



ÉTUDIER LES MPME ET LA PRÉPARATION AU NUMÉRIQUE AVEC LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE META

MPME Note de recherche #5



TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	4
INTRODUCTION	4
1. OBJECTIFS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET OBSTACLES À LEUR ADOPTION	5
1.1 L'utilisation de plates-formes numériques reste faible dans les MPME par rapport aux grandes entreprises, en particulier dans les PMA.	5
1.2 Les MPME en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie font état de niveaux relativement moins élevés d'utilisation des plates-formes numériques par rapport aux autres régions.	7
1.3 Les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont plus souvent recours aux plates-formes numériques que les MPME détenues ou dirigées par des hommes.	8
1.4 Les principales utilisations des plates-formes numériques sont la publicité et la communication.	10
1.5 Les deux principaux obstacles à l'adoption de plates-formes numériques sont l'insuffisance des compétences techniques et le coût des frais connexes.	12
1.6 Près de la moitié des entreprises indiquent qu'elles suivent des formations pour améliorer l'adoption de technologies, tandis qu'on observe des taux moins élevés parmi les MPME et les femmes.	14
2. NUMÉRISATION ET COMMERCE INTERNATIONAL	18
2.1 Les entreprises qui participent au commerce international sont plus nombreuses à déclarer utiliser les plates formes numériques, notamment parmi les microentreprises.	18
2.2 Les entreprises participant au commerce international déclarent avoir davantage recours à la formation pour améliorer leurs compétences technologiques.	19
CONCLUSION	22
BIBLIOGRAPHIE	23
ANNEXE	26
Description des données: enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022	26

Avertissement

Les opinions exprimées dans cette note de recherche sont celles des auteurs. Elles ne représentent pas les positions ou les opinions de l'OMC ou de ses Membres, et elles sont sans préjudice des droits et des obligations des Membres dans le cadre de l'OMC. Les auteurs sont seuls responsables en cas d'erreur.

ÉTUDIER LES MPME ET LA PRÉPARATION AU NUMÉRIQUE AVEC LES DONNÉES DE L'ENQUÊTE META

POINTS PRINCIPAUX

L'utilisation d'une ou plusieurs plates-formes numériques en plus de Facebook est très répandue parmi toutes les MPME qui utilisent Facebook, avec un taux de 87% dans l'ensemble des régions. Cependant, les écarts selon le niveau de développement révèlent des différences persistantes dans l'accès aux technologies numériques.

Les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook affichent un niveau de participation plus élevé sur les plates-formes numériques. En moyenne, 89% des MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont recours à des plates-formes numériques pour leur activité, contre 86% pour les MPME détenues ou dirigées par des hommes.

Les micro et petites entreprises qui utilisent Facebook indiquent que la publicité est le premier motif pour lequel elles ont recours aux plates-formes numériques, tandis que les moyennes et grandes entreprises privilégient la "communication". Parmi les MPME utilisant Facebook dont l'activité s'exerce dans le domaine du commerce international, la vente et l'achat de biens et de services constitue la principale raison qui les incite à utiliser les plates-formes numériques.

RÉSUMÉ

La numérisation est importante pour accroître le commerce, qu'il soit national ou international, et pour améliorer l'accès des MPME aux marchés internationaux (Lopez et al. 2023; Añón Higón et Bovin, 2023). À partir des données issues de l'enquête Future of Business (Fob) conduite par Meta en mars 2022 dans 103 économies, qui reposent sur les réponses de 161 904 administrateurs de pages Facebook, la présente note de recherche fournit des éclairages sur la préparation au numérique de ces MPME, mettant en relief les écarts qui existent en matière d'adoption du numérique selon les régions, le genre et la taille des entreprises. Elle présente les principaux objectifs que vise l'utilisation des plates-formes numériques dans les entreprises, notamment la publicité et la communication, ainsi que les difficultés que rencontrent les MPME pour utiliser ces outils, par exemple l'insuffisance des compétences techniques et les frais liés à l'utilisation des plates-formes. Les données révèlent que les MPME qui utilisent Facebook, en particulier dans les PMA et dans les économies en développement, utilisent moins les plates-formes numériques que les entreprises plus grandes. Pour ce qui est des écarts entre régions, les MPME en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie affichent également un recours aux plates-formes numériques moins élevé que dans d'autres régions. Par ailleurs, la recherche montre la mobilisation active des MPME dans les PMA et les économies en développement afin de recevoir des formations pour améliorer leurs compétences numériques, tout en soulignant les écarts selon le genre puisque, dans les MPME utilisant Facebook, les femmes accusent un retard sur les hommes.

INTRODUCTION¹

Les technologies numériques et les plates-formes en ligne ont transformé la manière dont les entreprises fonctionnent, en leur offrant une gamme variée de possibilités permettant aux MPME de participer au commerce international. Parmi ces applications figurent des plates-formes de commerce en ligne transfrontières, des chaînes de médias sociaux consacrées à la publicité et à la communication, des sites Web permettant d'établir une présence en ligne, et des technologies innovantes pour le développement de produits et services (OCDE, 2021a; CNUCED, 2021; Banque mondiale, 2021; OMC, 2018; CNUCED, 2017). En outre, les MPME peuvent tirer parti de technologies financières telles que les systèmes de paiement numérique afin de faciliter les paiements transfrontières, ou les plates-formes d'analyse de mégadonnées pour optimiser les solutions de financement (OMC, ICC et Trade Finance Global, 2021). D'autres technologies numériques avancées, comme les chaînes de blocs, une technologie des registres numérique et décentralisée, offrent des avantages aux MPME en réduisant les coûts du commerce, en renforçant la confiance et la transparence dans les chaînes de valeur et en améliorant la gestion des chaînes d'approvisionnement (OMD et OMC, 2022; Ganne, 2018).

Bien que les technologies numériques offrent de nombreux avantages, elles présentent aussi diverses difficultés. Ainsi, la "fracture numérique" entre économies de niveaux de développement différents constitue un obstacle considérable pour la nouvelle économie numérique, car l'accès limité à Internet, les bandes passantes plus faibles et l'insuffisance des compétences techniques dans les économies en développement et dans les PMA entravent la capacité des entreprises à participer pleinement dans l'arène numérique mondiale (OMC et Banque mondiale, 2019). En outre, par comparaison avec les grandes entreprises, les MPME rencontrent davantage de difficultés à s'emparer des technologies numériques et à les utiliser, principalement en raison de pénuries de compétences, de pratiques d'encadrement inadéquates et d'une main-d'œuvre limitée (OCDE, 2017).

Malgré l'importance croissante de la transformation numérique dans les MPME et ses effets sur le commerce international, les recherches existantes ne permettent pas de donner une compréhension détaillée de l'adoption des technologies numériques dans les MPME aux économies, régions et niveaux de développement variables. Pour combler cette lacune, cette note de recherche s'appuie sur l'enquête Future of Business (FoB) que Meta a conduite en mars 2022 dans 103 économies de différents niveaux de développement (voir l'annexe pour les données et les détails méthodologiques²).

¹ La note a été établie par Emmanuelle Ganne, Kathryn Lundquist et Xuting Zhou, Division de la recherche économique et des statistiques de l'OMC.

² L'enquête Future of Business de Meta utilise des réponses pondérées pour représenter la population des petites et moyennes entreprises sur Facebook. Voir l'annexe pour plus de détails.

Cette note de recherche est la deuxième note d'une série en deux parties qui vise à étudier la numérisation parmi les MPME et leurs opérateurs.³ Cette série s'inscrit dans le cadre des Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2023 qui utilisent la même série de données pour étudier les MPME dans les économies de l'OCDE. Les conclusions de cette note sont fondées sur l'ensemble des 161 904 réponses provenant de 31 économies développées, 55 économies en développement et 17 pays moins avancés (PMA) selon la définition de la CNUCED (l'annexe contient des renseignements supplémentaires sur l'enquête et les économies concernées). L'enquête FoB est une enquête transversale consistant en questions rédigées conjointement par la Banque mondiale et l'OCDE et visant à étudier les incidences des événements présentant un caractère d'actualité. Contrairement à la base de données Commerce par caractéristique d'entreprise de l'OCDE, qui contient des renseignements sur plusieurs années concernant les MPME de certaines économies développées, ou aux Enquêtes sur les entreprises de la Banque mondiale, qui ne concernent qu'un échantillon d'économies principalement développées pour une année donnée, la FoB est une enquête ponctuelle visant des administrateurs de pages Facebook dans les économies développées et en développement ainsi que dans les PMA, et fournit ainsi un large échantillon de réponses à diverses questions liées à l'actualité ou à des sujets de recherche présentant un intérêt particulier à tel ou tel moment. Schneider remarque qu'en dépit du fait que «dans certains pays, nous avons une bonne connaissance des caractéristiques démographiques des dirigeants d'entreprise qui n'utilisent pas Facebook par secteur, genre et âge, [...] nous ne disposons pas de ces données pour la plupart des pays», ce qui explique que les conclusions de l'enquête soient censées être représentatives de la catégorie des administrateurs de pages Facebook, dont Meta possède une bonne connaissance (2020) (voir l'annexe 1). Dès lors, toutes les conclusions exposées dans cette note font référence à cette catégorie des utilisateurs de Facebook, en partant du principe qu'il peut exister des biais de sélection dans les entreprises qui ont une page Facebook, par exemple en ce qui concerne leurs capacités, leurs ressources ou les caractéristiques démographiques de leurs détenteurs.

L'enquête de Meta utilise 8 catégories différentes pour classer les entreprises par taille, depuis l'entrepreneuriat individuel jusqu'aux grandes sociétés de plus de 500 salariés. La présente note de recherche remanie ce classement en utilisant les catégories suivantes: microentreprises de moins de 10 salariés, petites entreprises de 10 à 49 salariés, moyennes entreprises de 50 à 249 salariés et grandes entreprises de 250 salariés et plus.

Le document est divisé en deux sections. La première présente un aperçu des objectifs et de l'emploi des technologies numériques par les MPME utilisant Facebook selon le niveau de développement économique, la région et le genre, ainsi que les principaux usages et obstacles à leur adoption. La deuxième porte sur la numérisation et le commerce international dans les MPME utilisant Facebook. Le document s'achève par les principales conclusions et leurs éventuelles conséquences en matière de politiques publiques.

1. OBJECTIFS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET OBSTACLES À LEUR ADOPTION

1.1 L'utilisation de plates-formes numériques reste faible dans les MPME par rapport aux grandes entreprises, en particulier dans les PMA.

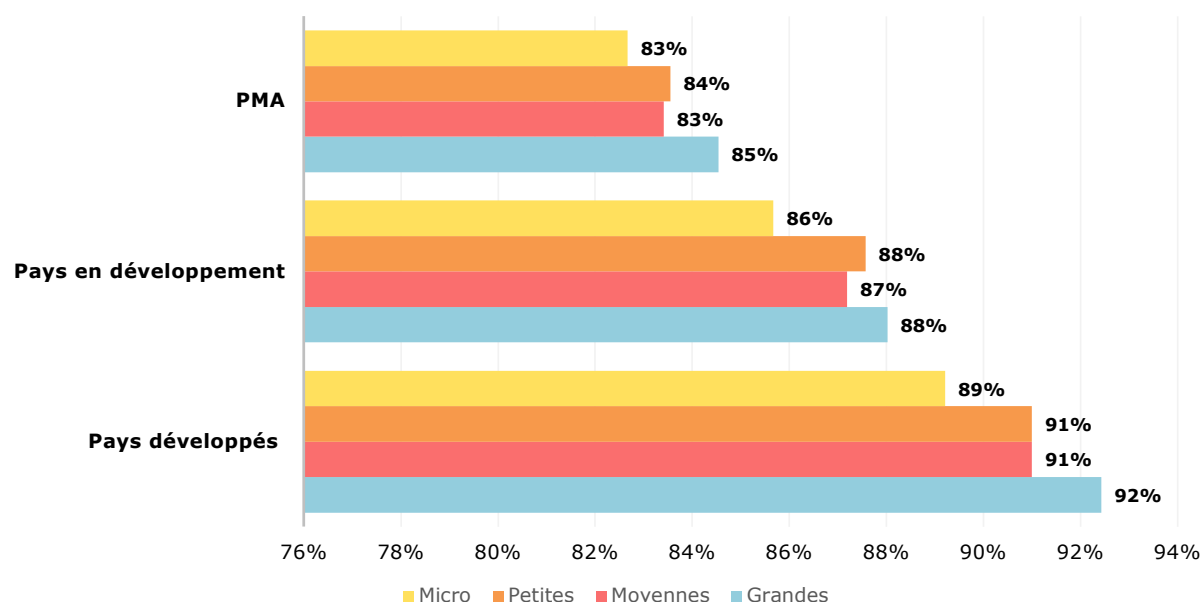
Les plates-formes numériques en ligne peuvent s'entendre au sens d'entreprises actives sur des marchés bifaces (ou multifaces), qui utilisent le Web pour permettre des interactions entre au moins deux groupes distincts mais interdépendants d'utilisateurs de façon à créer de la valeur pour au moins l'un des groupes" (Commission européenne, 2015). Parmi ces plates-formes figurent notamment les moteurs de recherche généralistes, les outils de recherche spécialisés, les répertoires ou cartes d'entreprises fondés sur leur localisation, les agrégateurs d'informations, les places de marché en ligne, les plates-formes de produits audiovisuels et musicaux, les plates-formes de partage de vidéos, les systèmes de paiement, les réseaux sociaux et les boutiques d'applications. La question posée dans l'enquête de Meta contient une liste complète d'options permettant de décrire l'utilisation que font les entreprises des plates-formes numériques, notamment les plates-formes en ligne qui facilitent les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques, y compris la publicité, la communication, la vente et l'achat de biens ou de services (dont le commerce en ligne et la fourniture de services), le versement et la perception de paiements, les interactions avec l'administration publique et le développement de produits ou de services. En réalité, Facebook est en soi une plate-forme numérique qui permet bon nombre de ces mêmes interactions et services pour ses propres utilisateurs.

