

A stylized logo consisting of a green letter 'G' followed by a colon ':', set against a black square background.

**LIBÉRER LE
POTENTIEL
DE L'AFRIQUE**

Les médias sociaux
au service des petites
entreprises en Afrique

RÉFÉRENCE DU DOCUMENT

Libérer le potentiel de l'Afrique:

les médias sociaux au service des petites entreprises en Afrique, projet de rapport

DATE

23 juin 2021

AUTEURS

Ryan Short, Ceri Scott, Emma Green, Mark Schoeman, Korstiaan Wapenaar, Emma Ruiters, Chloe von Widdern, Amreen Choda

En collaboration avec **IPSOS**

Luda Andriyevska, Vadim Volos, Samuel Adebayo

Conception réalisée avec le concours de **RBS Design Studio** (Reneé Bollen-Smith) **Beetroot Design** (Gerda Lombaard)

www.genesis-analytics.com

Ce rapport a été commandé par la société Facebook. Il a fait l'objet de recherches indépendantes par Genesis Analytics (Genesis) qui en a assuré l'élaboration.

Toutes les données utilisées dans ce rapport ont été collectées auprès de sources publiques ou sont des données tierces collectées par Ipsos pour le compte de Genesis aux fins de ce rapport. La société Facebook a fourni tous les documents relatifs aux études de cas. La société Facebook n'a fourni aucune donnée interne, encore moins des informations sensibles.

Les conclusions et recommandations de ce rapport sont celles de Genesis et sont basées sur les recherches effectuées.

FACEBOOK

Méthodologie de l'enquête

La société Facebook a chargé Ipsos de mener une étude quantitative dans huit pays d'Afrique subsaharienne afin :

D'identifier le **niveau d'adoption des médias sociaux** par les petites et moyennes entreprises dans chaque pays ;

D'évaluer l'**impact des applications Facebook** sur l'accès des entreprises au financement, aux marchés, aux informations et aux ressources de l'économie numérique ; et

D'évaluer l'**impact de la covid-19** sur l'utilisation des technologies numériques par les PME.

L'étude a été réalisée par Ipsos Public Affairs North America et Ipsos Nigeria. L'enquête auprès des petites et moyennes entreprises a été menée dans huit pays d'Afrique subsaharienne : la Côte d'Ivoire, la RDC, le Ghana, le Kenya, Maurice, le Nigeria, le Sénégal et l'Afrique du Sud. L'étude a été menée en ligne pour le Nigeria et l'Afrique du Sud et par téléphone en Côte d'Ivoire, en RDC, au Ghana, au Kenya, à Maurice et au Sénégal.

Méthodologie de la recherche

L'étude sur les petites et moyennes entreprises a interrogé 4 020 personnes dans huit pays.

Elle a ciblé des propriétaires d'entreprises, des cadres, des cadres supérieurs et des entrepreneurs travaillant seuls de 13 secteurs majeurs à travers la région et au sein d'entreprises de taille. Elle a ciblé des PME classées comme des sociétés privées ou des entreprises sociales ne comptant pas plus de 250 employés. Au Nigeria et en Afrique du Sud, l'étude a été réalisée en ligne, et en Côte d'Ivoire, en RDC, au Ghana, au Kenya, à Maurice et au Sénégal, elle a été réalisée par téléphone (ETAO).

Nombre d'entretiens, mode d'étude et couverture de l'échantillon				
Pays	Total des entretiens	Entreprise	Entrepreneurs travaillant seuls	Couverture de l'échantillon
Côte d'Ivoire	569	414	155	Zones métropolitaines
RDC	552	462	90	Zones métropolitaines
Ghana	527	412	115	Zones métropolitaines
Kenya	500	408	92	Zones métropolitaines
Maurice	312	252	60	Zones métropolitaines
Nigeria	501	421	80	À l'échelle nationale

