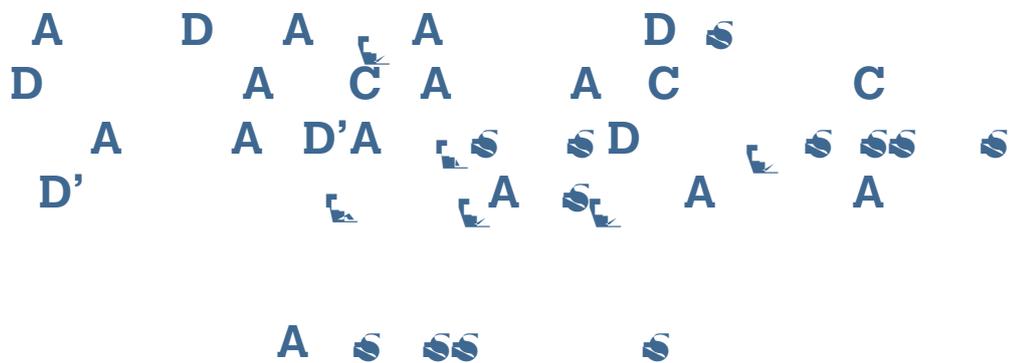




A D A A
D S D
A C A A C C
A A D'A S
S D S S S D'
A S A A A

AB D S A S

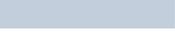
	_____	4
D C	_____	4
1. CA AC S D A S D S	_____	5
1.1 Les MPME constituent la majorité des entreprises dans toutes les économies, mais la répartition par taille varie.		5
1.2 Dans la plupart des économies, la majorité des MPME sont détenues par des hommes.		9
2. A C A D S A C C A A	_____	10
2.1 La part des MPME qui participent au commerce varie selon le niveau de développement, les petites entreprises des PMA étant celles qui échangent le plus.		10
2.2 La proportion de MPME dirigées par des femmes qui participent au commerce est inférieure à la proportion d'entreprises détenues par des femmes.		12
2.3 Les jeunes dirigeants de MPME ont tendance à participer davantage au commerce international.		13
3. D C S C S A S DA S C C A A	_____	15
3.1 Les deux principaux obstacles au commerce international sont l'accès limité à l'information et le manque de financement.		15
3.2 Les deux principales difficultés signalées par les MPME exportatrices sont la recherche de partenaires commerciaux et la compréhension des marchés étrangers.		16
C A DA S S A S C C S	_____	19
B B A	_____	22
A 1	_____	24
Description des données: enquête "Future of Business" réalisée par Meta		24
A 2	_____	25
Difficultés signalées selon l'âge, le genre et le niveau de développement économique du pays		



D'après les résultats de l'enquête, les économies en développement et les PMA ont généralement une proportion plus importante de MPME présentes sur Facebook et de microentreprises que les économies développées. Dans les PMA, 91% des entreprises présentes sur Facebook sont des MPME, contre 83% dans les économies développées.

Les résultats montrent une disparité notable entre les genres parmi les propriétaires de MPME. Dans le groupe visé par l'enquête, 63% des MPME étaient détenues ou gérées par des hommes, contre seulement 37% par des femmes.

Les jeunes dirigeants de MPME participent activement au commerce international de ces entreprises, notamment dans certaines régions. L'Afrique a la plus forte proportion de jeunes, 54% des MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce international ayant moins de 29 ans.



55 économies en développement et 17 pays moins avancés (PMA) selon la définition de la CNUCED (voir l'annexe 1 pour plus de renseignements sur l'enquête et les économies en question). L'enquête FoB est une enquête transversale dont les questions ont été élaborées conjointement avec la Banque mondiale et l'OCDE pour étudier les effets des événements actuels. Contrairement à la base de données de l'OCDE sur le commerce en fonction des caractéristiques des entreprises, qui contient des renseignements sur plusieurs années concernant les MPME de certaines économies développées, ou aux enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, qui sont menées qu'auprès d'un échantillon d'économies, en développement pour la plupart, au cours d'une année donnée, l'enquête FoB est une enquête ponctuelle qui a été menée auprès des administrateurs de pages Facebook dans les économies développées et en développement, ainsi que dans les PMA, fournissant ainsi un large échantillon de réponses à diverses questions liées aux événements actuels ou à des travaux de recherche spécifiques à un moment donné. Schneider note que si "nous avons une bonne idée de ce que pourraient être les caractéristiques démographiques des dirigeants d'entreprises qui n'utilisent pas Facebook par secteur, par genre ou par âge dans certains pays [...], pour la plupart des pays, nous ne disposons pas de ces données"; par conséquent, les résultats figurant dans la présente note sont censées être représentatives du groupe des administrateurs de pages Facebook, dont Meta a une bonne compréhension (2020) (voir l'annexe 1). Tous les résultats font référence à ce groupe d'utilisateurs de Facebook, étant entendu qu'il peut y avoir certains biais de sélection dans les entreprises qui ont une page Facebook, comme les capacités de ces entreprises, leurs ressources ou les caractéristiques démographiques de leurs propriétaires.

D'après des recherches antérieures sur ce sujet, les MPME sont moins susceptibles de faire du commerce que les grandes entreprises et les MPME des économies en développement font encore moins de commerce que les MPME des économies développées, qui en font déjà relativement peu; les femmes et les jeunes sont plus susceptibles de trouver des possibilités d'emploi dans les petites entreprises; et les MPME sont confrontées à des obstacles additionnels à l'exportation, y compris des coûts du commerce relativement plus élevés et des difficultés plus grandes pour accéder à l'information (OCDE, 2023; OMC, 2016a; OMC, 2020; OMC, 2022a; OMC, 2022b). Toutefois, ces recherches n'ont pas pu être approfondies en raison du manque de granularité et d'une couverture géographique et temporelle limitée des données collectées. L'enquête FoB de Meta fournit des données démographiques supplémentaires pour un large éventail d'économies, ce qui donne de nouveaux renseignements comparables sur les MPME dans le monde en 2022.