3 Voir «Note de recherche n°4, Examen de la répartition des MPME et de leur participation au commerce international grâce aux données d'enquête de Meta» pour la première partie de cette recherche en deux volets.

L'adoption d'une ou plusieurs plates-formes numériques (en plus de Facebook) parmi les utilisateurs de Facebook atteint un taux général de 87%,⁴ mais il existe de fortes disparités selon le niveau de développement. Dans les économies développées, les entreprises affichent des taux d'adoption élevés, les grandes entreprises figurant en tête du classement avec 92%, suivies de près par les petites et moyennes entreprises avec 91%. Même les microentreprises qui utilisent Facebook ont un taux d'adoption supérieur à la moyenne, à 89%. Dans les économies en développement, les taux d'adoption demeurent relativement élevés, quoique légèrement inférieurs à ceux des économies développées. Dans les PMA, les entreprises de toutes tailles qui utilisent Facebook affichent des taux d'adoption inférieurs à la moyenne: 85% pour les grandes entreprises et environ 83-84% pour les micro, petites et moyennes entreprises (voir le graphique 1; voir le tableau 1 de l'annexe pour la classification des niveaux de développement).

L'adoption d'une ou plusieurs plates-formes numériques (en plus de Facebook) parmi les utilisateurs de Facebook atteint un taux général de 87%.

Graphique 1. Part des administrateurs de pages Facebook utilisant des plates-formes numériques supplémentaires, par taille et par niveau de développement



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse: "1": "Publicité"; "2": "Communication"; "3": "Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services)"; "4": "Versement ou perception de paiements"; "5": "Interactions avec les administrations publiques"; "6": "Développement de produits ou de services"; "7": "Autre raison ne figurant pas ci-dessus"; "8": "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques"). Les données figurant dans ce graphique sont calculées en soustrayant le pourcentage des réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" du nombre total de réponses.

Ces résultats montrent qu'une fracture numérique persiste entre les MPME et les grandes entreprises, ainsi qu'entre régions de niveaux économiques différents.⁵ C'est conforme aux recherches antérieures qui indiquent que l'écart en matière d'adoption des technologies entre les MPME et les grandes entreprises persiste en raison de facteurs tels que l'insuffisance des investissements dans la recherche-développement, les compétences numériques, et l'innovation concernant l'organisation et les processus (OCDE, 2018). Il est essentiel de combler la fracture numérique entre les MPME et les grandes entreprises, quel que soit leur niveau de développement, et il faut pour ce faire déployer des efforts ciblés pour mobiliser les ressources, la formation et le soutien qui donneront aux MPME l'autonomie nécessaire pour s'emparer avec succès des technologies numériques et pour en tirer utilement parti.

⁴ Le taux d'utilisation des plates-formes numériques n'est pas de 100% parce qu'il arrive que certaines entreprises n'aient fait que s'enregistrer et créer une page professionnelle sans utiliser activement les fonctions de la plate-forme numérique.

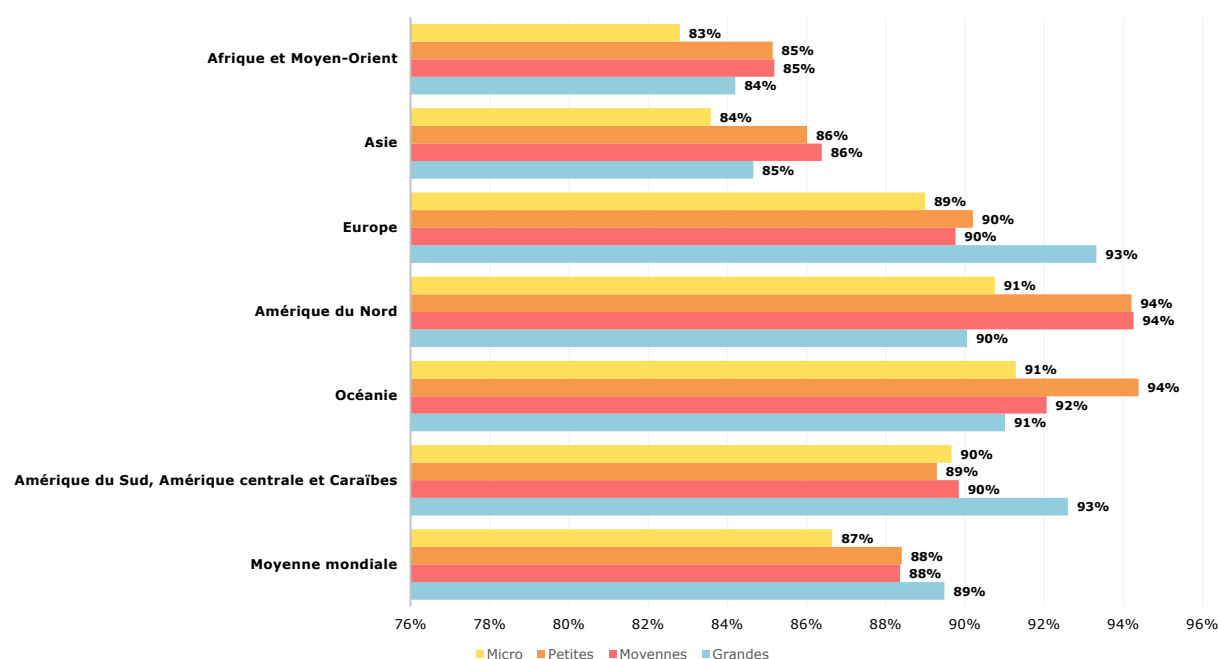
⁵ Il est à noter qu'en dépit de cet écart entre les niveaux d'utilisation des plates-formes numériques par les entreprises, les entreprises qui utilisent Facebook, quel que soit le niveau de développement de leur économie, affichent – ce n'est pas surprenant – des niveaux plus élevés de connectivité numérique. Selon les statistiques 2021 de l'UIT portant sur 101 économies qui recoupent en partie les économies visées dans la présente analyse (le Myanmar et l'Inde ne figurent pas dans la série 2021), la part des «particuliers utilisant Internet» est de 90% dans les économies développées, 74% dans les économies en développement et 33% seulement dans les PMA.

1.2 Les MPME en Afrique, au Moyen-Orient et en Asie font état de niveaux relativement moins élevés d'utilisation des plates-formes numériques par rapport aux autres régions.

Il existe également des écarts notables d'utilisation des plates-formes numériques selon les régions. À titre de comparaison, les administrateurs de pages Facebook en Asie, en Afrique et au Moyen Orient ont des taux d'utilisation des plates-formes numériques relativement plus faibles, notamment parmi les MPME, à environ 83%, et les microentreprises sont celles qui affichent le taux le plus faible (voir le graphique 2). Lorsqu'on examine les MPME sur une carte, les différences régionales sont encore plus nettes: l'Amérique du Nord et l'Océanie connaissent les taux d'utilisation les plus élevés parmi les entreprises utilisant Facebook, avec 92%, puis viennent l'Amérique du Sud, l'Amérique centrale et les Caraïbes, à 90% (voir le graphique 3). L'écart constaté dans ces régions est le résultat d'une adoption limitée d'Internet en raison de problèmes liés aux infrastructures, aux coûts et à la disponibilité des services (UIT, 2022). Ainsi, plusieurs études récentes ont montré qu'en Afrique, les services d'accès fixe à Internet destinés aux entreprises sont lents et coûteux, et que le choix est réduit. En Afrique subsaharienne, les PME dépendent principalement de services d'accès mobile à Internet ou de routeurs mobiles sans fil, qui proposent généralement des vitesses de connexion moins rapides que la connexion par la fibre et qui plafonnent le volume des données (Begazo et al., 2023).

L'Amérique du Nord et l'Océanie connaissent les taux d'utilisation les plus élevés parmi les entreprises utilisant Facebook, avec 92%, puis viennent l'Amérique du Sud, l'Amérique centrale et les Caraïbes, à 90%.

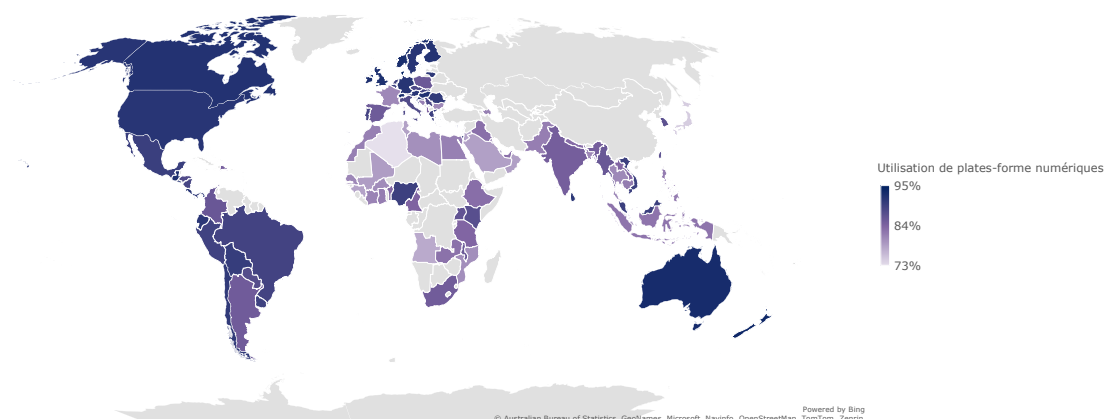
Graphique 2. Utilisateurs de Facebook ayant indiqué utiliser d'autres plates-formes numériques, par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse:"1":Publicité;"2":Communication;"3":Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services);"4":Versement ou perception de paiements;"5":Interactions avec les administrations publiques;"6":Développement de produits ou de services;"7":Autre raison ne figurant pas ci-dessus;"8":L'entreprise n'utilise pas les plates formes numériques"). Les données figurant dans ce graphique sont calculées en soustrayant le pourcentage des réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" du nombre total de réponses.

Graphique 3. MPME utilisant Facebook et ayant indiqué utiliser d'autres plates-formes numériques



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse:"1":Publicité;"2":Communication;"3":Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services);"4":Versement ou perception de paiements;"5":Interactions avec les administrations publiques;"6":Développement de produits ou de services;"7":Autre raison ne figurant pas ci-dessus;"8":L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques"). Les données figurant dans ce graphique sont calculées en soustrayant le pourcentage des réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" du nombre total de réponses. Aucune donnée disponible pour les zones en gris. La présentation géographique est générée par Microsoft à partir de sources originales provenant du Bureau australien des statistiques, de GeoNames, de Navinfo, d'OpenstreetMap, de TomTom, et de Zenrin.⁶

Même au sein d'une même région, l'adoption de plates-formes numériques supplémentaires parmi les utilisateurs de Facebook fait apparaître des écarts importants d'une économie à l'autre. En règle générale, les économies européennes affichent des taux d'adoption plus élevés, le Danemark se classant premier avec 95%, suivi par la Suisse, la Norvège, le Royaume-Uni et l'Irlande à 93%. La France, en revanche, a un taux d'adoption moins élevé, à 81%. En Afrique et au Moyen-Orient, on enregistre de forts écarts d'utilisation des plates-formes numériques parmi les MPME utilisant Facebook entre différentes économies. Ainsi, le Nigéria, le Kenya et l'Ouganda se distinguent par des taux d'adoption respectifs de 90%, 88% et 87%, tandis que l'Algérie, le Liban et l'Angola affichent des taux plus faibles, tous inférieurs à 78%. De même en Asie, Sri Lanka, Singapour, la Malaisie et le Viet Nam ont des taux d'adoption élevés, supérieurs à 90%, tandis que le Japon connaît un taux relativement plus faible, à 74% (voir le tableau 2 de l'annexe pour les statistiques complètes).