Sénégal	534	433	101	Zones métropolitaines
Afrique du Sud	525	450	75	À l'échelle nationale
Total	4020	3252	768	

Ipsos a utilisé un échantillon ciblé de répondants provenant de panels d'entreprises et de consommateurs au Nigeria et en Afrique du Sud avec une couverture nationale dans les deux pays. En Côte d'Ivoire, en RDC, au Ghana, au Kenya, à Maurice et au Sénégal, Ipsos a utilisé des listes d'entreprises et de consommateurs, et a procédé au recrutement en face à face de répondants pour sélectionner les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises. L'échantillon a couvert les zones métropolitaines, y compris les banlieues et zones rurales des grands centres métropolitains. La durée des enquêtes au Nigeria et en Afrique du Sud était de 11 et 14 minutes, respectivement. Dans les pays ETAO, la durée moyenne était de 15 minutes. L'étude a été menée du 11 février au 8 mars 2021.

Mode d'étude par pays	
Pays	Mode
Côte d'Ivoire	Recrutement de contacts par ETAO et en face à face (pour les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises)
RDC	Recrutement de contacts par ETAO et en face à face (pour les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises)
Ghana	Recrutement de contacts par ETAO et en face à face (pour les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises)
Kenya	ETAO
Maurice	Recrutement de contacts par ETAO et en face à face (pour les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises)
Nigeria	En ligne
Sénégal	Recrutement de contacts par ETAO et en face à face (pour les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises)
Afrique du Sud	En ligne

Élaboration du questionnaire

Les principaux éléments du questionnaire ont été élaborés par Genesis Analytics et Ipsos, avec la contribution de Facebook Company. Ipsos a programmé, testé et traduit l'instrument d'enquête et a réalisé l'étude.

Dès réception du questionnaire final, Ipsos a programmé l'enquête pour qu'elle soit menée séparément en ligne et par ETAO. Les équipes des États-Unis et du Nigeria ont travaillé en étroite collaboration sur le script pour s'assurer que la logique était identique dans les deux modes. L'équipe du service client des États-Unis a testé les deux scripts, en ligne et par ETAO, pour s'assurer de la cohérence du script. Le questionnaire a été adapté en version utilisable par téléphone portable au Nigeria et en Afrique du Sud. L'instrument final a été traduit en français par un traducteur professionnel d'Ipsos. Une fois la programmation achevée, une équipe de chercheurs et de traducteurs d'Ipsos a testé l'enquête

(la version principale et la version française) en vérifiant chaque lien de l'enquête, l'enchaînement des questions, les liens entre les échantillons et les parodontées, les chronomètres et les différentes superpositions linguistiques.

Une fois l'enquête approuvée, un lancement progressif de 10 % de l'échantillon dans chaque pays a été effectué. Au cours de ce lancement, les données ont été vérifiées pour s'assurer qu'elles étaient correctement saisies et alignées sur l'instrument de l'enquête.

Les dates du lancement progressif étaient les suivantes :

10 février 2021 pour les pays ETAO en anglais, et

11 février 2021 pour les pays en ligne.

Une fois que tous les contrôles de données ont été examinés, vérifiés et approuvés, le lancement complet a été effectué. L'enquête sur le terrain a été menée en anglais au Ghana, au Kenya, au Nigeria, en Afrique du Sud et pour 7 % des répondants à Maurice, et en français au Sénégal, en Côte d'Ivoire et pour 93 % des répondants à Maurice.