Le rapport est divisé en trois grandes sections. La première section donne un aperçu complet du groupe d'entreprises visé par cette enquête et examine la répartition des MPME selon les régions, les économies et le niveau de développement, y compris les caractéristiques des propriétaires de MPME telles que l'âge et le genre. La deuxième section porte sur la participation des MPME au commerce international et met en lumière cette participation dans différentes régions en fonction de la taille des entreprises. Elle examine aussi les caractéristiques que sont l'âge et le genre. Enfin, la dernière section examine les difficultés et les obstacles rencontrés par les MPME dans le commerce international, présente ce que les résultats obtenus impliquent pour les décideurs et formule des recommandations visant à aider les MPME à accéder à de nouveaux marchés et à élargir leurs possibilités commerciales.

1. CA AC S S D A S D S

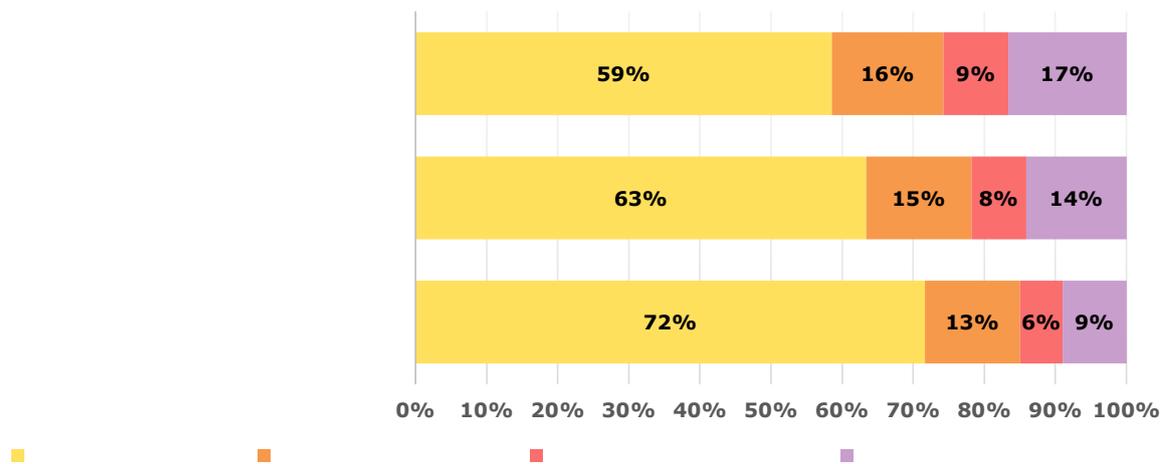
1.1

Les résultats de l'enquête réalisée par Meta en mars 2022 mettent en évidence des différences notables dans la répartition des entreprises par taille selon les économies, les régions et le niveau de développement. Dans cette enquête, les entreprises étaient classées en huit catégories de taille différentes, allant des entreprises individuelles aux grandes entreprises d'au moins 500 salariés. La présente note de recherche reclasse ces entreprises selon les catégories suivantes: microentreprises (moins de 10 salariés), petites entreprises (de 10 à 49 salariés), moyennes entreprises (de 50 à 249 salariés) et grandes entreprises (au moins 250 salariés).

Dans l'ensemble, les MPME représentent la plupart des entreprises présentes sur Facebook, quel que soit le niveau de développement du pays. Toutefois, la proportion de MPME présentes sur Facebook est apparemment inversement proportionnelle au niveau de développement, la proportion la plus élevée étant enregistrée dans les PMA (91% des entreprises interrogées), devant les économies en développement (86%) et les économies développées (83%) (voir la figure 1).

A.

Figure 1: Répartition des entreprises présentes sur Facebook, par taille et par niveau de développement



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

S'agissant des différences régionales, l'Afrique et le Moyen-Orient affichent une proportion relativement plus élevée de MPME présentes sur Facebook, qui représentent environ 90% de l'ensemble des entreprises, les microentreprises constituant la part la plus importante puisqu'elles représentent 69% des entreprises de la région. De la même manière, l'Asie et la région de l'Amérique du Sud, de l'Amérique centrale et des Caraïbes affichent elles aussi une proportion relativement plus élevée de microentreprises présentes sur Facebook, ces dernières représentant environ 63% de l'ensemble des entreprises visées par l'enquête dans ces régions. L'Amérique du Nord affiche la proportion de MPME présentes sur Facebook la plus faible (80%), et la part des microentreprises était aussi comparativement inférieure (56%) (voir la figure 2).

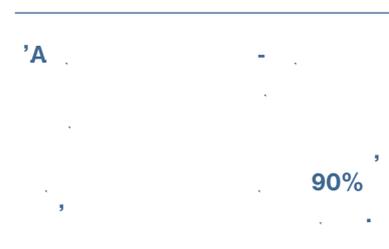
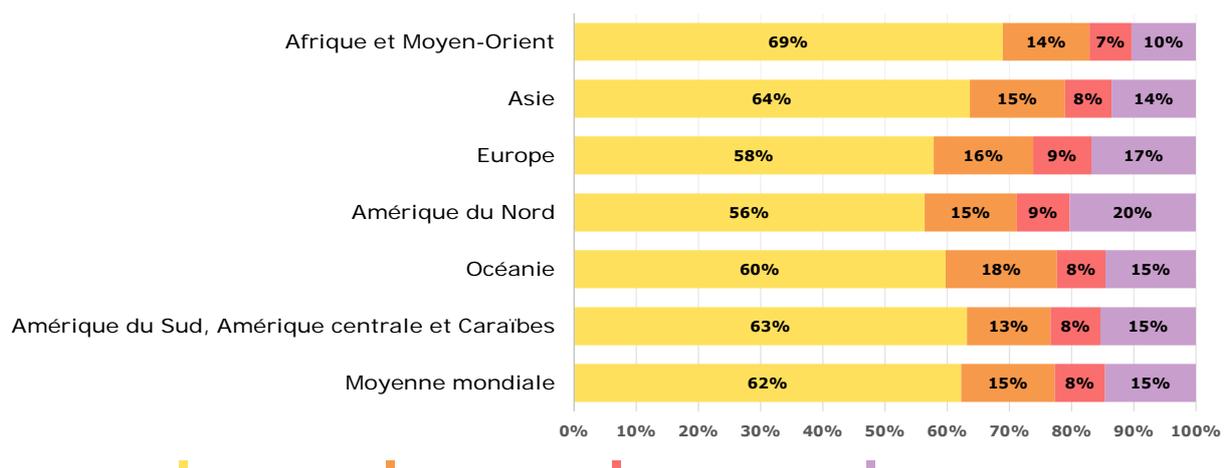