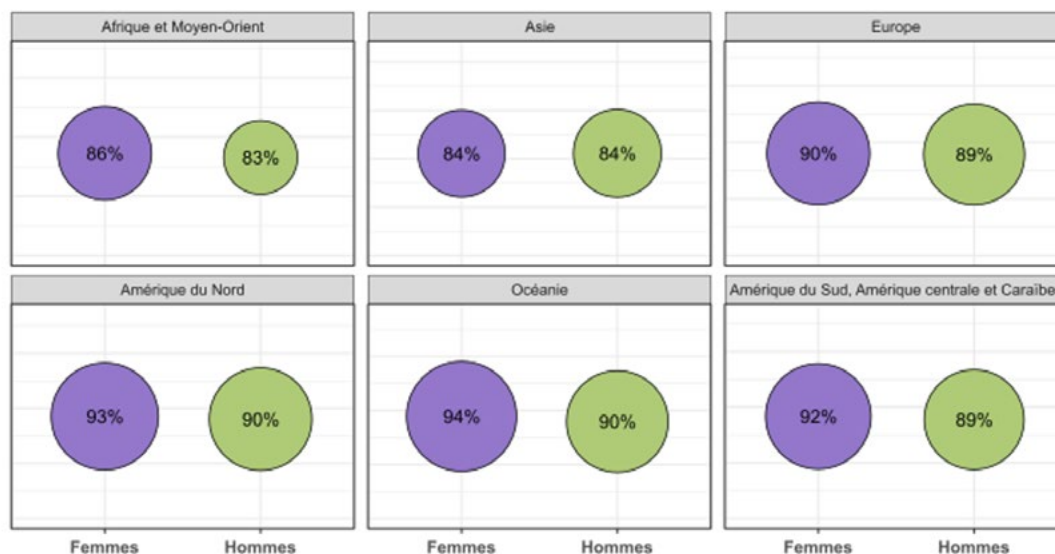
1.3 Les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont plus souvent recours aux plates-formes numériques que les MPME détenues ou dirigées par des hommes.

Les données révèlent que les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont un taux de participation sur les plates-formes numériques légèrement plus élevé. En moyenne, 89% des MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont recours à des plates-formes numériques dans le cadre de leur activité afin de faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers et les administrations publiques, contre 86% des MPME détenues ou dirigées par des hommes. En Afrique et au Moyen-Orient, 86% des MPME dirigées par des femmes et utilisant Facebook et 83% des sociétés dirigées par des hommes utilisent des plates-formes numériques dans le cadre de leur activité. En Océanie, le taux d'utilisation parmi les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook est aussi relativement plus élevé, à 94%, par rapport au taux de 90% des MPME détenues ou dirigées par des hommes. De même en Amérique du Nord, en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes, les MPME détenues ou dirigées par des femmes affichent un taux d'utilisation légèrement plus élevé de 3%. La seule exception est l'Asie, où des taux d'utilisation similaires sont observés pour les femmes comme pour les hommes, à savoir 84% (voir le graphique 4).

Les MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont un taux de participation sur les plates-formes numériques légèrement plus élevé. En moyenne, 89% des MPME détenues ou dirigées par des femmes et utilisant Facebook ont recours à des plates-formes numériques dans le cadre de leur activité contre 86% des MPME détenues ou dirigées par des hommes

⁶ Les renseignements présentés dans la carte qui figure dans cette note de recherche, y compris les tracés de frontières, les couleurs et autres détails, n'impliquent aucun jugement ni aucune reconnaissance quant au statut juridique de tout territoire, ni aucune acceptation du tracé des frontières en question.

Graphique 4. MPME utilisant Facebook et ayant indiqué utiliser des plates-formes numériques, par genre et par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse:"1":Publicité;"2":Communication;"3":Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services);"4":Versement ou perception de paiements;"5":Interactions avec les administrations publiques;"6":Développement de produits ou de services ;"7":Autre raison ne figurant pas ci-dessus;"8":L'entreprise n'utilise pas les plates formes numériques"). Les données figurant dans ce graphique sont calculées en soustrayant le pourcentage des réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" du nombre total de réponses.

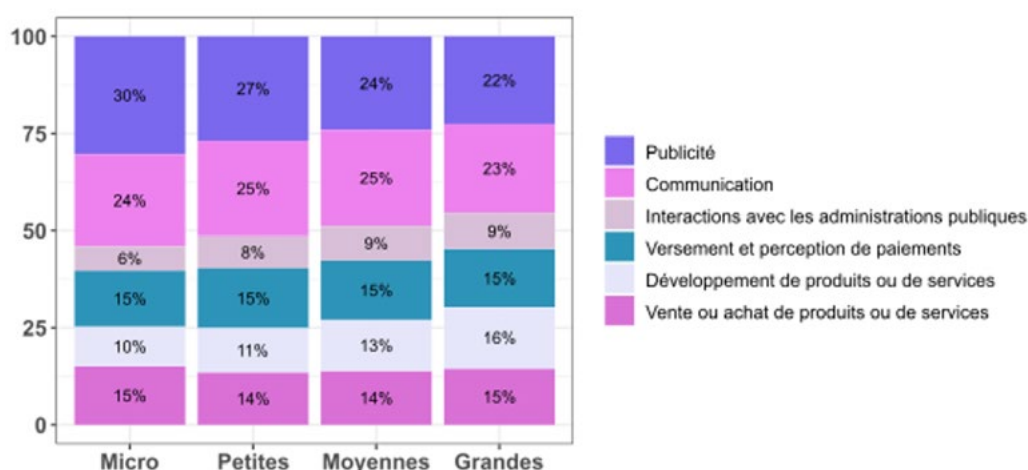
D'autres études ont également constaté une prévalence de l'adoption d'outils numériques plus élevée chez les femmes que chez les hommes, en particulier durant la pandémie de COVID-19 (GEM, 2023). La prévalence relative de l'utilisation des plates-formes numériques par les femmes peut être étroitement liée aux avantages qu'elles peuvent en tirer, notamment en matière de facilitation des échanges et de promotion des entreprises, comme le montrent des études de la Banque mondiale et de la SFI. Un rapport de la Banque mondiale (2021) révèle que la connexion technologique donne aux femmes les moyens de surmonter les contraintes que connaissent les entreprises, facilite la communication, élargit l'accès aux marchés, permet des horaires de travail flexibles et encourage les possibilités de travail à distance. En participant aux formations, aux programmes d'économies, aux réseaux de pairs et au mentorat sur des plates-formes en ligne, les femmes peuvent surmonter les limites géographiques et temporelles, renforçant ainsi leurs initiatives entrepreneuriales. Selon une autre étude de la SFI (2021) qui repose sur des données de plates-formes en Afrique, la participation des femmes au commerce électronique est significative, étant favorisée par des retombées telles que la "flexibilité" et "la possibilité de compléter les revenus existants", ce qui indique que les femmes utilisent le commerce électronique pour surmonter les obstacles entravant leur taux d'activité et pour atteindre l'égalité de revenus. En outre, l'étude souligne que la réduction de l'écart de revenus entre les hommes et les femmes sur les plates formes de commerce électronique pourrait avoir de fortes répercussions économiques, ajoutant potentiellement près de 15 milliards de dollars à la valeur globale du marché africain du commerce électronique. Cependant, il convient de noter que les marchés du commerce électronique impliquent des coûts de mise en conformité en matière d'emballage et de retours, par exemple, qui ne constituent pas toujours une option présentant un bon rapport coût-efficacité pour les MPME qui vendent, et que les ventes en ligne induisent des coûts supplémentaires pour les femmes entrepreneurs (der Boghossian et Bahri, 2023).

1.4 Les principales utilisations des plates-formes numériques sont la publicité et la communication.

Les résultats de l'enquête montrent que les entreprises de toutes tailles qui utilisent Facebook ont principalement recours aux plates-formes numériques pour la publicité et la communication. En moyenne, la publicité est l'option la plus souvent retenue et représente 28% du total des réponses, suivie par la communication, qui en représente 24%. En examinant ces réponses de manière plus détaillée en fonction de la taille des entreprises, on constate que les micro et petites entreprises qui utilisent Facebook indiquent que la publicité est la principale raison pour laquelle elles utilisent les plates-formes numériques, tandis que les moyennes et grandes entreprises privilégient la communication. Après la publicité et la communication, les priorités varient en fonction de la taille des entreprises. Parmi les microentreprises, la réponse "vente et achat de produits ou de services" se classe au troisième rang des objectifs cités. Pour les petites et moyennes entreprises qui utilisent Facebook, "verser ou percevoir des paiements" est le troisième objectif le plus important, représentant entre 14 et 15% des réponses. S'agissant des grandes entreprises, le "développement de produits ou de services" est la troisième priorité principale (voir le graphique 5).

Micro et petites entreprises qui utilisent Facebook indiquent que la publicité est la principale raison pour laquelle elles utilisent les plates-formes numériques, tandis que les moyennes et grandes entreprises privilégient la communication.

Graphique 5. Usages déclarés des plates-formes numériques, par taille d'entreprise



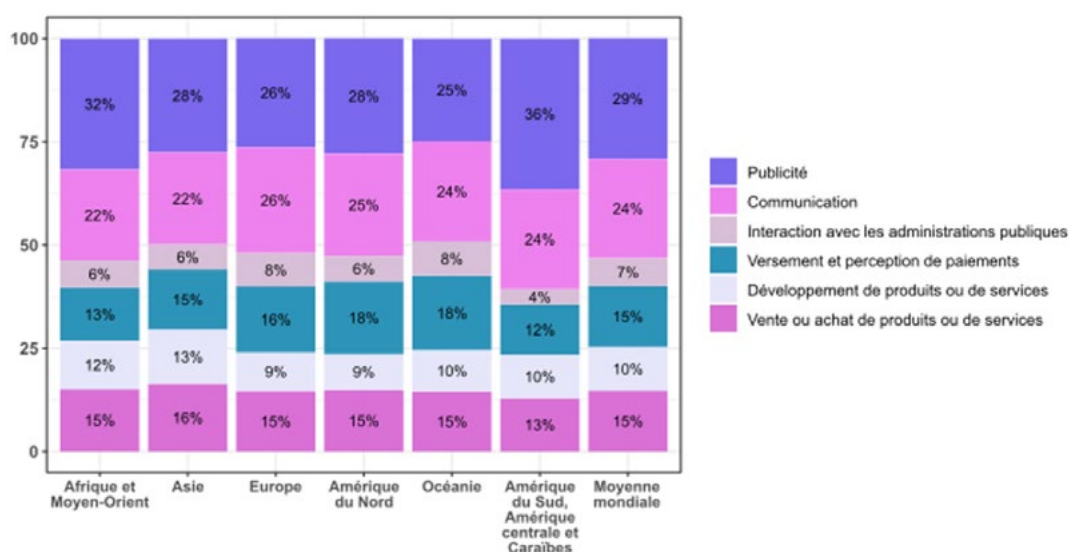
Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse:"1":Publicité;"2":Communication;"3":Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services);"4":Versement ou perception de paiements;"5":Interactions avec les administrations publiques;"6":Développement de produits ou de services;"7":Autre raison ne figurant pas ci-dessus;"8":L'entreprise n'utilise pas les plates formes numériques"). Les réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" ne sont pas prises en compte dans le calcul. Les pourcentages figurant dans ce graphique ne tiennent compte que des six autres options.

Au niveau régional, on distingue également des tendances communes concernant la troisième utilisation des plates-formes numériques la plus répandue parmi les entreprises qui utilisent Facebook, après la publicité et la communication. En Afrique et au Moyen-Orient, en Asie, et en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes, la troisième utilisation la plus répandue concerne “la vente et l’achat de produits ou de services”. En revanche, en Europe, en Amérique du Nord et en Océanie, les entreprises qui utilisent Facebook déclarent que “verser ou percevoir des paiements” constitue la troisième fonction la plus souvent utilisés (voir le graphique 6). L’écart concernant le recours aux paiements numériques pourrait être le signe de disparités en matière de disponibilité et de propriété des services financiers numériques. Dans les régions où les services bancaires en ligne sont limités, les paiements via des plates-formes numériques sont moins fréquents, et les consommateurs peuvent choisir d’autres méthodes de transaction, comme la méthode dite de remise/retrait d’espèces (“cash-in cash-out” ou méthode CICO), un système de paiement innovant grâce auquel les particuliers peuvent déposer et retirer des espèces sur leurs comptes par l’intermédiaire d’agents ou de réseaux d’agents agréés en utilisant leurs téléphones portables.⁷

En Afrique et au Moyen-Orient, en Asie, et en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes, la troisième utilisation la plus répandue concerne “la vente et l’achat de produits ou de services”. En revanche, en Europe, en Amérique du Nord et en Océanie, les entreprises qui utilisent Facebook déclarent que “verser ou percevoir des paiements” constitue la troisième fonction la plus souvent utilisés.

