ZONE DE LIBRE-ÉCHANGE CONTINENTALE AFRICAINE (ZLECAF)

a le potentiel de générer des gains de revenus réels de près de 450 milliards USD d'ici 2035.<sup>3</sup>

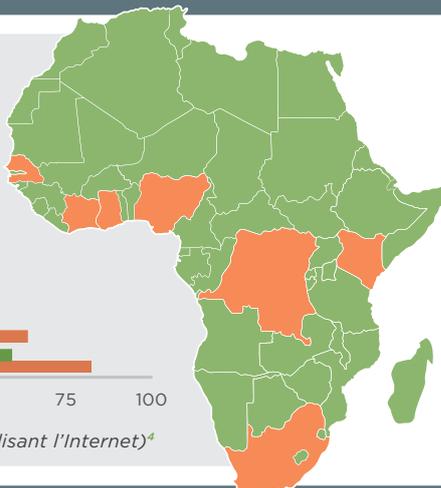


450 milliards USD

Moyenne des pays de l'échantillon



Pénétration de l'Internet (% des individus utilisant l'Internet)<sup>4</sup>



L'économie numérique en Afrique a été stimulée par la croissance de la pénétration de l'Internet

## Parmi les PME interrogées qui utilisent les applications Facebook :

84 %

déclarent que les applications ont joué un rôle important dans la **croissance de leur entreprise**.

77 %

déclarent que **l'entreprise est plus forte** aujourd'hui grâce aux applications.

55 %

pensent que les applications les ont aidées à **démarrer**.

Comment les entreprises utilisent les applications Facebook pour soutenir la croissance de leur activité



### Implantation de la marque

- Partage d'informations sur l'entreprise au public par la création d'un profil



### Mise en réseau et apprentissage

- Rejoindre des groupes pour entrer en contact avec d'autres entreprises
- Participer à des événements et les diffuser en direct via Facebook events via Facebook et Instagram



### Ventes et communication

- Envoyer des messages directs aux clients et aux fournisseurs
- Détailler les produits et services sur Facebook Marketplace on Facebook Marketplace



### Recrutement

- Publier des offres d'emploi et suivre les candidatures via « Offres d'emploi » sur Facebook



### Étude de marché

- Afficher les informations sur les comptes, comme le nombre de vues et les commentaires des clients
- Réaliser des enquêtes et des sondages



### Publicité payante

- Cibler des publics spécifiques en fonction de leurs caractéristiques démographiques ou de leurs intérêts

Créer une entreprise

Petite entreprise

Moyenne entreprise



Les médias sociaux et les plateformes de messagerie ont apporté un soutien aux PME pendant la pandémie de COVID-19

65 %

des PME interrogées dans les huit pays de l'échantillon signalent une **augmentation de l'utilisation des médias sociaux et de la messagerie en ligne** pendant la pandémie de COVID-19.

25 %

des PME interrogées qui utilisent les applications Facebook **s'attendent à ce que leur chiffre d'affaires soit bien meilleur en 2021**, contre seulement 18 % des PME interrogées qui n'utilisent pas les applications.

La grande majorité des entreprises africaines sont petites et informelles et se heurtent à quatre obstacles :



un accès insuffisant au financement et aux services financiers ;



un accès insuffisant aux marchés ;



un accès insuffisant à l'information ;



et des ressources commerciales insuffisantes.

**L'élimination de ces obstacles permettra de favoriser le développement.**

**Les outils numériques peuvent être d'une grande aide.**

✓ Utilisation des applications Facebook

✗ Non-utilisation des médias sociaux



Les médias sociaux aident les jeunes à trouver un emploi et à créer des débouchés économiques pour eux-mêmes et pour les autres.

Âge moyen des propriétaires des PME interrogées :

36 ans ✓

✗ 41 ans

Les PME interrogées qui utilisent les applications Facebook ont des employés plus jeunes, la **part moyenne des employés ayant moins de 30 ans** étant :

45 % ✓

✗ 37 %

Les médias sociaux permettent l'insertion des femmes dans l'activité économique formelle.