Figure 2: Répartition des entreprises présentes sur Facebook, par région



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

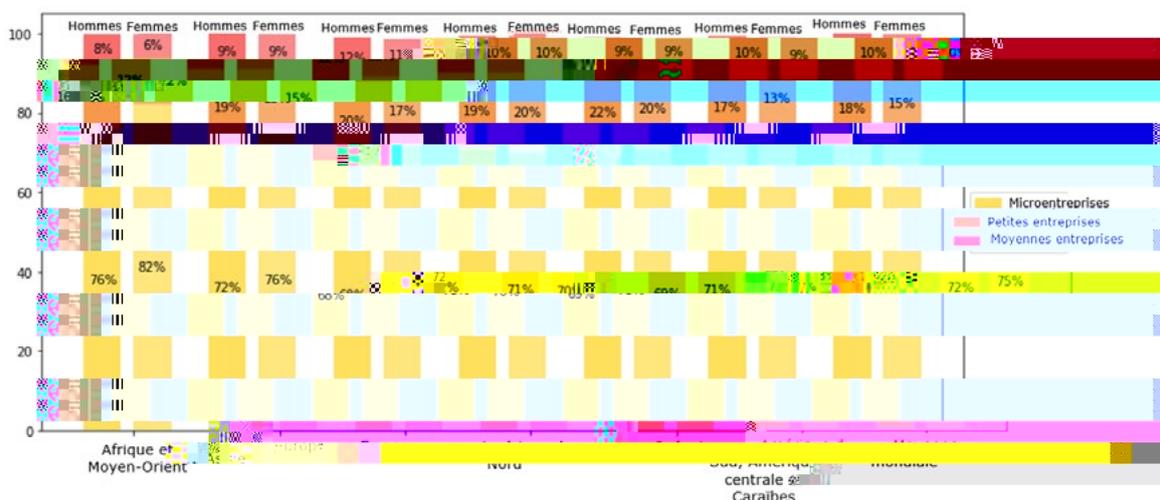
La répartition des entreprises par taille varie d'une économie à l'autre. Alors que les MPME représentent plus de 95% de l'ensemble des entreprises présentes sur Facebook dans des économies comme l'Angola, la Libye, l'Ouganda et la Macédoine, elles représentent moins de 77% de ces entreprises dans des économies telles que le Qatar, la République tchèque, le Viet Nam, l'Allemagne et les États-Unis. On observe aussi des variations dans la répartition des entreprises par taille au sein de la catégorie des MPME. Par exemple, au Viet Nam, les microentreprises représentent seulement 47% du nombre total d'administrateurs de pages Facebook, contre plus de 86% en Angola. De même, la proportion de petites entreprises diffère aussi d'une économie à l'autre. L'Azerbaïdjan, les Émirats arabes unis, la Norvège et la Bosnie-Herzégovine ont une proportion plus élevée de petites entreprises, à savoir plus de 20%, ce qui représente le double de celle observée en Zambie et au Mozambique, où ces entreprises ne représentent que 9% des administrateurs de pages Facebook. Par ailleurs, pour ce qui est des moyennes entreprises, la Lituanie et le Qatar affichent une proportion supérieure à 15%, soit beaucoup plus que la proportion moyenne de 8% (voir les figures 3a et 3b).

Ces résultats font ressortir une tendance selon laquelle les économies en développement et les PMA ont généralement une proportion plus élevée de MPME présentes sur Facebook et une proportion de microentreprises plus importante que les économies développées. En outre, au niveau régional, l'Afrique et le Moyen-Orient, ainsi que l'Asie, présentent une proportion plus élevée de MPME présentes sur Facebook et les microentreprises sont très présentes dans ces régions. Les résultats indiquent une plus grande prévalence de l'entrepreneuriat à petite échelle dans ces régions, ce qui concorde avec des recherches antérieures montrant que les économies en développement ont une proportion plus importante de microentreprises et de PME en raison de la prévalence de l'agriculture à petite échelle et d'autres secteurs à forte intensité de main-d'œuvre (Cabral et Mata, 2003; Yang et Chen, 2009).

Figure 3a. Proportion de MPME présentes sur Feneu F



Figure 5. Répartition des MPME présentes sur Facebook, par genre



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

2. A C A D S A C C A A

2.1

A

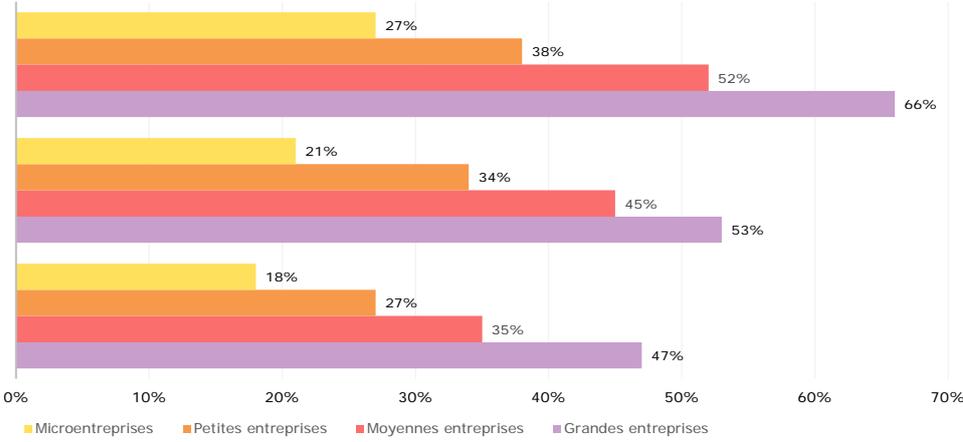
Dans l'ensemble, 24% des MPME ont dit participer au commerce international, ce qui indique que ce commerce n'est pas encore très répandu parmi les MPME au niveau mondial et qu'il existe donc un fort potentiel de croissance et d'expansion à cet égard.⁵ La proportion d'entreprises qui participent au commerce augmente généralement avec la taille de l'entreprise pour tous les niveaux de développement, ce qui donne à penser que, parmi les MPME, les entreprises de plus grande taille sont plus susceptibles de participer au commerce que les entreprises de plus petite taille (voir la figure 6).