Graphique 6. Usages déclarés des plates-formes numériques par les MPME utilisant Facebook, par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux l'utilisation que fait cette entreprise des plates-formes numériques (plates-formes en ligne visant à faciliter les interactions avec d'autres entreprises, les particuliers ou les administrations publiques)?" (Réponse: "1": "Publicité"; "2": "Communication"; "3": "Vente ou achat de biens ou de services (y compris commerce électronique et fourniture de services)"; "4": "Versement ou perception de paiements"; "5": "Interactions avec les administrations publiques"; "6": "Développement de produits ou de services"; "7": "Autre raison ne figurant pas ci-dessus"; "8": "L'entreprise n'utilise pas les plates formes numériques"). Les réponses "L'entreprise n'utilise pas les plates-formes numériques" ne sont pas prises en compte dans le calcul. Les pourcentages figurant dans ce graphique ne tiennent compte que des six autres options parmi le sous-groupe des dirigeants de MPME.

⁷ On trouvera des exemples pertinents dans le document intitulé "Expanding Ethiopia's Agent Networks Through Innovative Digital Solutions: Building on Insights and Lessons from Forerunners", ONU-Éthiopie, publié le 3 février 2023.

Parmi les MPME utilisant Facebook et engagées dans le commerce international, 18% citent “la vente ou l’achat de biens ou de services”, soit un pourcentage légèrement plus élevé que celui de 14% qui concerne les MPME dont les ventes ne sont que nationales.

L'analyse du sous-ensemble des MPME utilisant Facebook et engagées dans le commerce international fait apparaître un fait intéressant: les objectifs de leur utilisation des plates-formes numériques privilégient davantage “la vente et l'achat de biens ou de services” que les MPME utilisant Facebook dont les ventes ne concernent que le marché national. Parmi les MPME utilisant Facebook et engagées dans le commerce international, 18% citent “la vente ou l'achat de biens ou de services”, soit un pourcentage légèrement plus élevé que celui de 14% qui concerne les MPME dont les ventes ne sont que nationales (voir les tableaux 3 et 4 de l'annexe pour des statistiques comparées). Cela peut s'expliquer par la croissance du commerce électronique transfrontières.

En effet, les plates-formes numériques sont des écosystèmes complexes aux fonctions multiples, qui relient entre eux divers acteurs, y compris des entreprises (fournisseurs, publicitaires, fournisseurs de contenus) et des utilisateurs (consommateurs, spectateurs) pour des entreprises de toutes tailles. L'enquête donne un éclairage sur la manière dont les besoins des entreprises qui utilisent Facebook varient selon la taille de l'entreprise, la région et la participation au commerce international.

1.5 Les deux principaux obstacles à l’adoption de plates-formes numériques sont l’insuffisance des compétences techniques et le coût des frais connexes.

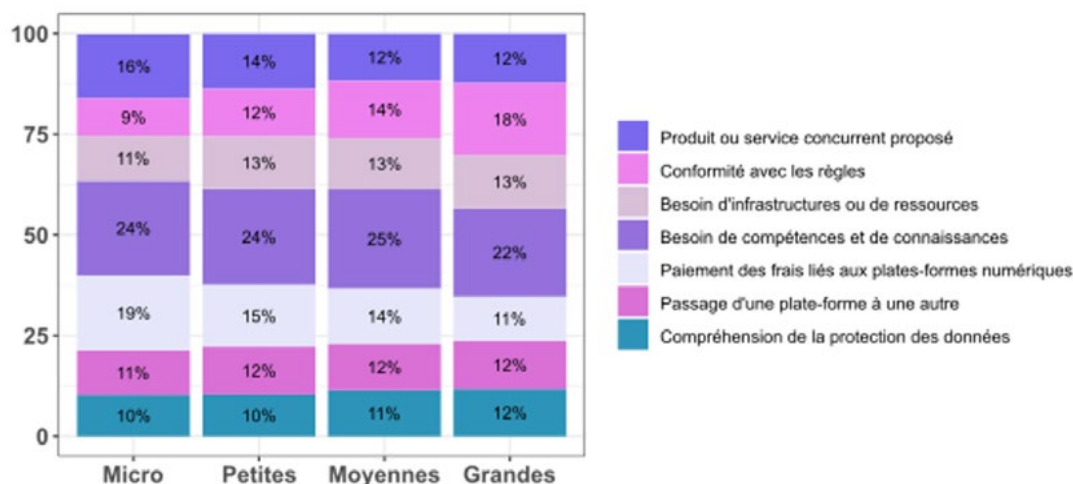
L'enquête révèle que les obstacles à l'adoption de plates-formes numériques dont font état les entreprises diffèrent selon leur taille. Les micro et petites entreprises utilisant Facebook soulignent principalement le besoin d'acquérir davantage de compétences et de connaissances techniques, un quart (24%) des entreprises utilisant Facebook indiquant que c'est le principal obstacle qu'elles rencontrent. Le paiement des frais liés à l'accès aux plates-formes numériques est également cité comme obstacle important par les microentreprises (19%) et les petites entreprises (15%) utilisant Facebook (voir le graphique 7). Les places de marché en ligne, par exemple, imposent parfois des coûts directs, comme des frais d'inscription élevés, ainsi que des règles logistiques strictes et des systèmes de notation injustes qui favorisent les plus grandes entreprises, ce qui peut limiter la participation des MPME (Lundquist et Kang, 2021).

Outre les frais directs, les plates-formes numériques peuvent également engendrer des coûts indirects, en particulier des coûts élevés liés aux incidents de sécurité (OCDE, 2021a). La probabilité que les PME détectent et déclarent des atteintes à la sécurité numérique est traditionnellement plus faible que pour les grandes entreprises et cela s'explique par plusieurs facteurs, notamment leurs ressources et compétences internes limitées, la capacité à identifier et à résoudre de tels incidents, et les contraintes financières qui les empêchent d'investir dans des mesures globales de protection et de détection (OCDE, 2019a; OMC, 2019). Les conclusions de l'enquête sont conformes à ces précédents résultats et montrent que les MPME rencontrent des difficultés pour s'adapter aux normes de sécurité numérique et de protection des consommateurs, et qu'elles manquent d'une compréhension globale de l'utilisation que peuvent faire des tiers de leurs données commerciales, ce qui les empêche de garantir la protection efficace des données.

Les micro et petites entreprises utilisant Facebook soulignent principalement le besoin d’acquérir davantage de compétences et de connaissances techniques, un quart (24%) des entreprises utilisant Facebook indiquant que c’est le principal obstacle qu’elles rencontrent.

Par ailleurs, les microentreprises (16%) et les petites entreprises (14%) qui utilisent Facebook disent elles aussi se heurter régulièrement à la concurrence déloyale de produits et services similaires qu'offrent des concurrents de plus grande taille sur les plates-formes, voire la plate-forme elle-même. ADB (2021) souligne l'importance de réduire la concentration du marché et les potentielles influences anticoncurrentielles qui découlent de l'avantage qu'ont les méga-plates-formes en matière de filtrage.

Graphique 7. Obstacles à l'utilisation des plates-formes numériques par les entreprises utilisant Facebook, par taille d'entreprise



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

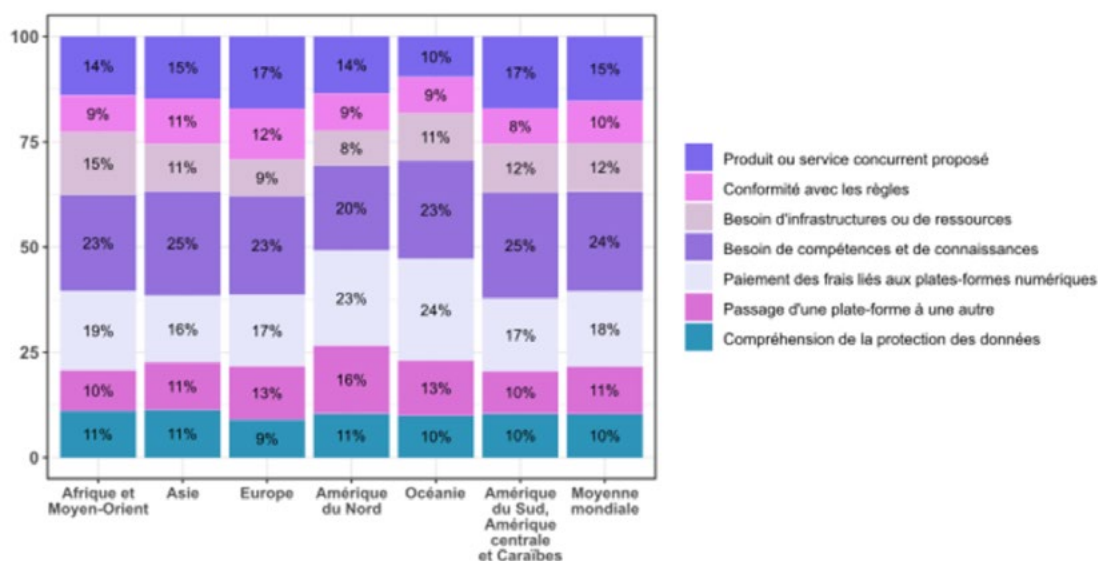
Note: La question d'origine était: "Quels sont les principaux obstacles que cette entreprise pourrait rencontrer si elle essayait d'adopter des plates-formes numériques pour la vente et l'achat de biens et de services?" Réponse {"1": "Aucun obstacle", "2": "Obstacle non cité ici", "3": "Difficultés de passage d'une plate-forme à une autre ou d'utilisation simultanée de plusieurs plates formes.", "4": "Mise en conformité avec les normes et règles légales de sécurité numérique et de protection des consommateurs.", "5": "Compréhension insuffisante de l'utilisation que des tiers peuvent faire de mes données commerciales et de la manière de les protéger", "6": "Concurrence extrême ou déloyale face à des produits ou services similaires proposés sur la plate-forme par d'autres entreprises ou par la plate-forme elle-même", "7": "Paiement de frais liés à l'accès aux plates formes numériques.", "8": "Besoin de davantage de ressources ou d'infrastructures (haut débit, par exemple)", "9": "Besoin de davantage de compétences et connaissances techniques"} Les réponses "Aucun obstacle" et "Obstacle non cité ici" ne sont pas prises en compte dans le calcul. Les pourcentages figurant dans ce graphique sont calculés à partir des sept autres réponses.

Certaines régions où les taux d'utilisation des plates-formes numériques sont plus faibles ont besoin de plus de formation et de mieux comprendre ces outils pour tirer pleinement parti de leurs avantages.

L'analyse des MPME utilisant Facebook par région montre que les MPME utilisant Facebook en Afrique et au Moyen-Orient, en Asie, en Europe et en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes font état du besoin d'acquérir davantage de compétences et de connaissances lors de l'adoption de plates-formes numériques, tandis que celles d'Amérique du Nord et d'Océanie estiment que le paiement des frais engendrés par les plates-formes numériques constitue le principal obstacle qu'elles rencontrent (voir le graphique 8). Cette observation est conforme à la section précédente et montre que certaines régions où les taux d'utilisation des plates-formes numériques sont plus faibles ont besoin de plus de formation et de mieux comprendre ces outils pour tirer pleinement parti de leurs

avantages. En revanche, dans les régions où la numérisation est plus avancée et répandue, les MPME possèdent parfois un certain niveau de compétences et de connaissances techniques. C'est pourquoi c'est la dimension financière de l'adoption des plates-formes numériques qui peut devenir leur principale préoccupation, en particulier les grandes plates-formes qui engendrent parfois des frais plus élevés.

Graphique 8. Obstacles à l'utilisation des plates-formes numériques que rencontrent les MPME utilisant Facebook, par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question d'origine était: "Quels sont les principaux obstacles que cette entreprise pourrait rencontrer si elle essayait d'adopter des plates formes numériques pour la vente et l'achat de biens et de services?" Réponse {"1": "Aucun obstacle", "2": "Obstacle non cité ici", "3": "Difficultés de passage d'une plate-forme à une autre ou d'utilisation simultanée de plusieurs plates-formes.", "4": "Mise en conformité avec les normes et règles légales de sécurité numérique et de protection des consommateurs.", "5": "Compréhension insuffisante de l'utilisation que des tiers peuvent faire de mes données commerciales et de la manière de les protéger", "6": "Concurrence extrême ou déloyale face à des produits ou services similaires proposés sur la plate-forme par d'autres entreprises ou par la plate-forme elle-même", "7": " Paiement de frais liés à l'accès aux plates-formes numériques.", "8": "Besoin de davantage de ressources ou d'infrastructures (haut débit, par exemple)", "9": "Besoin de davantage de compétences et connaissances techniques"} Les réponses "Aucun obstacle" et "Obstacle non cité ici" ne sont pas prises en compte dans le calcul. Les pourcentages figurant dans ce graphique sont calculés à partir des sept autres réponses.