Conception de l'échantillon

Dans les six marchés ETAO, une combinaison de listes d'entreprises et de listes de consommateurs ainsi que le recrutement en face à face ont été utilisés. En mode ETAO, Ipsos a ciblé les entreprises des zones métropolitaines, y compris les banlieues et les zones rurales des grands centres métropolitains.

a) Secteur d'activité

Ipsos a utilisé des quotas souples pour les secteurs d'activité des entreprises, en fixant 15 à 35 compléments par secteur d'activité. La liste des secteurs d'activité ciblés comprenait les suivants :

- Agriculture, sylviculture et pêche
- Mines et carrières
- Industrie manufacturière (matériaux de construction, produits en plastique, aliments, boissons, produits du tabac, machines, électronique, édition, impression et médias enregistrés, textiles, vêtements, meubles, matériels de transport)
- Services publics (production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné, production et distribution d'eau, assainissement et gestion des déchets)
- Construction
- Commerce de gros et de détail
- Transport et stockage
- Tourisme, hébergement et restauration (restaurants, restauration rapide, restauration de rue, marchés des denrées alimentaires)
- Services personnels (salons de coiffure, réparation de véhicules à moteur, nettoyage, sécurité)
- Services professionnels (informatique, conseil juridique, finance et assurance, immobilier)
- Éducation
- Santé et action sociale
- Arts et spectacles
- Autres, précisez [réponse ouverte]

b) Rôles des répondants dans l'entreprise

Les répondants ont été ciblés (dans le mode en ligne) et sélectionnés par une question filtre sur les niveaux d'admissibilité en matière de responsabilité et de titres :

- Haut cadre (travaillant pour quelqu'un)
- Cadre intermédiaire (travaillant pour quelqu'un)
- Indépendant/propriétaire de ma propre entreprise
- Fournir des biens et des services contre rémunération en dehors d'un emploi (comme une activité secondaire, un travail contractuel, un travail de nettoyage, etc.)

c) Travaillant seul

Les répondants qui, à la question ci-dessous, ont choisi « fournir des biens et des services contre rémunération en dehors d'un emploi » comme principal moyen de subsistance pour eux-mêmes ou leur famille ont été classés comme entrepreneurs travaillant seuls et microentreprises.

Parmi les éléments suivants, lequel considérez-vous comme votre principal moyen de subsistance ou celui de votre famille ?

- Mon emploi à temps plein
- Mon emploi à temps partiel
- Ma propre entreprise
- Mes services contre rémunération en dehors d'un emploi (comme une activité secondaire, un travail contractuel, un travail de nettoyage, etc.)

d) Taille de l'entreprise

Ensuite, un sous-ensemble de répondants provenant d'entreprises comptant moins de 250 employés (y compris les entreprises comprenant un propriétaire sans employés) a été sélectionné en utilisant le ciblage ainsi qu'une question filtre :

- 1 (entrepreneur travaillant seul)
- 2 à 10
- 11 à 50
- 51 à 100
- 101 à 150
- 151 à 200
- 201 à 250

e) Type d'entreprise

Les répondants éligibles ont été sélectionnés en fonction du type d'entreprise pour laquelle ils travaillent :

- Une entreprise ou une société à but lucratif
- Une entreprise sociale à but non lucratif

Au Nigeria et en Afrique du Sud, Ipsos a utilisé des quotas souples pour la région, le sexe et l'âge afin d'obtenir une bonne répartition régionale des entreprises ainsi qu'une représentation équilibrée du sexe et de l'âge.

Sources des échantillons

En ligne

Au Nigeria et en Afrique du Sud, Ipsos a utilisé des échantillons provenant de sources approuvées et privilégiées de panels d'entreprises et de consommateurs ayant obtenu des scores de haute qualité dans des études précédemment menées pour Ipsos. Voici la liste des fournisseurs de panels qu'Ipsos a utilisés sur les deux marchés en ligne.