24%

Cette constatation concorde avec les études antérieures menées par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 2016 et 2022, lesquelles ont montré qu'il existait effectivement une relation entre la taille des entreprises et leur participation au commerce. Pour tous les niveaux de développement, ce sont les PMA qui ont la proportion de MPME participant au commerce international la plus élevée, à savoir 27% des microentreprises, 38% des petites entreprises et 52% des entreprises de taille moyenne, devant les économies en développement, où les proportions par taille d'entreprise sont inférieures de 4 à 6 points de pourcentage (21%, 34% et 45%, respectivement), et les économies développées, où les proportions de MPME commerçantes sont nettement moindres (18%, 27% et 35%). Cette observation concorde avec des études antérieures qui montrent que les PMA représentent une part plus importante des exportations directes dans les ventes totales que la plupart des économies en développement (OMC, 2016). Deux facteurs peuvent expliquer pourquoi les MPME des PMA sont plus susceptibles de participer au commerce, à savoir l'accès au traitement en franchise de droits et sans contingent (FDS) accordé par la plupart des économies développées et même par un nombre croissant d'économies en développement (ONU, non daté), ainsi que le faible niveau de la demande intérieure dans les PMA, ce qui peut amener les entreprises à chercher des clients à l'étranger.

⁵ Cette constatation est semblable à celle des Perspectives de l'OCDE sur l'entrepreneuriat, qui indiquent que 80% des microentreprises ne participent pas directement au commerce international (2023).

Figure 6. Administrateurs de pages Facebook ayant répondu "Oui" à la question "Votre entreprise participe-t-elle au commerce international?", par niveau de développement



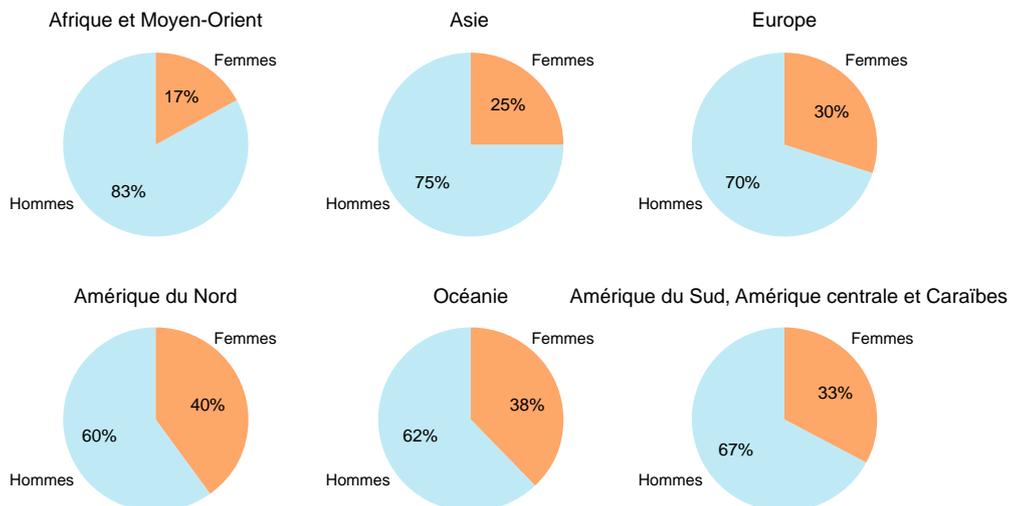
Question: Votre entreprise participe-t-elle au commerce international? (Réponse = Oui)

Note:

2.2

Tout comme les MPME sont plus susceptibles d'être dirigées par des hommes, les résultats mettent aussi clairement en évidence une sous-représentation des MPME dirigées par des femmes dans le commerce international et ce dans toutes les régions. Parmi le sous-ensemble des propriétaires ou gestionnaires de MPME qui ont répondu que leur entreprise participait au commerce international, moins de 26% sont des femmes, un chiffre inférieur à la proportion de MPME détenues par des femmes, qui représentaient 37% des entreprises en moyenne. Même dans les régions où il y a relativement plus de femmes que d'hommes propriétaires de MPME, comme l'Amérique du Nord et l'Océanie, la proportion de MPME détenues par des femmes qui participent au commerce ne dépasse pas 40% (voir la figure 8).

Figure 8. MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce, par genre et par région



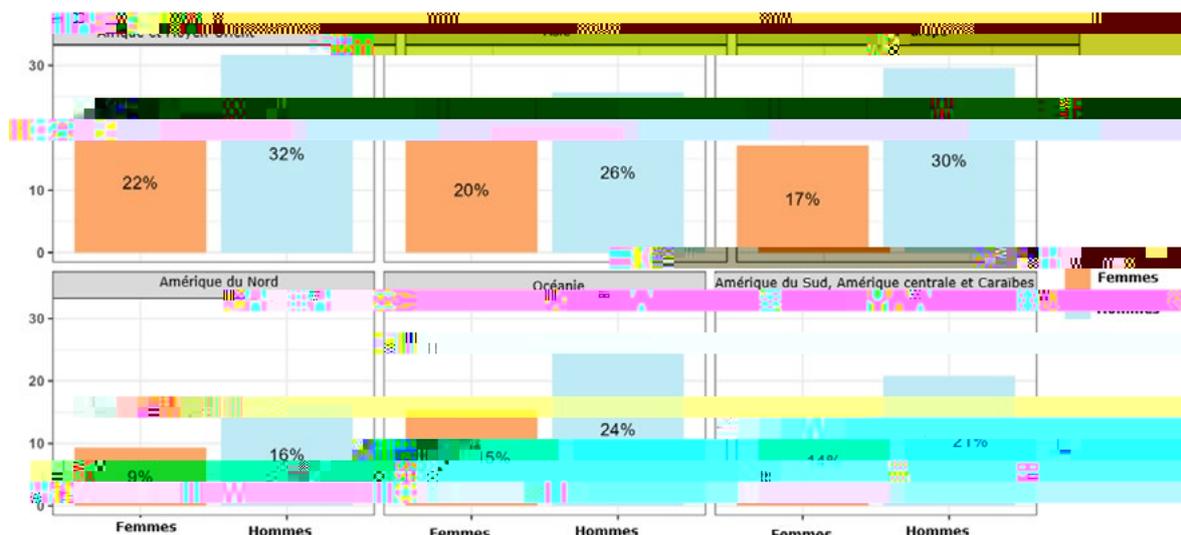
Question: Votre entreprise participe-t-elle au commerce international? (Réponse = Oui)