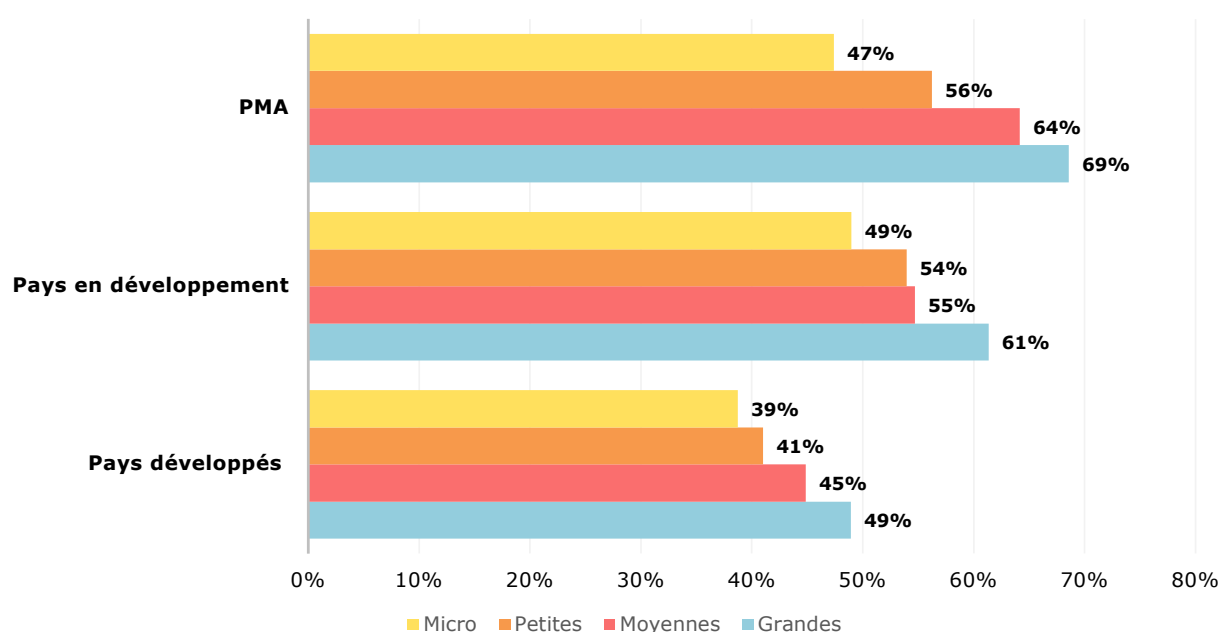
1.6 Près de la moitié des entreprises indiquent qu'elles suivent des formations pour améliorer l'adoption de technologies, tandis qu'on observe des taux moins élevés parmi les MPME et les femmes.

La formation joue un rôle crucial pour doter les entreprises des compétences et des connaissances nécessaires afin qu'elles maîtrisent le paysage numérique qui évolue vite. Les résultats de l'enquête mettent en relief les écarts qui existent en matière de participation aux programmes de formation selon la taille des entreprises et le niveau de développement. Dans les économies en développement comme dans les pays moins avancés (PMA), les taux de participation à des formations sont plus élevés, tandis que la participation des MPME utilisant Facebook reste relativement plus faible que celle des grandes entreprises utilisant Facebook. Les entreprises utilisant Facebook dans les économies développées font état de taux de formation relativement moins élevés (voir le graphique 9). Ces résultats révèlent peut-être que les priorités sont différentes ou que le niveau de base est potentiellement plus élevé en matière de compétences technologiques dans les économies développées par rapport aux économies en développement, où la demande d'amélioration des compétences numériques peut être plus forte,

Dans les économies en développement comme dans les pays moins avancés (PMA), les taux de participation à des formations sont plus élevés, tandis que la participation des MPME utilisant Facebook reste relativement plus faible que celle des grandes entreprises utilisant Facebook.

en particulier dans les MPME, mais il semble que ces économies continuent de faire face à des obstacles, selon un rapport de la Commission européenne de 2019 qui montre que les principaux obstacles qui empêchent de dispenser des formations en compétences numériques aux employés des PME sont le manque de temps et l'incertitude quant aux avantages commerciaux qui en découlent. Parmi les autres obstacles figurent la disponibilité des programmes de formation, leur coût, la rigidité des calendriers et la distance, ainsi que l'incapacité des participants à pleinement comprendre le contenu de la formation sans une description claire du programme (Commission européenne, 2019). La CNUCED indique par ailleurs que "les marchés du commerce électronique en Asie du Sud-Est et en Afrique pourraient respectivement croître d'environ 280 milliards et 14,5 milliards de dollars entre 2025 et 2030 si une meilleure formation est donnée aux femmes entrepreneurs numériques" et propose un certain nombre de programmes qui sont autant d'exemples de succès, notamment le programme Jumia d'autonomisation des femmes et des jeunes ou encore le programme ecommConnect du Centre du commerce international (CNUCED, 2023).

Graphique 9. Entreprises utilisant Facebook qui ont répondu "Oui" à la question: "Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos technologies?", par niveau de développement



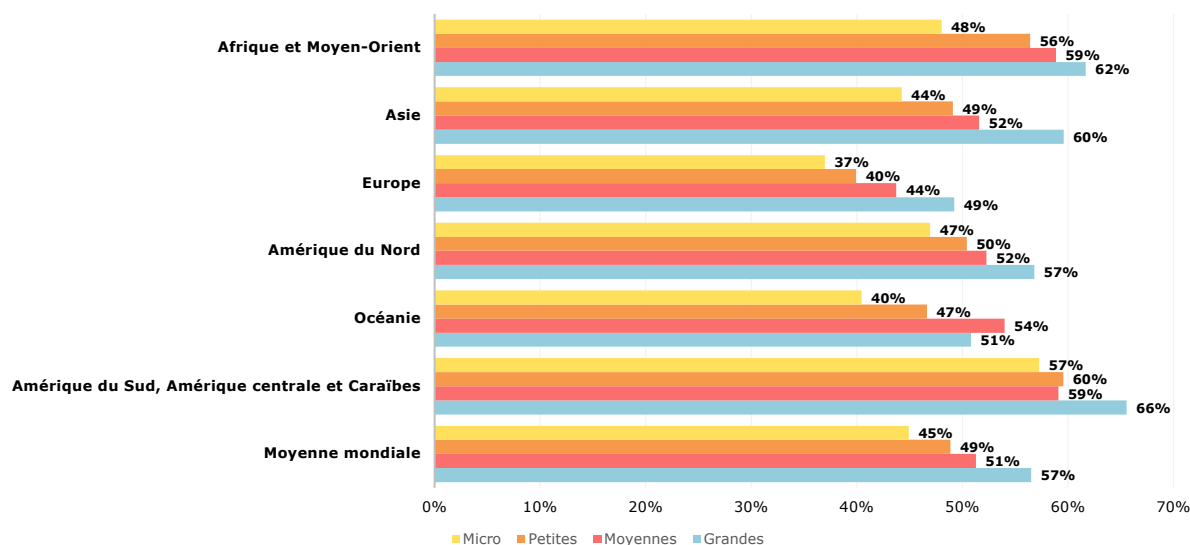
Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question posée dans l'enquête était: "Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos compétences technologiques (Internet ou informatiques, par exemple)?" (Réponse = Oui)

L'examen des taux de formation technologique au niveau régional révèle que l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale et les Caraïbes se distinguent par le taux de participation le plus élevé, puisque 58% des MPME utilisant Facebook déclarent avoir suivi une formation au cours des 12 derniers mois. L'Afrique et le Moyen-Orient affichent également des taux de formation relativement plus élevés que les autres régions, 50% des MPME indiquant avoir participé à des formations. En revanche, les taux de formation sont relativement plus faibles en Europe, avec 38% seulement des MPME répondant positivement à la question sur le suivi d'une formation au cours des 12 derniers mois afin d'améliorer leurs technologies (voir les graphiques 10 et 11; voir le tableau 5 de l'annexe pour les statistiques complètes).

L'Amérique du Sud et l'Amérique centrale et les Caraïbes se distinguent par le taux de participation le plus élevé, puisque 58% des MPME utilisant Facebook déclarent avoir suivi une formation au cours des 12 derniers mois.

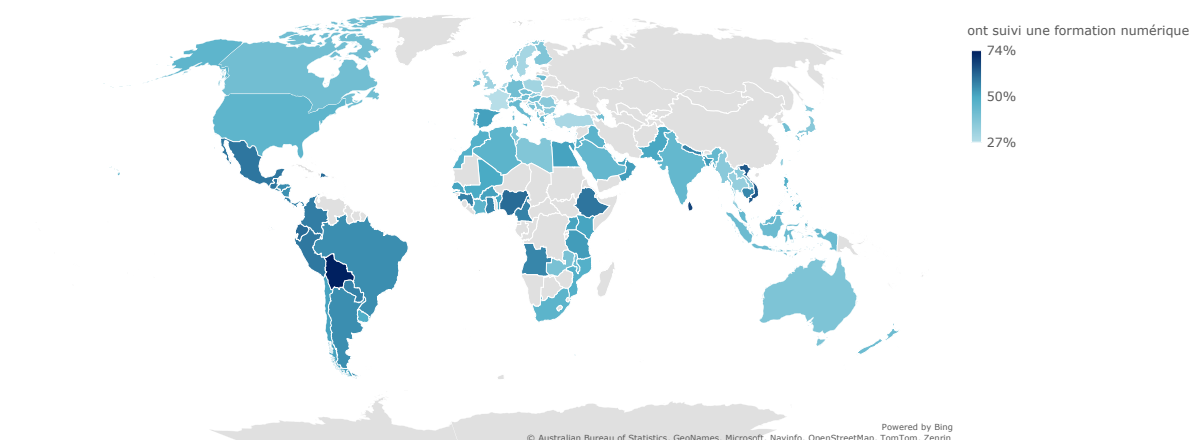
Graphique 10. Entreprises utilisant Facebook qui ont répondu “Oui” à la question: “Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos technologies?”, par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question posée dans l'enquête était: “Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos compétences technologiques (Internet ou informatiques, par exemple)?” (Réponse = Oui)

Graphique 11. MPME utilisant Facebook qui ont répondu “Oui” à la question: “Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos technologies?”



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

Note: La question posée dans l'enquête était: “Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos compétences technologiques (Internet ou informatiques, par exemple)?” (Réponse = Oui) Aucune donnée disponible pour les zones en gris. La présentation géographique est générée par Microsoft à partir de sources originales provenant du Bureau australien des statistiques, de GeoNames, de Navinfo, d'OpenstreetMap, de TomTom, et de Zenrin.⁸

Il semble exister une tendance systématique établissant un lien entre les obstacles cités dans la section précédente (section 1.5) et les taux de formation dans les différentes régions. Les régions où les entreprises expriment un besoin plus élevé de compétences et connaissances techniques ont tendance à afficher des taux de formation plus élevés. Par exemple, dans des régions comme l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale et les Caraïbes, l'Afrique et le Moyen-Orient ou encore l'Asie, où la demande de compétences techniques est plus prononcée, la prévalence de la formation est relativement plus forte. Cela semble indiquer que les entreprises de ces régions sont conscientes de l'importance d'acquérir les compétences et connaissances nécessaires en se formant pour surmonter les obstacles qu'elles rencontrent.

⁸ Les renseignements présentés dans la carte qui figure dans cette note de recherche, y compris les tracés de frontières, les couleurs et autres détails, n'impliquent aucun jugement ni aucune reconnaissance quant au statut juridique de tout territoire, ni aucune acceptation du tracé des frontières en question.