Les PME interrogées qui utilisent les applications Facebook déclarent plus souvent être **détenues par des femmes** :

36 % ✓

✗ 30 %

Dans les PME interrogées, les hommes constituent la majorité des employés. Toutefois, les PME interrogées appartenant à des femmes affichent un **pourcentage plus élevé d'employées, employant en moyenne plus de 60 % de femmes.**

Appartenant à une femme

60 % ✓

Employées

Moyenne PME

✓ 40 %

Employées

Les outils numériques sont de puissants catalyseurs de la diversification économique et de l'intensification des échanges commerciaux.

✓ 67 % des PME interrogées qui utilisent les applications déclarent avoir **apporté des innovations dans leur offre de produits ou de services** au cours des six derniers mois sur la base des informations collectées par le biais des applications.

✓ En moyenne, les PME du secteur manufacturier qui ont été interrogées classent la capacité d'**accéder à de nouveaux marchés étrangers** comme le meilleur avantage des applications.



**féméZON**  
naturellement

En 2016, Aïcha Diop a lancé Fémézon, une entreprise de fruits et légumes spécialisée dans les produits naturels et biologiques produits localement à Dakar, au Sénégal. En 2019, Aïcha a entendu parler de **Facebook for Business**, s'est inscrite et a suivi les cours en ligne Facebook Blueprint. En 12 mois, elle a doublé son chiffre d'affaires et plus que doublé ses bénéfices. Aïcha a embauché une partie de son équipe de six personnes grâce à **Facebook**, après avoir publié une offre d'emploi dans un groupe de femmes, et estime que 90 % de ses ventes sont réalisées via **WhatsApp**.

## Les piliers de l'inclusion numérique doivent être en place pour que les PME puissent accéder aux avantages des outils numériques :

### Contenu

Contenu pertinent partagé sur les plateformes

### Plateforme et outils

Plateformes et applications accessibles

### Compétences et connaissances

Sensibilisation, compétences et confiance dans l'utilisation des outils numériques

### Accès aux appareils

Accès à moindre coût aux dispositifs numériques

### Connectivité réseau

Connectivité réseau rapide et fiable



Applications Facebook



Lorsqu'il a été demandé aux PME interrogées pourquoi elles n'utilisent pas davantage les médias sociaux, les raisons les plus souvent citées sont que « **les coûts d'utilisation de l'Internet et des données mobiles sont trop élevés** » et qu'elles « **ne croient pas que les données sur les médias sociaux soient privées** ».

### Recommandations

- Réduire les coûts d'utilisation de l'Internet pour les consommateurs, par exemple en mettant en œuvre des règles plus souples d'octroi de licences d'utilisation du spectre dans les zones rurales, en introduisant une politique visant à améliorer la concurrence entre les fournisseurs d'accès à Internet et en investissant dans les infrastructures de réseau en fibre optique.
- Réduire les coûts d'achat et d'utilisation des appareils mobiles en revoyant à la baisse les taxes sur les TIC et les appareils numériques, et en encourageant la production, l'assemblage ou le recyclage des appareils mobiles au niveau local.

### Recommandations

- Investir dans l'alphabétisation numérique et les campagnes de sensibilisation.
- Inclure la formation aux TIC et la culture numérique dans l'éducation de base et l'enseignement secondaire.
- Veiller à la transparence des plateformes numériques en matière de collecte et d'utilisation des données.

Le rapport appelle les gouvernements et les entreprises privées à s'associer et à créer un environnement numérique capable de donner du pouvoir aux petites entreprises afin de débloquer les trois énormes potentialités de l'Afrique.

1 UN Population Division (2017). *World Population Prospects, 2017 Revision*. Disponible [ici](#).

2 World Economic Forum (2020). *Global Gender Gap Report 2021*. Disponible [ici](#).

3 The World Bank (2020). *The African Continental Free Trade Area*. Disponible [ici](#).

4 International Telecommunication Union Country ICT data (2020). WeAreSocial (2020). Genesis Analytics (2021).

Conception réalisée avec le concours de  
RBS Design Studio | Renéé Bollen-Smith  
Beetroot Design | Gerda Lombaard

## FACEBOOK

Cette étude a été commandée par la société Facebook. Elle a fait l'objet de recherches indépendantes par Genesis Analytics qui en a assuré l'élaboration.

PERSONNE-RESSOURCE **Ryan Short**, collaborateur  
ryans@genesis-analytics.com | +27 82 349 0030  
[www.genesis-analytics.com](http://www.genesis-analytics.com)

**G:ENESIS**  
UNLOCKING VALUE