Fournisseurs d'échantillons					
Pays	Base	AIP (B2B)	(B2B) sans frontières	Fulcrum (consommateur)	Ipsos iSay (consommateur)
Nigeria	501	X	X	X	X
Afrique du Sud	525	X	X	X	

ETAO

En ce qui concerne la partie ETAO de l'étude, Ipsos a utilisé une approche mixte pour recruter des répondants et améliorer le taux de réponse des entrepreneurs travaillant seuls et des microentreprises. Les sources des échantillons obtenus par ETAO sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Sources des échantillons et méthodes de recrutement	
Ghana	<p>Échantillon tiré de plusieurs sources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contacts B2B d'Ipsos issus d'études précédentes - Annuaire d'entreprises en ligne - Recrutement en face à face d'entrepreneurs travaillant seuls et de microentreprises - Recommandations ou effet boule de neige à partir de contacts existants - Recherche d'entreprises en ligne sur Facebook et Instagram (moins de 5 % de l'échantillon total).
Sénégal	<p>Échantillon tiré de plusieurs sources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contacts B2B d'Ipsos issus d'études précédentes - Annuaire d'entreprises en ligne - Pré-recrutement physique d'entrepreneurs travaillant seuls et de microentreprises dans différents quartiers des villes - Pré-recrutement aléatoire en ligne (internet)
Côte d'Ivoire	<p>Échantillon tiré de plusieurs sources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contacts B2B d'Ipsos issus d'études précédentes - Annuaire d'entreprises en ligne - Pré-recrutement aléatoire en ligne - Pré-recrutement en face en face d'entrepreneurs travaillant seuls et de microentreprises dans différents quartiers des villes

RDC	Échantillon tiré de plusieurs sources : <ul style="list-style-type: none"> - La liste de la Fédération des entreprises du Congo (version 2015) - Dernier recensement effectué par l'annuaire d'entreprises en ligne de l'Institut national de la Statistique - Bases de données B2C existantes pour cibler les entrepreneurs travaillant seuls et les microentreprises.
Kenya	Échantillon tiré des bases de données internes d'Ipsos Kenya sur les entreprises et les consommateurs
Maurice	Échantillon tiré de plusieurs sources : <ul style="list-style-type: none"> - Contacts existants et bases de données provenant d'études B2B et B2C antérieures. - Recrutement en face à face d'entrepreneurs travaillant seuls et de microentreprises

Collecte des données

Mode en ligne

Pour l'enquête en ligne, de multiples répétitions de l'échantillon sortant ont été déployées tout au long de la période de terrain afin que les quotas souples soient atteints de manière appropriée et que l'échantillon total dans chaque pays comprenne des répondants précoces et tardifs ainsi que des répondants en semaine et le week-end. Cette procédure a permis aux panélistes ayant des modes de vie et des emplois du temps différents d'avoir une chance de répondre.

Pendant le lancement progressif, dix pour cent de l'échantillon a été déployé. Une fois que 30 entretiens ont été réalisés pour chaque pays, un processus de validation de contrôle qualité en direct a été mis en place. Au cours de ce processus, l'équipe d'assurance qualité d'Ipsos a vérifié la logique du questionnaire, la durée de l'entretien, et s'est assurée que les quotas étaient correctement remplis.

La progression de la collecte des données a été contrôlée pour des groupes de répondants sélectionnés dans chaque pays, en surveillant spécifiquement les quotas souples et l'utilisation des produits Facebook par les entreprises. Les résultats, les interruptions, les abandons et les quotas ont été vérifiés visuellement chaque jour, et des ajustements ont été apportés à l'échantillon et aux quotas, si nécessaire, afin de s'assurer que l'équipe atteignait les objectifs fixés pour la réalisation de l'enquête. La durée de l'entretien a également été examinés et surveillés.

Mode ETAO

Les équipes de chaque pays ont déployé un système de composition aléatoire (CA) pour sélectionner un répondant. Les entretiens téléphoniques par CA font référence à un ensemble de techniques permettant de tirer un échantillon de contacts à partir d'une base ou d'un ensemble de numéros de téléphone. Ces numéros sont échantillonnés de manière aléatoire, souvent avec une probabilité égale d'admissibilité dans l'échantillon.