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

Les réponses à la question "Votre entreprise participe-t-elle au commerce international?" montrent une disparité notable chez les femmes propriétaires ou gestionnaires de MPME. Seulement 17% des femmes entrepreneurs ont indiqué qu'elles participaient au commerce international, contre 28% en moyenne pour leurs homologues masculins. En Amérique du Nord, le pourcentage de MPME présentes sur Facebook dirigées par des femmes qui participent au commerce international est particulièrement faible puisqu'il est de seulement 9%, contre 16% pour les MPME dirigées par des hommes. De la même manière, en Europe, la représentation des femmes dans le commerce international s'élève à 17%, soit beaucoup moins que les 30% de MPME présentes sur Facebook dirigées par des hommes. Cette tendance persiste dans d'autres régions, y compris l'Asie, l'Océanie, l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale, où la participation des MPME dirigées par des femmes au commerce international est inférieure à celle des MPME dirigées par des hommes (voir la figure 9).⁶

⁶ Les conclusions de l'OCDE basées sur la même enquête Facebook indiquent elles aussi une plus grande propension des entreprises dirigées par des hommes à exporter, puisque 19% de ces entreprises exportent, contre 11% des entreprises dirigées par des femmes (OCDE, 2023).

Figure 9. MPME présentes sur Facebook ayant répondu "Oui" à la question "Votre entreprise participe-t-elle au commerce international?", par genre et par région



Question: Votre entreprise participe-t-elle au commerce international? (Réponse = Oui)

Note: Le chiffre indiqué représente le pourcentage de MPME ayant répondu "oui" à la question, par genre dans la région indiquée.

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

Les résultats mettent en évidence la disparité persistante entre les genres et la nécessité d'offrir un soutien continu et de créer des possibilités pour permettre aux femmes entrepreneurs de participer au commerce international et de prospérer dans ce domaine. Des efforts sont déployés au niveau des politiques nationales pour soutenir les femmes entrepreneurs en facilitant l'accès au financement, à la formation, au renforcement des capacités et aux marchés publics (der Boghossian, 2019; der Boghossian 2023). Fait important, des recherches menées récemment par GEM indiquent aussi que les femmes entrepreneurs, bien que moins nombreuses que les hommes entrepreneurs, restent actives sur les marchés internationaux puisqu'elles sont 43% en Amérique latine et dans les Caraïbes et 41% en Europe à être présentes sur ces marchés (GEM, 2023). Cela indique en outre que les efforts doivent se poursuivre pour accroître l'internationalisation des entreprises dirigées par des femmes.

2.3

La répartition par tranche d'âge des dirigeants de MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce international montre que ces dirigeants ont tendance à être relativement plus jeunes, ce qui donne à penser que les jeunes dirigeants de MPME participent activement à ce commerce, notamment dans certaines régions. L'Afrique a la plus grande proportion de jeunes, puisque 54% des dirigeants de MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce international ont moins de 29 ans (contre une moyenne mondiale de 28%) et 96% des dirigeants de MPME africaines présentes sur Facebook qui font du commerce ont moins de 49 ans (voir la figure 10). À titre de comparaison, 52% des dirigeants de l'ensemble des MPME africaines présentes sur Facebook ont moins de 29 ans (contre 32% seulement au niveau mondial), ce qui indique un taux de participation au commerce beaucoup plus élevé dans ce groupe particulier de MPME africaines présentes sur Facebook.

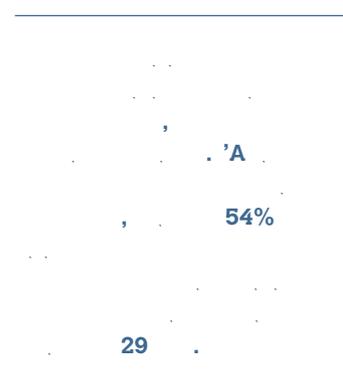
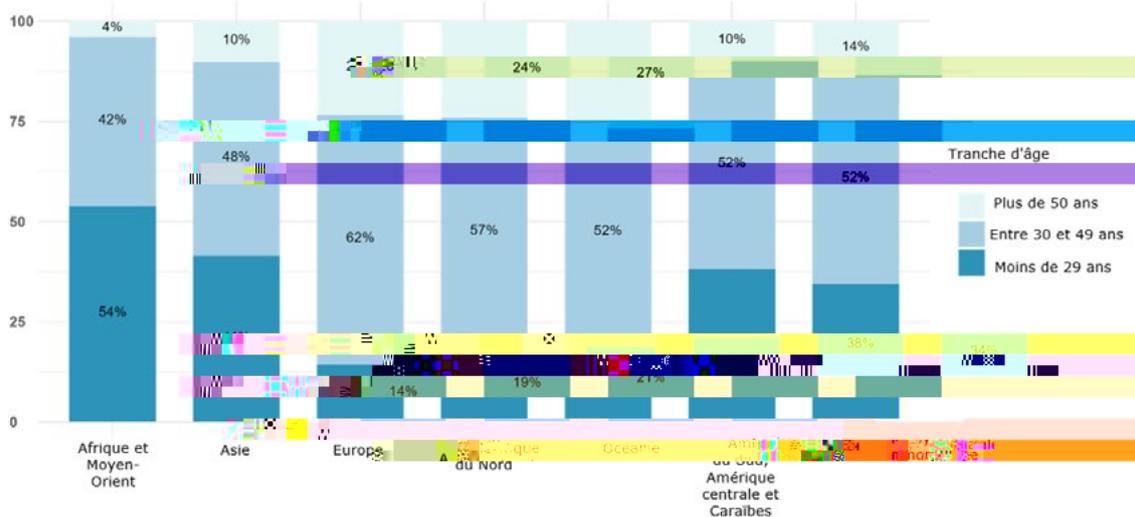


Figure 10. Âge des dirigeants de MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce international, par région



Question: Votre entreprise participe-t-elle au commerce international? (Réponse = Oui)