Ventilées par genre, les données indiquant si les MPME utilisant Facebook ont suivi des formations au cours des 12 derniers mois pour améliorer leurs connaissances numériques révèlent qu'en moyenne, l'organisation de formations est moins répandue parmi les femmes propriétaires ou dirigeantes de MPME par rapport à leurs homologues hommes. En moyenne, 44% seulement des femmes qui possèdent ou dirigent une MPME ayant une page professionnelle sur Facebook déclarent avoir suivi une formation, contre 48% des hommes qui possèdent ou dirigent une MPME. C'est le signe d'un léger écart entre hommes et femmes en matière d'accès aux possibilités de formation, ce qui semble indiquer qu'il pourrait exister des obstacles ou difficultés qui sont propres aux femmes possédant ou dirigeant une MPME en matière d'accès à la formation. Cela corrobore les données attestant que les femmes entrepreneurs ont moins de possibilités de formation que les hommes, en raison du manque de renseignements concernant ces formations, de l'insuffisance des ressources permettant de les financer ou du manque de temps à consacrer au renforcement de leurs capacités, du fait de la charge que représentent les travaux domestiques non rémunérés qu'elles effectuent en plus de leur activité entrepreneuriale. Ventilées par région, les données montrent que dans chaque région, les femmes possédant ou dirigeant une MPME qui ont suivi une formation au cours des 12 derniers mois sont moins nombreuses que les hommes, l'écart le plus important étant observé en Amérique du Nord et en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes, où elles sont 6% de moins à avoir suivi une formation. L'écart le moins élevé s'observe en Europe et n'est que de 1%. Ces résultats contrastent avec une étude de la SFI (2021) qui montre que les femmes entrepreneurs ont tendance à accorder plus de valeur que les hommes à la formation et à l'appui aux entreprises, en particulier aux cours présentant davantage de flexibilité. Organiser de telles formations en ligne et sur demande pourrait être bénéfique pour les femmes entrepreneurs qui manquent de temps et pour celles qui exercent hors des marchés urbains centraux où les centres de formations sont souvent beaucoup moins éloignés. Au reste, une étude de la BASD (2019) montre que dans le Pacifique, lorsque les femmes ont accès aux outils et technologies numériques, elles les utilisent autant, voire davantage, que les hommes.

Les régions où les entreprises expriment un besoin plus élevé de compétences et connaissances techniques ont tendance à afficher des taux de formation plus élevés.

En moyenne, 44% seulement des femmes qui possèdent ou dirigent une MPME ayant une page professionnelle sur Facebook déclarent avoir suivi une formation, contre 48% des hommes qui possèdent ou dirigent une MPME.

Graphique 12. MPME utilisant Facebook ayant indiqué avoir suivi une formation, par genre et par région



Source: Enquête Future of Business de Meta, mars 2022.

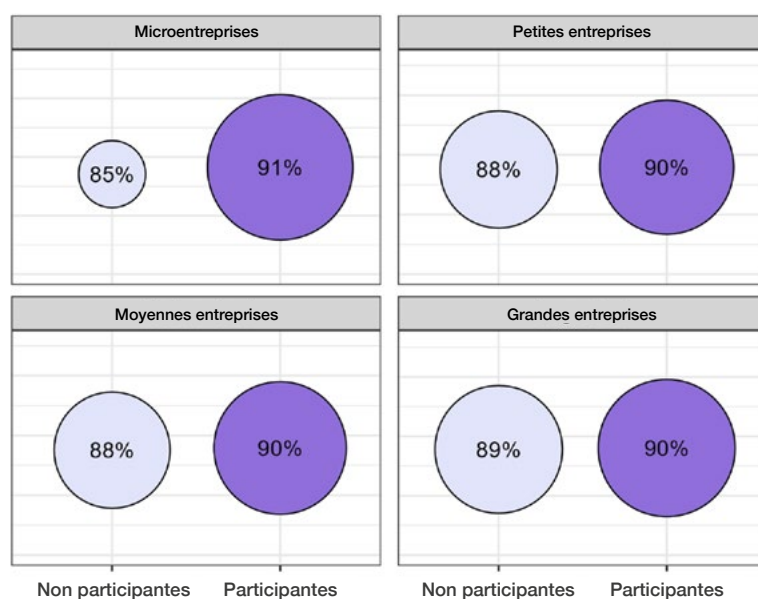
Note: La question posée dans l'enquête était: "Au cours des 12 derniers mois, avez-vous suivi une formation pour améliorer vos compétences techniques (Internet ou informatiques, par exemple)?" (Réponse = Oui). Le calcul ne tient compte que du sous-groupe des MPME.

2. NUMÉRISATION ET COMMERCE INTERNATIONAL

2.1 Les entreprises qui participent au commerce international sont plus nombreuses à déclarer utiliser les plates formes numériques, notamment parmi les microentreprises.

Les résultats de l'enquête Future of Business (FoB) réalisée par Meta en mars 2022 montrent que les entreprises présentes sur Facebook qui participent au commerce international sont également plus nombreuses à utiliser les plates formes numériques que celles qui n'y participent pas. En moyenne, 91% des entreprises présentes sur Facebook engagées dans le commerce international ont déclaré utiliser les plates formes numériques, alors que celles qui n'y participent pas étaient relativement moins nombreuses (86%). La différence est particulièrement flagrante parmi les microentreprises qui utilisent les plates formes numériques, puisque 91% d'entre elles participent au commerce international et 85% n'y participent pas, soit un écart de 6 points de pourcentage (voir la figure 13).

Graphique 13. Entreprises présentes sur Facebook ayant déclaré utiliser les plates formes numériques, par taille d'entreprise et selon qu'elles participent ou non au commerce international



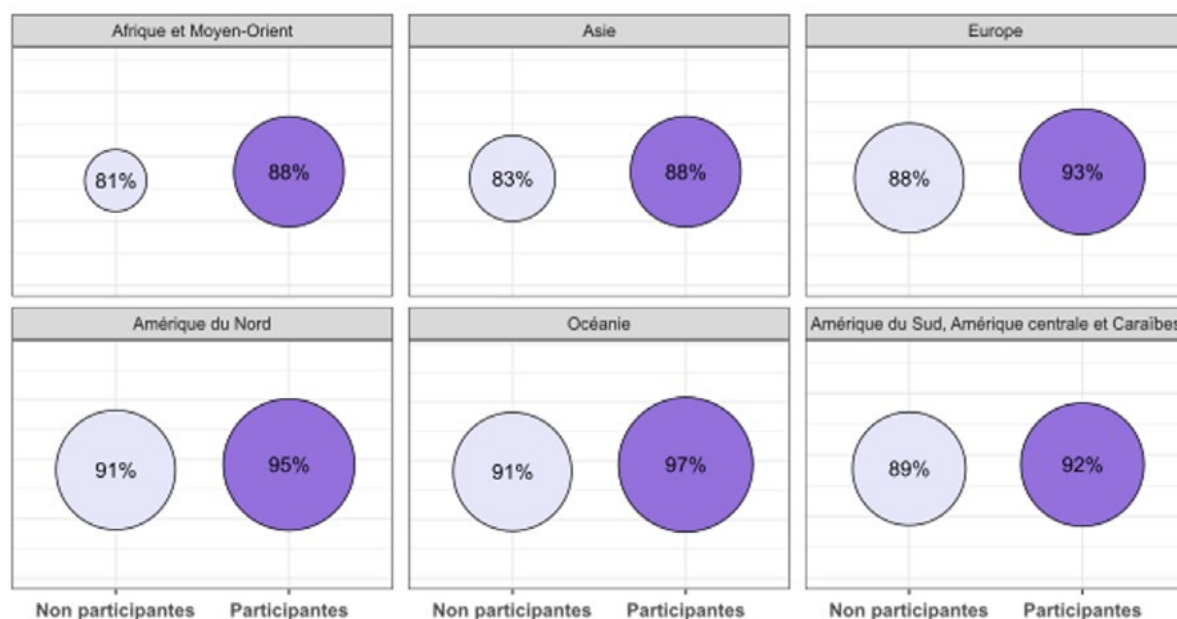
Source: Enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022.

Les données révèlent également des différences notables dans l'adoption des plates formes numériques entre les entreprises participant ou non au commerce international selon les régions. En Afrique et au Moyen Orient, 88% des entreprises participant au commerce international présentes sur Facebook ont déclaré utiliser les plates formes numériques, contre 81% seulement des entreprises n'y participant pas. De même, en Océanie, les entreprises participant au commerce international présentes sur Facebook ont affiché un taux d'adoption des plates formes numériques nettement plus élevé (97%) que les autres (91%), soit une différence notable de 6 points de pourcentage, l'écart observé en Asie et en Europe étant de 5 points de pourcentage (voir la figure 14). Ces résultats montrent à nouveau la corrélation positive entre le commerce international et l'adoption des plates formes numériques, soulignant l'importance de la transformation numérique pour l'amélioration de la compétitivité sur le marché mondial.

Si cette note de recherche n'examine pas le lien de causalité, les travaux de recherche menés par Lanz. et al. (2018) montrent que les PME connectées des économies en développement ont tendance à importer une plus grande proportion de leurs intrants que les entreprises non connectées, ce qui révèle le lien commercial avec la numérisation.

En moyenne, 91% des entreprises présentes sur Facebook engagées dans le commerce international ont déclaré utiliser les plates formes numériques, alors que celles qui n'y participent pas étaient relativement moins nombreuses (86%). La différence est particulièrement flagrante parmi les microentreprises qui utilisent les plates formes numériques, puisque 91% d'entre elles participent au commerce international.

Graphique 14. MPME présentes sur Facebook ayant déclaré une utilisation supplémentaire des plates formes numériques, par région et selon qu'elles participent ou non au commerce international.



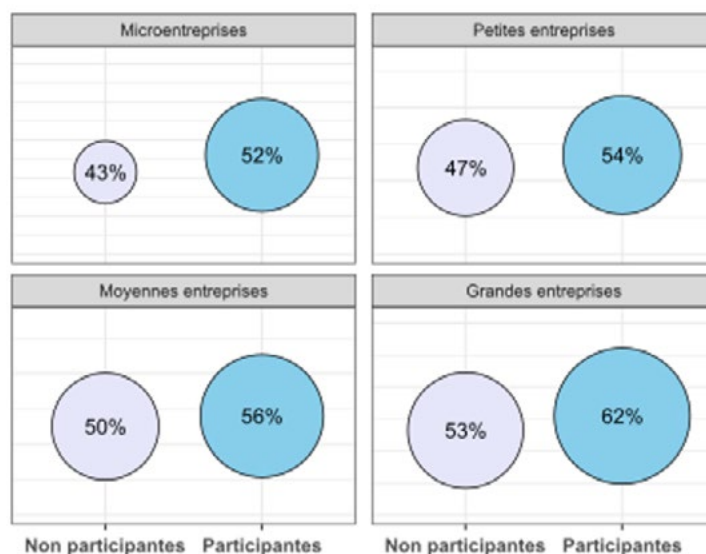
Source: Enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022.

2.2 Les entreprises participant au commerce international déclarent avoir davantage recours à la formation pour améliorer leurs compétences technologiques.

Les résultats montrent également que les entreprises présentes sur Facebook qui participent au commerce international ont davantage recours que celles qui n'y participent pas aux activités de formation en vue d'améliorer les compétences numériques. Plus spécifiquement, parmi les microentreprises présentes sur Facebook, 52% de celles qui font du commerce international ont recours à une formation numérique, contre 43% de celles qui n'en font pas, soit une différence de 9 points de pourcentage. On constate aussi un écart lié à la participation ou non au commerce international parmi les petites entreprises (7 points de pourcentage), les moyennes entreprises (6 points de pourcentage) et les grandes entreprises (9 points de pourcentage) (voir la figure 15).

Parmi les microentreprises présentes sur Facebook, 52% de celles qui font du commerce international ont recours à une formation numérique, contre 43% de celles qui n'en font pas.

Graphique 15. Entreprises présentes sur Facebook ayant déclaré avoir entrepris une formation, par taille d'entreprise et selon qu'elles participent ou non au commerce international



Source: Enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022.