Le recrutement de l'entrepreneur travaillant seul et de la microentreprise comprenait la méthode boule de neige, les communautés en ligne via les groupes de messagerie et autres bases de données B2C, et des visites physiques dans des secteurs aléatoires pour pré-recruter des individus. En tant que tels, ces répondants pourraient être biaisés par rapport aux utilisateurs en ligne qui utilisent davantage les applications Facebook.

Le taux de coopération pour chaque pays est présenté ci-dessous :

Catégorie	Ghana	Sénégal	Côte d'Ivoire	RDC	Kenya	Maurice
Nombre d'entreprises contactées	1 805	3 204	5 690	3 365	1 087	855
Nombre de refus	577	1 570	3 080	1 701	152	233
Nombre de répondants jugés inadmissibles	554	1 045	2 012	1 000	305	200
Nombre de répondants qualifiés mais n'ayant pas répondu à l'enquête	60	45	25	89	118	110
Nombre d'entretiens réalisés	570	534	569	575	512	312
Nombre d'entretiens supprimés par le CQ	44	10	4	-	-	-
Nombre d'entretiens inclus dans l'ensemble de données	570	534	569	552	512	312

Procédures de travail sur le terrain

Au total, 4 020 entretiens ont été réalisés auprès de petites et moyennes entreprises dans huit pays. Ipsos a réalisé l'étude sur les PME entre le 11 février et le 8 mars 2021. Les dates de déploiement de l'enquête dans chaque pays sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Pays	Période de déploiement de l'enquête
Côte d'Ivoire	Du 16 février au 3 mars 2021
RDC	Du 15 février au 5 mars 2021
Ghana	Du 10 février au 1 mars 2021
Kenya	Du 10 février au 1 mars 2021
Maurice	Du 12 février au 3 mars 2021
Nigeria	Du 11 février au 4 mars 2021
Sénégal	Du 18 février au 2 mars 2021
Afrique du Sud	Du 11 février au 4 mars 2021

Défis liés au déploiement de l'enquête

Le principal défi lié au déploiement de l'enquête a été la durée plus longue des entretiens pour les utilisateurs des applications Facebook utilisant Facebook et WhatsApp. Certains répondants qui utilisaient plusieurs applications Facebook ont estimé que le questionnaire était assez répétitif pour des questions spécifiques sur WhatsApp, Instagram et Facebook, et les entretiens n'ont pas été menés à terme. Ces entretiens n'ont pas été inclus dans l'ensemble de données final.

La durée des entretiens a été influencée par les facteurs suivants :

Les retards de communication et les lenteurs du réseau : Certains répondants ont pris plus ou moins de temps en raison de retards de communication ou de lenteur du réseau pendant les appels. Lors des entretiens plus longs, de nombreuses questions ont été répétées.

La facilité de compréhension des questions posées par les répondants : Pour certains répondants, plusieurs questions étaient difficiles à comprendre et ont dû être répétées.

Le segment des utilisateurs : Les entretiens étaient plus courts pour les non-utilisateurs de médias sociaux que pour les utilisateurs de médias sociaux ou de l'application Facebook.

L'heure de l'appel : Certains répondants étaient plus réceptifs pour répondre à l'enquête plus tard dans la journée de travail ou pendant le week-end. Les équipes ont constaté une moindre coopération des répondants pendant les heures de travail

COORDONNÉES

Genesis Analytics (Pty) Ltd

Bureau 3, 50 Sixth Road, Hyde Park, **Afrique du Sud**
4^e étage, Silverstream House, 45 Fitzroy Street, Fitzrovia, **Londres**
3^e étage, Maryland Mall, 350 Ikorodu Road, Maryland, **Lagos**
4^e étage, West Park Suites, Ojijo Road, Parklands, **Nairobi**
26 Thornhill Avenue, M6S 4C5, **Toronto**
Africa Works, Immeuble Le7, Rue du 7 Décembre, **Abidjan**

PERSONNE-RESSOURCE

Ryan Short, collaborateur

ryans@genesis-analytics.com

+27 82 349 0030

www.genesis-analytics.com