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

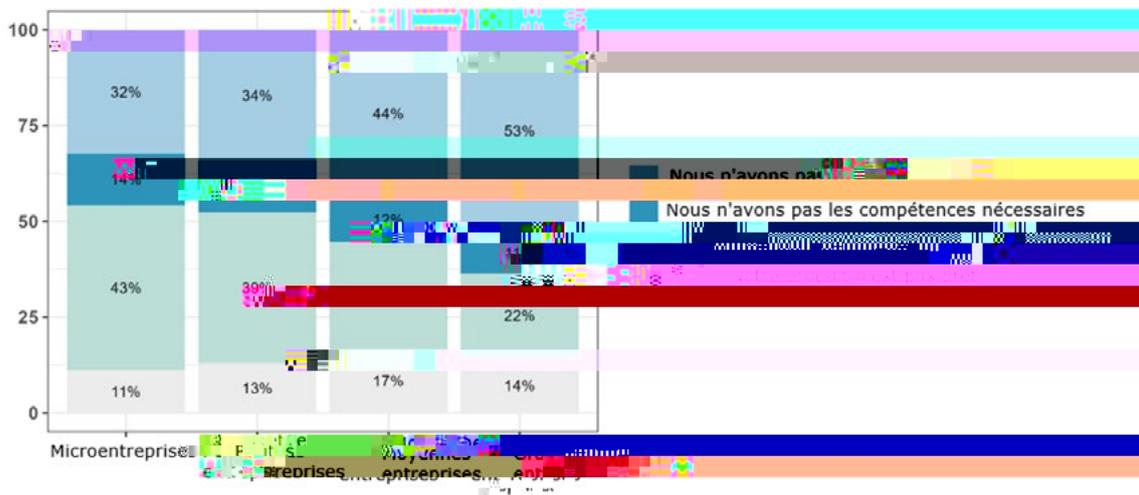
Toutefois, il est important de noter que la répartition par tranche d'âge peut varier en fonction des caractéristiques démographiques des MPME dans une région ou une économie donnée. Par exemple, l'Afrique est connue pour avoir la population la plus jeune au monde, des rapports de l'OCDE indiquant que les jeunes (âgés de moins de 30 ans) représentent plus de la moitié de la population de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, contre 36% de la population des membres de l'OCDE (OCDE, 2022). En outre, les jeunes propriétaires de MPME sont probablement plus susceptibles d'être présents sur les réseaux sociaux et représentent donc une plus grande part des utilisateurs de Facebook.

Quoi qu'il en soit, la participation des jeunes au commerce peut favoriser dans une large mesure un commerce plus

3.1

Selon l'enquête, il existe plusieurs raisons pour lesquelles les entreprises de différentes tailles ne participent pas au commerce international, y compris le manque de renseignements nécessaires, le besoin de financement, le niveau de préparation des produits et l'absence de compétences nécessaires. Le principal obstacle signalé par les MPME présentes sur Facebook est le besoin de financement. Cet obstacle est particulièrement important dans le cas des micro et petites entreprises: 43% et 39% des entreprises de ces catégories, respectivement, ont exprimé des préoccupations concernant l'obtention d'un financement adéquat. Les moyennes et grandes entreprises présentes sur Facebook reconnaissent aussi l'importance du financement, mais dans une mesure relativement moindre. Un autre obstacle commun au commerce international est le manque de renseignements nécessaires. Cet obstacle est particulièrement important pour les grandes entreprises présentes sur Facebook: plus de la moitié d'entre elles indiquent qu'il s'agit d'une entrave. Si les micro, petites et moyennes entreprises présentes sur Facebook reconnaissent aussi cette difficulté, la part d'entre elles qui le mentionnent est légèrement moins élevée (voir la figure 11).

Figure 11. Principales raisons pour lesquelles les entreprises présentes sur Facebook ne participent pas au commerce international, par taille d'entreprise

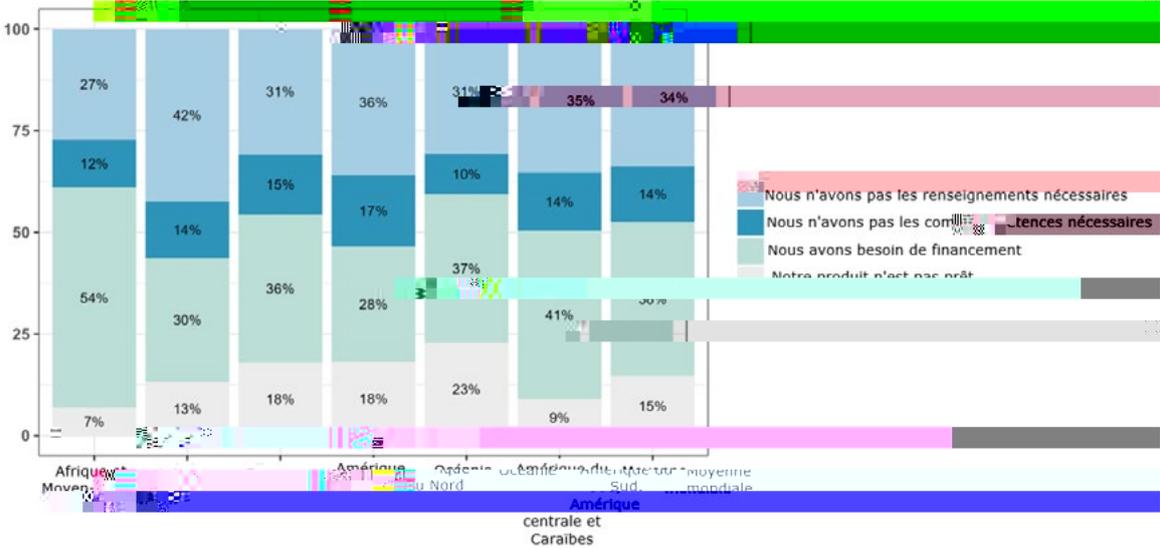


Question: Votre entreprise a-t-elle envisagé de vendre des marchandises ou des services dans d'autres pays? (Réponse: Oui, mais notre produit n'est pas prêt; Oui, mais nous n'avons pas les compétences nécessaires; Oui, mais nous n'avons pas les renseignements nécessaires; Oui, mais nous aurions besoin de financement)

Note: Les chiffres représentent la part des entreprises de la taille indiquée ayant mentionné la difficulté en question. Ils tiennent uniquement compte des réponses données par les entreprises qui ont envisagé de participer au commerce international mais qui ne l'ont pas encore fait. Les deux autres réponses, à savoir "Non, pour une raison qui n'est pas mentionnée ici" et "Non, notre produit n'est pas adapté à l'exportation", sont exclues.