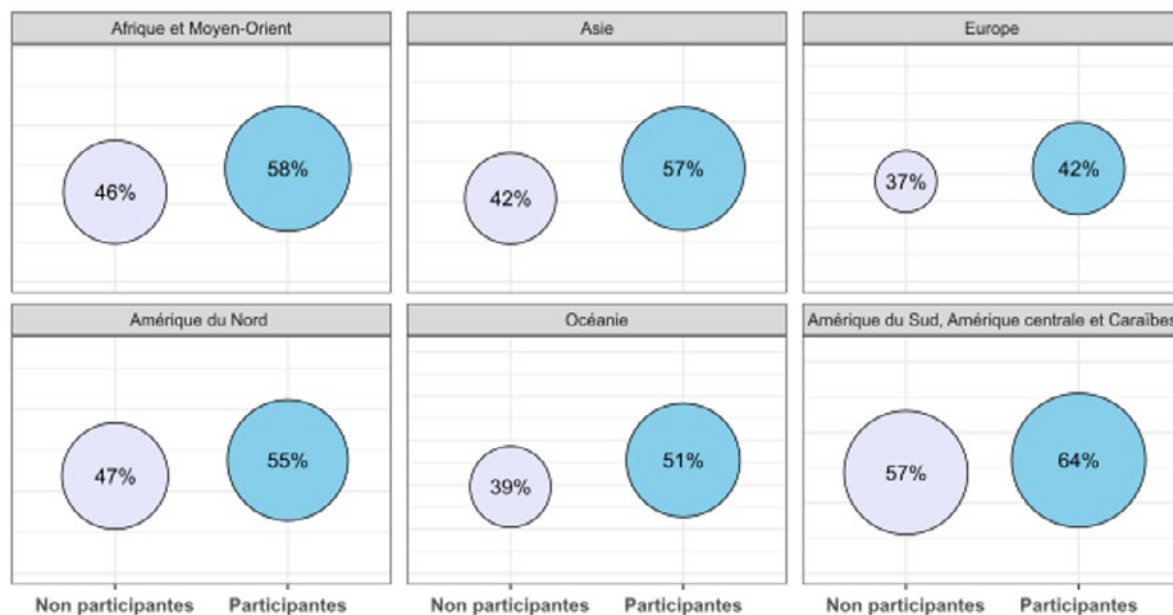
Note: Les questions de l'enquête sont les suivantes 1) "Au cours des 12 derniers mois, avez vous suivi une formation visant à améliorer vos compétences technologiques (notamment dans les domaines d'Internet ou de l'informatique)?" (Réponse = Oui) et 2) "Votre entreprise participe t elle au commerce international?"

C'est en Asie que la différence est la plus marquée, avec un écart de 15 points de pourcentage, puisque 57% des entreprises participant au commerce international ont recours à la formation contre 42% de celles qui n'y participent pas.

Au niveau régional, les MPME présentes sur Facebook en Asie, en Océanie, en Afrique et au Moyen Orient affichent des divergences plus importantes en termes de recours à la formation numérique selon que l'entreprise fait ou non du commerce international. C'est en Asie que la différence est la plus marquée, avec un écart de 15 points de pourcentage, puisque 57% des entreprises participant au commerce international ont recours à la formation contre 42% de celles qui n'y participent pas. De même, en Océanie, en Afrique et au Moyen Orient, la différence est notable, avec un écart important de 12 points de pourcentage (voir la figure 16).

L'évolution rapide des compétences numériques requises, en particulier dans les secteurs marchands, fait de l'obsolescence des compétences une menace omniprésente. Dans ces secteurs, les connaissances techniques demandées vont au delà des rudiments de la culture numérique et englobent la maîtrise de domaines tels que l'analyse des données, la commercialisation numérique, le commerce électronique, la gestion de la chaîne d'approvisionnement et la cybersécurité, entre autres. Le développement de compétences techniques transférables pouvant être appliquées à plusieurs emplois et professions devient crucial dans cet environnement dynamique (OIT et OMC, 2017).

Graphique 16. Entreprises présentes sur Facebook ayant indiqué avoir entrepris une formation, par région et selon qu'elles participent ou non au commerce international



Source: Enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022.

Note: Les questions de l'enquête sont les suivantes 1) "Au cours des 12 derniers mois, avez vous suivi une formation visant à améliorer vos compétences technologiques (notamment dans les domaines d'Internet ou de l'informatique)?" (Réponse = Oui) et 2) "Votre entreprise participe t elle au commerce international?"

CONCLUSION

Cette note de recherche fournit des renseignements précieux sur l'utilisation active des plates formes numériques à des fins telles que la publicité, la communication, le commerce électronique et les opérations de paiement. Les résultats montrent également les difficultés que rencontrent les entreprises dans l'adoption des plates formes numériques, dont l'absence de compétences techniques et le fardeau financier lié aux frais d'utilisation de ces technologies. En outre, le respect de la sécurité numérique et des prescriptions juridiques constitue un obstacle majeur pour de nombreuses entreprises.

Par ailleurs, l'étude révèle une fracture numérique et des inégalités entre les entreprises de différentes tailles, les régions et les niveaux de développement. Les micro, petites et moyennes entreprises présentes sur Facebook, en particulier dans les pays les moins avancés et les régions comme l'Afrique, le Moyen Orient et l'Asie, affichent des niveaux d'utilisation des plates formes numériques plus faibles que les grandes entreprises et les autres régions. En vue de combler cet écart et de favoriser la croissance des MPME, la promotion de la formation et du soutien numériques, notamment dans les PMA et les économies en développement, est indispensable pour améliorer leurs compétences et leurs connaissances technologiques. Le constat selon lequel les MPME présentes sur Facebook et détenues ou gérées par des femmes intègrent davantage les plates formes numériques que celles de leurs homologues masculins constitue un aspect positif semblant indiquer que les plates formes numériques peuvent aider les MPME dirigées par des femmes à surmonter certaines contraintes.

S'agissant du commerce international, les travaux de recherche établissent un lien positif entre la participation au commerce international et une augmentation du niveau d'utilisation des plates formes numériques et du recours à la formation pour l'amélioration des compétences technologiques. Cette relation met en évidence le rôle de la transformation numérique dans le renforcement de la compétitivité sur le marché mondial, tout en soulignant également l'importance de la formation dispensée aux MPME en vue de les doter des compétences commerciales et technologiques actualisées leur permettant de prospérer dans le paysage numérique en évolution rapide.

En conclusion, la numérisation joue un rôle central dans la transformation des MPME, diverses études confirmant ses importantes retombées positives, en particulier pour les entreprises participant au commerce transfrontières (Forum économique mondial, 2023; ABAC, 2018). Étant donné que le succès des MPME dépend de plus en plus de leur capacité à se développer au delà des frontières et à participer aux chaînes de valeur mondiales pour la résilience, il peut être utile de leur fournir un accès aux infrastructures numériques essentielles, à une formation complète et à des processus simplifiés.

Par ailleurs, l'étude révèle une fracture numérique et des inégalités entre les entreprises de différentes tailles, les régions et les niveaux de développement. Les micro, petites et moyennes entreprises présentes sur Facebook, en particulier dans les pays les moins avancés et les régions comme l'Afrique, le Moyen Orient et l'Asie, affichent des niveaux d'utilisation des plates formes numériques plus faibles.

BIBLIOGRAPHIE

(CNUCED) (2017). Rapport 2017 sur l'économie de l'information: numérisation, commerce et développement. Publication des Nations Unies, Genève.

CNUCED) (2021). Harnessing the Interaction between Digital Platforms and MSMEs: Recommended Best Practices for Digital Platforms (RDP).

(CNUCED) (2021). Rapport sur l'économie numérique 2021: Flux transfrontières de données et développement: À qui profitent ces flux? Publication des Nations Unies, New York et Genève.

(OMC) (2019). "Les MPME et la cybersécurité", Groupe de travail informel sur les MPME, Document INF/MSME/W/20, Genève: OMC- (OMC) (2018). Rapport sur le commerce mondial 2018 – L'avenir du commerce mondial: comment les technologies numériques transforment le commerce mondial, Genève: OMC.

OCDE (2018). "SME and Entrepreneurship Outlook", Document de séance, Groupe de travail de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat, 10–11 octobre 2018.

OCDE (2019a). Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2019, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/dfc3ab17-fr>.

OCDE (2019b), Unpacking E commerce: Business Models, Trends and Policies, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/23561431-en>.

OCDE (2021a). The Digital Transformation of SMEs, Faits saillants en français La transformation digitale des PME, OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship, Éditions OCDE, Paris.

OCDE (2021b), "Trade finance for SMEs in the digital era", OECD SME and Entrepreneurship Papers, no 24, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/e505fe39-en>.

OCDE (2021c), Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2021, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/dbe26a97-fr>.

OCDE (2023), Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2023, Éditions OCDE, <https://doi.org/10.1787/b6b7061e-fr>.

Añón Higón, D., Bonvin, D. (2023). Digitalization and trade participation of SMEs. Small Bus Econ. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00799-7>.

Banque asiatique de développement (BAsD) (2021). Asian Economic Integration Report 2021: Making Digital Platforms Work for Asia and the Pacific. Manille.

Banque mondiale (2021). "Using Digital Solutions to Address Barriers to Female Entrepreneurship: A Toolkit". Washington (D.C.): Banque mondiale.

Banque mondiale (2021). World Development Report 2021: Data for Better Lives, Idées Forces en français Rapport sur le développement dans le monde 2021: Des données au service d'une vie meilleure. doi:10.1596/978-1-4648-1600-0. Banque mondiale, Washington (D.C.).

Banque mondiale et Organisation mondiale du commerce (2019). Global Value Chain Development Report 2019: Technological Innovation, Supply Chain Trade, and Workers in a Globalized World (anglais). (Rapport 2019 sur le développement des chaînes de valeur mondiales). Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale.

BAsD (2019). Leveraging Trade for Women's Economic Empowerment in the Pacific. Manille: BAsD. <http://dx.doi.org/10.22617/TCS190154-2>.

Begazo, Tania, Moussa P. Blimpo, et Mark A. Dutz (2023). Digital Africa: Technological Transformation for Jobs, abrégé en français: Afrique numérique: Transformation technologique pour l'emploi. Washington (D.C.): Banque mondiale. doi: 978-1-4648-1737-3.

Commission européenne (2015). Public Consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy. (La consultation publique de la Commission sur l'environnement réglementaire concernant les plates formes, les intermédiaires en ligne, les données et l'informatique en nuage ainsi que l'économie collaborative). Page 5 <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>.

Commission européenne (2019). Rapport intérimaire "Pilot Project on digital skills: New Professions, New Educational Methods, New Jobs", résumé en français "Compétences numériques: nouveaux métiers, nouvelles méthodes pédagogiques, nouveaux emplois". doi: 10.2759/36058.

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) (2023). Le commerce électronique dans une perspective de genre et de développement. Publication des Nations Unies, Genève. https://unctad.org/system/files/official_document/ditc2023d1_fr.pdf.

Conseil consultatif des gens d'affaires de l'APEC (ABAC) (2018). Realizing the Untapped Potential of MSMEs in APEC: Practical Recommendations for Enhancing Cross Border Trade, University of Southern California, Marshall School of Business: Los Angeles.

der Boghossian, A. et Bahri, A. (2023). "Finding Feet on Trade Agreements: Empowering Women Entrepreneurs Amidst a Pandemic." Legal Issues of Economic Integration 50, numéro 1, pages 13 à 40.

Fonds d'équipement des Nations Unies (2023) "Expanding Ethiopia's Agent Networks Trough Innovative Digital Solutions: Building on Insights and Lessons from Forerunners." [Expanding Ethiopia's Agent Networks Through Innovative Digital Solutions: Building on Insights and Lessons from Forerunners | United Nations in Ethiopia](#).

Forum économique mondial (WEF) (2023). How digitalization will drive the global recovery for small businesses. Réunion annuelle du Forum économique mondial: Davos.

Ganne, Emmanuelle (2018). La chaîne de blocs peut elle révolutionner le commerce international? Genève: Organisation mondiale du commerce.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2023). "GEM 2022/23 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes."

Goldstein, M. P., Gonzalez Martinez, P. L., Papineni, S., Wimpey, J. S. (Banque mondiale), (2022) "Childcare, COVID 19 and Female Firm Exit: Impact of COVID 19 School Closure Policies on Global Gender Gaps in Business Outcomes." document de travail; n° WPS 10012. Washington (D.C.): Banque mondiale.

Hein, A., Schrieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., et Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. Electronic Markets, 30(1), pages 87 à 98.

Lanz, R., Lundquist, K., Mansio, G., Maurer, A. et Teh, R. (2018). "E Commerce and Developing Country SME Participation in Global Value Chains", Document de travail de l'OMC n° ERSD 2018 13, Genève: OMC.

López González, J., S. Sorescu et P. Kaynak (2023), "Of bytes and trade: Quantifying the impact of digitalisation on trade", Documents de travail de l'OCDE sur la politique commerciale, n° 273, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/11889f2a-en>.

Lundquist, K., et Kang, J. W. (2021). Digital platforms and global value chains. Dans BAsD et al. (Eds), Global value chain development report 2021. Beyond production, Chapitre 6 (pages 179 à 201). Banque asiatique de développement et partenaires.

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) (2017). "Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalized Economy" (Renforcer les contributions des PME dans une économie mondialisée et numérique), Réunion du Conseil de l'OCDE au niveau des Ministres, 7-8 juin 2017.

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)/Commission européenne (2021), Pallier la pénurie d'entrepreneurs 2021: Politiques de l'entrepreneuriat inclusif et de l'emploi indépendant, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>. Nations Unies (s.d.), "Preferential market access for goods. (Accès préférentiel aux marchés pour les marchandises)" <https://www.un.org/ldcportal/content/preferential-market-access-goods-2>.