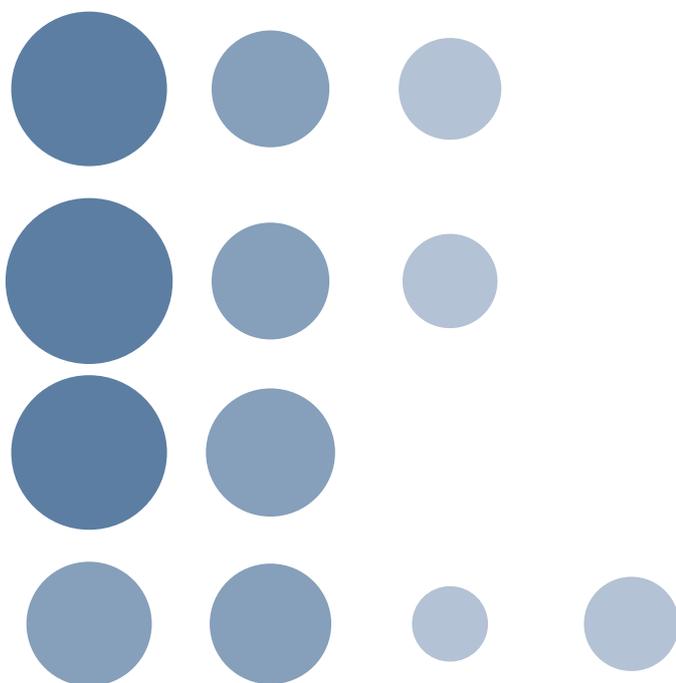
Les difficultés les plus souvent mentionnées par les MPME varient selon les régions. En Afrique et au Moyen-Orient, en Europe, en Océanie, et en Amérique du Sud, en Amérique centrale et dans les Caraïbes, la raison la plus souvent citée est signalé par les 1.8

Figure 12. Principales raisons pour lesquelles les MPME présentes sur Facebook ne participent pas au commerce international, par région



Question: Votre entreprise a-t-elle envisagé de vendre des marchandises ou des services dans d'autres pays? (Réponse: Oui, mais notre produit n'est pas prêt; Oui, mais nous n'avons pas les compétences nécessaires; Oui, mais nous n'avons pas les renseignements nécessaires; Oui, mais nous avons besoin de financement)

Note:





Les difficultés identifiées en fonction des caractéristiques démographiques des MPME présentes sur Facebook qui participent au commerce international varient légèrement. Bien que la recherche de partenaires commerciaux dans d'autres pays et la compréhension des marchés étrangers constituent les deux principales difficultés, quelle que soit la façon dont les données ont été examinées (par niveau de développement du pays ou selon l'âge ou le genre des dirigeants des MPME présentes sur Facebook), les difficultés arrivant en troisième position apportent des éclaircissements et des indications inattendues. Si l'on examine les données en fonction du niveau de développement (pays développé, pays en développement ou PMA), le financement constitue la troisième difficulté la plus importante dans les économies en développement et les PMA, tandis que la connaissance des réglementations étrangères est une préoccupation plus importante dans les économies développées. Si l'on examine les difficultés en fonction de l'âge des dirigeants des entreprises, deux différences se dégagent. Premièrement, le financement est la principale préoccupation des dirigeants de MPME présentes sur Facebook âgés de moins de 30 ans, mais représente une préoccupation moins importante pour les dirigeants plus âgés. Deuxièmement, l'accès à Internet constitue une difficulté majeure pour les dirigeants de plus de 50 ans et pour les jeunes dirigeants, tandis qu'il s'agit de la difficulté la moins souvent mentionnée par les dirigeants des MPME présentes sur Facebook âgés de 30 à 49 ans. Enfin, et contrairement aux conclusions selon lesquelles les femmes rencontrent plus de difficultés pour accéder au financement (OMC, 2020), les MPME présentes sur Facebook dirigées par des hommes et participant au commerce international ont classé l'accès au financement au troisième rang de leurs difficultés, tandis que les entreprises présentes sur Facebook dirigées par des femmes ont classé cette difficulté après la connaissance des réglementations étrangères et nationales, ce qui donne à penser que l'accès à l'information pourrait être un problème encore plus pressant pour le commerce (voir l'annexe 2 sur les difficultés signalées selon l'âge et le genre des dirigeants de MPME et le niveau de développement économique du pays d'implantation des entreprises). Cela ne veut pas dire que l'accès au financement n'est pas un problème aussi important pour les MPME dirigées par des femmes que pour celles dirigées par des hommes, mais plutôt que les entreprises dirigées par des femmes se heurtent aussi à d'autres problèmes urgents. En fait, la pandémie de COVID-19 a encore réduit l'accès des femmes au financement (der Boghossian et Bahri, 2023) et, selon une enquête menée par GEM en 2022, les problèmes de financement étaient l'une des principales causes poussant les entreprises dirigées par des femmes à quitter le marché (GEM, 2023).

C A DA S S A S C C S

Les variations régionales concernant la répartition des MPME présentes sur Facebook, la représentation des genres et la dynamique du commerce international montrent qu'il convient de trouver des solutions stratégiques sur mesure. D'après les conclusions exposées dans le présent rapport, plusieurs recommandations stratégiques essentielles peuvent contribuer à répondre aux difficultés identifiées et à encourager la participation des MPME au commerce international. Ces recommandations visent à favoriser la participation à un commerce inclusif et durable tout en ciblant les questions spécifiques mises en avant dans l'étude.

Premièrement, il est essentiel de répondre aux difficultés de financement rencontrées par les MPME. Un accès insuffisant au financement nuit souvent directement à la capacité de ces entreprises de participer au commerce international (OMC, 2019). De nombreux programmes ont été mis en place par les organisations internationales, la Société financière internationale (SFI), les banques régionales de développement et les gouvernements nationaux. L'accès au financement reste toutefois une difficulté majeure pour de nombreuses MPME. Afin d'encourager la mise en œuvre d'autres mesures, au début de l'année 2023, le World Trade Board a publié une feuille de route sur l'inclusion financière dans le commerce contenant diverses recommandations pour orienter l'action politique. Divers programmes et initiatives de soutien répondent aux besoins et difficultés spécifiques des MPME des économies en développement et des PMA. Par exemple, l'Initiative Aide pour le commerce est un mécanisme efficace qui aide les économies en développement, notamment les PMA, à renforcer leurs capacités commerciales et à obtenir un financement pour entrer sur les marchés mondiaux. Le Cadre intégré renforcé (CIR), en tant que programme d'Aide pour le commerce, est spécifiquement destiné aux PMA et vise à aider ces pays à utiliser le commerce comme moteur de développement durable, de réduction de la pauvreté et de croissance économique.

Il est important de reconnaître qu'il n'existe pas d'approche universelle en ce qui concerne l'élaboration de politiques visant à aider les MPME à participer au commerce international. Compte tenu de la diversité qui caractérise les MPME et des variations dans les contextes régionaux, les interventions politiques devraient être conçues en tenant soigneusement compte des différences démographiques et régionales.

Les conclusions figurant dans la présente note de recherche montrent à quel point il est important d'améliorer l'accès à l'information et au financement pour les MPME, puisque ce sont-là des obstacles majeurs à la participation de ces entreprises au commerce international. En outre, la sous-représentation des MPME dirigées par des femmes et la plus forte participation au commerce des jeunes dirigeants montrent qu'il est nécessaire d'appliquer des politiques tenant compte des questions de genre et axées sur les jeunes. Les méthodes collaboratives et les mesures de soutien, comme l'établissement de réseaux d'entreprises, la promotion des partenariats et la promotion de la formation à l'entrepreneuriat, peuvent faciliter la participation des MPME au commerce. En outre, les interventions des responsables politiques en faveur de l'inclusion dans le commerce international devraient tenir compte des diverses caractéristiques des MPME et des différences régionales concernant ces entreprises pour garantir l'efficacité du soutien.

En répondant à ces difficultés et en mettant en œuvre des politiques adaptées, les économies peuvent libérer le potentiel des MPME, promouvoir un commerce inclusif et favoriser une croissance économique durable. Aider les MPME à participer E à s au com de la diversit qui caPM41 acitent Pdes à s au des à s au(être conçues en tacitent))TJ-O.enant soigneuse (E et des acitent))TJ-O.1ifférencee



OCDE (2021a), "Trade finance for SMEs in the digital era", OECD SME and Entrepreneurship Papers, numéro 24, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/e505fe39-en>.

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

La présente note de recherche s'appuie sur l'enquête "Future of Business" (FoB), qui a été menée dans le cadre de l'initiative "Data for Good" de Meta,¹¹ en collaboration avec la Banque mondiale et l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pendant la période 2017-2022. La Banque mondiale et l'OCDE ont largement utilisé les enquêtes de Meta sur les petites entreprises pour mener des recherches sur les effets de la COVID-19, le commerce électronique et la numérisation des MPME, mais pas explicitement à des fins de recherche sur le commerce (voir, par exemple, Goldstein et al. 2022; OCDE 2023; OCDE 2021a; OCDE 2021b; OCDE/Commission européenne 2021; OCDE 2019. Une liste complète des travaux de recherche qui utilisent les enquêtes de Meta sur les petites entreprises est disponible sur la page Web de Data for Good). Les données proviennent de l'édition de mars 2022 de l'enquête FoB, qui contient plus de questions relatives au commerce international que les éditions précédentes et permet d'effectuer une analyse sur la base de facteurs tels que le genre et l'âge. En outre, ces données permettent de distinguer et d'examiner les tendances en matière de numérisation, en particulier dans le contexte du commerce international.

Au total, 161 904 participants de 103 économies à tous les niveaux de développement (pays les moins avancés (PMA), économies en développement et économies développées) ont répondu à l'enquête FoB de mars 2022 (voir le tableau 3 pour la classification de toutes les économies interrogées). Afin qu'il n'y ait pas de doublons, les participants ciblés n'ont pas pu participer à une autre enquête pendant une période pouvant aller jusqu'à six mois, qu'ils aient répondu à cette enquête ou non. L'économie qui a fourni le plus grand nombre de réponses est l'Inde, avec 3 623 participants, et l'économie qui en a fourni le moins est le Panama, avec 362 participants.

Les données utilisées pour le présent document ont été agrégées et pondérées à partir des réponses à l'enquête menée auprès des administrateurs de pages Facebook de petites et moyennes entreprises (PME) et des catégories générales d'utilisateurs de Facebook (Schneider, 2020). Les pondérations pour la non-réponse dans le cadre de l'enquête s'appuient sur une connaissance approfondie du groupe des administrateurs de pages Facebook et donnent des indications représentatives concernant ce groupe. Néanmoins, étant donné que les personnes ayant répondu à l'enquête sont des administrateurs de pages Facebook qui se définissent comme propriétaires ou gestionnaires d'entreprise, il est important de reconnaître que des biais peuvent exister, notamment en ce qui concerne les taux d'utilisation des technologies numériques: il se peut que les données de l'enquête reflètent principalement les expériences et les points de vue de personnes qui utilisent activement les technologies numériques, notamment les réseaux sociaux. Il est essentiel de tenir compte de cette limitation pour interpréter les conclusions de l'enquête et tirer des conclusions générales sur le paysage des MPME au sens large. En outre, ces conclusions ne sont pas censées être représentatives de l'ensemble de la population des entreprises de chaque économie.

Tableau 3. Niveau de développement selon la classification de la CNUCED

Niveau de développement	Économies
Pays les moins avancés (PMA)	Angola; Bangladesh; Bénin; Burkina Faso; Cambodge; Éthiopie; Guinée; Malawi; Mali; Mozambique; Myanmar; Népal; Ouganda; RDP lao; Sénégal; Tanzanie; Zambie
Économies en développement	Afrique du Sud; Albanie; Algérie; Arabie saoudite; Argentine; Azerbaïdjan; Bolivie, État plurinational de; Bosnie-Herzégovine; Cameroun; Chili; Chypre; Colombie; Costa Rica; Côte d'Ivoire; Croatie; Égypte; El Salvador; Émirats arabes unis; Équateur; 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-et-Tobago; Tunisie; Turquie; Uruguay; Viet Nam
Économies développées	Allemagne; Australie; Autriche; Belgique; Brésil; Bulgarie; Canada; Corée, République de; Danemark; Espagne; États-Unis d'Amérique; Finlande; France; Grèce; Hongrie; Irlande; Israël; Italie; Japon; Lituanie; Norvège; Nouvelle-Zélande; Pays-Bas; Pologne; Portugal; Roumanie; Royaume-Uni; Singapour; Slovaquie; Suède; Suisse

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>