Organisation Internationale du Travail (OIT) et Organisation mondiale du commerce (OMC) (2017). "Investir dans les compétences pour promouvoir un commerce inclusif". Éditions OIT et OMC, Genève.

Organisation mondiale des douanes (OMD), Organisation mondiale du commerce (OMC) (2022). Accelerating Trade Digitalization to Support MSME Financing. (Accélérer la numérisation du commerce pour soutenir le financement des MPME). Rapport d'étude de l'OMD/OMC sur les technologies de rupture.

Organisation mondiale du commerce (OMC), Chambre de commerce internationale (CCI), Trade Finance Global (2021). Accelerating Trade Digitalization to Support MSME Financing. (Accélérer la numérisation du commerce pour soutenir le financement des MPME).

Schneider (2020). Future of Business Survey Methodology Note.

Société financière internationale (SFI) (2021). Women and E commerce in Africa, résumé analytique en français Femmes et commerce électronique en Afrique. Washington (D.C.): Société financière internationale.

Union internationale des télécommunications (UIT) (2022). "The Global Connectivity Report 2022", résumé analytique en français Rapport 2022 sur la connectivité dans le monde. Genève: UIT.

Description des données: enquête Future of Business réalisée par Meta en mars 2022

La présente note de recherche s'appuie sur l'enquête Future of Business (FoB) qui a été réalisée de 2017 à 2022 en collaboration avec la Banque mondiale et l'Organisation européenne de coopération économique (OCDE) dans le cadre de l'initiative⁹ "Data for Good" de Meta. La Banque mondiale et l'OCDE ont largement utilisé les enquêtes de Meta sur les petites entreprises (Small Business Surveys) dans les travaux de recherche sur les effets de la COVID 19, du commerce électronique et de la numérisation des MPME, mais n'y ont pas explicitement eu recours pour les études sur le commerce (voir, par exemple, Goldstein et al. 2022; OCDE 2023; OCDE 2021b; OCDE 2021c; OCDE/Commission européenne 2021; OCDE 2019a). On trouvera sur la page Web de Data for Good une liste complète des travaux de recherche utilisant les enquêtes de Meta sur les petites entreprises. Les données proviennent de l'édition de mars 2022 de l'enquête FoB, qui contient davantage de questions relatives au commerce international que les précédentes vagues et permet une analyse ventilée par facteurs tels que le genre et l'âge. En outre, les données distinguent et examinent les tendances en matière de numérisation spécifiquement dans le contexte du commerce international.

L'enquête FoB de mars 2022 a permis de recueillir les réponses de 103 pays et territoires, l'effectif total de l'échantillon atteignant 161 904 participants et couvrant tous les niveaux de développement, des pays les moins avancés (PMA) jusqu'aux économies développées (voir le tableau 1 pour la classification de toutes les économies ayant fait l'objet de l'enquête). Pour éviter les doublons, les participants invités ne sont plus admis à répondre à une enquête pendant une période allant jusqu'à six mois, qu'ils aient ou non fourni une réponse. L'économie ayant fourni le plus grand nombre de réponses à l'enquête était l'Inde, avec 3 623 participants, contre 362 pour le Panama qui était celle en ayant fourni le moins.

Les données du présent document sont agrégées et pondérées à partir des réponses fournies dans le cadre de l'enquête sur les petites et moyennes entreprises (PME) possédant une page Facebook. Les réponses sont pondérées en fonction de la population des administrateurs de pages Facebook professionnelles (Schneider, 2020.). Étant donné que les répondants à l'enquête sont les administrateurs des pages Facebook qui se considèrent eux mêmes comme des propriétaires ou des gérants d'entreprise, il est important de reconnaître la présence potentielle d'un biais vers le haut en ce qui concerne le niveau d'utilisation du numérique: il est possible que les données de l'enquête illustrent principalement les expériences et les perspectives des personnes qui utilisent activement les technologies numériques, en particulier les réseaux sociaux. Il est essentiel de prendre en considération cette limitation lors de l'interprétation des résultats de l'enquête et de leur généralisation à l'environnement plus large des MPME. En outre, les conclusions ne sont pas censées être représentatives de l'ensemble de la population des entreprises dans chaque économie.

Tableau 1. Niveau de développement basé sur la classification de l'ONU

Niveau de développement	Économies
Pays les moins avancés (PMA)	Angola; Bangladesh; Bénin; Burkina Faso; Cambodge; Éthiopie; Guinée; Ouganda; Malawi; Mali; Mozambique; Myanmar; Népal; RDP lao; Sénégal; Tanzanie; Zambie
Économies en développement	Afrique du Sud; Albanie; Algérie; Arabie saoudite; Royaume d'; Argentine; Azerbaïdjan; Bolivie, État plurinational de; Bosnie Herzégovine; Cameroun; Chili; Chypre; Colombie; Costa Rica; Côte d'Ivoire; Croatie; Émirats arabes unis; Équateur; Égypte; El Salvador; Ghana; Guatemala; Honduras; Hong Kong, Chine; Inde; Indonésie; Iraq; Jordanie; Kenya; Koweït, État du; Libye; Macédoine du Nord; Malaisie; Maroc; Mexique; Nicaragua; Nigéria; Oman; Pakistan; Panama; Paraguay; Pérou; Philippines; Qatar; République dominicaine; République libanaise; République tchèque; Serbie; Sri Lanka; Taipei chinois; Thaïlande; Trinité; Tunisie; Türkiye; Uruguay; Viet Nam
Économies développées	Allemagne; Australie; Autriche; Belgique; Brésil; Bulgarie; Canada; Corée, République de; Danemark; Espagne; Finlande; France; Grèce; Hongrie; Irlande; Israël; Italie; Japon; Lituanie; Pays Bas; Norvège; Nouvelle Zélande; Pologne; Portugal; Roumanie; Singapour; Slovaquie; Suède; Suisse; Royaume Uni; États Unis d'Amérique

9 L'initiative "Data for Good" de Meta: <https://dataforgood.facebook.com/dfg/tools>.

Tableau 2. MPME ayant déclaré utiliser les plates formes numériques

Économie	Utilisation des plates formes numériques	Économie (2)	Utilisation des plates formes numériques (3)	Économie (3)	Utilisation des plates formes numériques (4)
Afrique du Sud	85%	Éthiopie	83%	Nouvelle-Zélande	94%
Albanie	84%	Finlande	92%	Oman	79%
Algérie	73%	France	81%	Ouganda	87%
Allemagne	92%	Ghana	82%	Pakistan	82%
Angola	78%	Grèce	90%	Panama	91%
Arabie saoudite, Royaume d'	78%	Guatemala	93%	Paraguay	88%
Argentine	85%	Guinée	78%	Pays-Bas	90%
Australie	93%	Honduras	88%	Pérou	90%
Autriche	92%	Hong Kong, Chine	88%	Philippines	82%
Azerbaïdjan	81%	Hongrie	92%	Pologne	86%
Bangladesh	81%	Inde	85%	Portugal	89%
Belgique	90%	Indonésie	82%	Qatar	87%
Bénin	83%	Iraq	83%	RDP lao	84%
Bolivie	90%	Irlande	93%	République dominicaine	85%
Bosnie Herzégovine	81%	Israël	91%	République tchèque	88%
Brésil	89%	Italie	88%	Roumanie	91%
Bulgarie	81%	Japon	74%	Royaume Uni	93%
Burkina Faso	80%	Jordanie	78%	Sénégal	81%
Cambodge	82%	Kenya	87%	Serbie	88%
Cameroun	84%	Koweït, État du	83%	Singapour	90%
Canada	92%	Liban	76%	Slovaquie	90%
Chili	91%	Libye	80%	Sri Lanka	91%
Chypre	91%	Lituanie	91%	Suède	92%
Colombie	86%	Macédoine	85%	Suisse	93%
Corée, République de	87%	Malaisie	90%	Taipei chinois	87%
Costa Rica	92%	Malawi	86%	Tanzanie	84%
Côte d'Ivoire	81%	Mali	79%	Thaïlande	81%
Croatie	92%	Maroc	81%	Trinité	92%
Danemark	95%	Mexique	90%	Tunisie	78%
Égypte	81%	Mozambique	80%	Türkiye	81%
El Salvador	92%	Myanmar	86%	Uruguay	90%
Émirats arabes Unis	83%	Népal	83%	Viet Nam	90%
Équateur	91%	Nicaragua	89%	Zambie	83%
Espagne	85%	Nigéria	90%		
États Unis d'Amérique	92%	Norvège	93%		

Tableau 3. Finalité d'usage des plates formes numériques parmi les MPME qui vendent uniquement sur le marché intérieur, par région

Régions	Publicité	Communication	Vente ou achat de marchandises ou de services	Effectuer ou recevoir des paiements	Interactions avec le gouvernement	Développement de produit ou de service
Afrique et Moyen-Orient	34%	23%	14%	12%	6%	11%
Asie	29%	23%	15%	15%	5%	13%
Europe	28%	27%	13%	15%	8%	9%
Amérique du Nord	29%	25%	14%	18%	6%	8%
Océanie	25%	25%	14%	18%	8%	9%
Amérique du Sud, Amérique centrale et Caraïbes	38%	24%	13%	11%	3%	10%
Moyenne	31%	25%	14%	14%	6%	10%

Tableau 4. Finalité d'usage des plates formes numériques parmi les MPME qui vendent à l'international, par région

Régions	Publicité	Communication	Vente ou achat de marchandises ou de services	Effectuer ou recevoir des paiements	Interactions avec le gouvernement	Développement de produit ou de service
Afrique et Moyen-Orient	27%	20%	18%	14%	8%	13%
Asie	24%	20%	20%	15%	8%	14%
Europe	23%	23%	18%	18%	8%	11%
Amérique du Nord	23%	21%	19%	18%	9%	10%
Océanie	23%	21%	18%	18%	8%	12%
Amérique du Sud, Amérique centrale et Caraïbes	30%	23%	15%	16%	5%	11%
Moyenne	25%	22%	18%	16%	8%	12%

Tableau 5. MPME ayant répondu “oui” à la question “Au cours des 12 derniers mois, avez vous suivi une formation pour améliorer votre technologie?”

Afrique du Sud	47%	Éthiopie	60%	Norvège	36%
Albanie	44%	Finlande	39%	Nouvelle-Zélande	43%
Algérie	47%	France	27%	Oman	53%
Allemagne	42%	Ghana	57%	Ouganda	52%
Angola	57%	Grèce	43%	Pakistan	51%
Arabie saoudite	45%	Guatemala	60%	Panama	58%
Argentine	55%	Guinée	58%	Paraguay	58%
Australie	39%	Honduras	56%	Pays-Bas	30%
Autriche	42%	Hong Kong, Chine	36%	Pérou	59%
Azerbaïdjan	42%	Hongrie	42%	Philippines	48%
Bangladesh	53%	Inde	45%	Pologne	32%
Belgique	36%	Indonésie	43%	Portugal	43%
Bénin	51%	Iraq	47%	Qatar	44%
Bolivie	74%	Irlande	40%	République dominicaine	61%
Bosnie-Herzégovine	40%	Israël	44%	République tchèque	43%
Brésil	55%	Italie	44%	Roumanie	37%
Bulgarie	37%	Japon	37%	Royaume-Uni	32%
Burkina Faso	52%	Jordanie	47%	Sénégal	52%
Cambodge	56%	Kenya	52%	Serbie	38%
Cameroun	57%	Koweït	42%	Singapour	46%
Canada	42%	Laos	37%	Slovaquie	37%
Chili	52%	Liban	43%	Sri Lanka	68%
Chypre	43%	Libye	39%	Suède	31%
Colombie	58%	Lituanie	45%	Suisse	40%
Corée du Sud	42%	Macédoine	49%	Taipei chinois	34%
Costa Rica	58%	Malaisie	45%	Tanzanie	53%
Côte d'Ivoire	47%	Malawi	43%	Thaïlande	34%
Croatie	36%	Mali	51%	Trinidad	43%
Danemark	29%	Maroc	49%	Tunisie	40%
Égypte	52%	Mexique	59%	Türkiye	30%
El Salvador	57%	Mozambique	48%	Uruguay	49%
Émirats arabes Unis	52%	Myanmar	37%	Viet Nam	64%
Équateur	61%	Népal	57%	Zambie	41%
Espagne	52%	Nicaragua	55%		
États-Unis d'Amérique	46%	Nigéria	61%		

Rapport conçu par la Section de conception graphique
et événementielle.

Crédits photos:

Couverture: © Shutterstock

© Organisation mondiale du commerce 2024



Organisation mondiale du commerce
Centre William Rappard,
Rue de Lausanne 154 CH-1211 Genève 2,
Suisse
Site Web: <https://www.wto.org/fr>

Pour en savoir plus

