

Comprendre l'utilisation des téléphones mobiles par les femmes micro- entrepreneures pour leurs activités commerciales



Ce rapport décrit :

- Les facteurs qui déterminent l'adoption et l'utilisation des téléphones portables pour les entreprises parmi les micro-entrepreneurs
- Le fossé hommes-femmes en matière de technologie mobile parmi les micro-entrepreneurs
- L'utilisation actuelle des téléphones portables pour les entreprises par les femmes entrepreneures
- Les obstacles à l'utilisation des téléphones portables par les femmes micro-entrepreneurs
- Les possibilités d'éliminer les obstacles et de mieux atteindre les femmes micro-entrepreneurs avec le téléphone portable

Trois principaux types d'entrepreneurs sont apparus :

- 1. Les entrepreneurs axés sur la subsistance :**
Ils cherchent à satisfaire leurs besoins essentiels et à joindre les deux bouts
- 2. Affaires courantes :**
Intéressés par le développement de leur entreprise mais limités par de multiples défis
- 3. Très motivés :**
Visent à développer leur entreprise et peuvent exploiter de nouvelles opportunités avec moins de contraintes

Les résultats clés

1. Les femmes micro-entrepreneures sont moins susceptibles que les hommes d'utiliser un téléphone portable pour leur activité professionnelle, même lorsqu'elles utilisent un dans leur activité personnelle.
2. La plupart des femmes micro-entrepreneures possèdent un téléphone portable, mais dans certains pays, un nombre remarquable de femmes en empruntent un pour leur activité professionnelle.
3. Si la «volonté d'entreprendre» d'un micro-entrepreneur est le facteur le plus déterminant pour savoir si et dans quelle mesure il utilise un téléphone portable à des fins professionnelles, les femmes micro-entrepreneures sont confrontées à davantage de contraintes pour concrétiser cette volonté à réaliser cette motivation.
4. Les cas d'utilisation qui motivent l'utilisation professionnelle d'un téléphone portable par les micro-entrepreneurs sont : la communication avec les clients et les fournisseurs ; la commercialisation ou la promotion de produits ou de services ; l'acquisition de nouvelles compétences ou la recherche d'inspiration ; et l'utilisation de moyens financiers numériques.
5. Les appels en réseau sont le principal moyen utilisé par les micro-entrepreneurs de tous les pays de l'enquête. Les micro-entrepreneurs utilisent un téléphone portable pour communiquer avec les clients et les fournisseurs, surtout les femmes. D'autres canaux, notamment la messagerie instantanée et les appels vidéo, sont beaucoup moins utilisés.
6. Tous les micro-entrepreneurs interrogés savaient qu'un téléphone portable pouvait être utilisé pour communiquer avec les clients et les fournisseurs, mais une proportion importante d'entre eux ne connaissaient pas les différentes autres façons d'utiliser un téléphone portable pour faire fonctionner leur entreprise, en particulier les femmes.

- 7.** Les principaux obstacles qui empêchent les micro-entrepreneurs qui possèdent un téléphone portable de commencer à l'utiliser à des fins professionnelles ou de l'utiliser davantage sont les suivants : ne pas avoir le bon type de téléphone ; la préférence pour les transactions en espèces par rapport aux transactions numériques ; le manque de confiance en soi ou de compétences numériques de sécurité.
- 8.** Les téléphones portables peuvent aider les femmes micro-entrepreneures à contourner certaines des normes sociales qui les limitent. Par exemple, ils peuvent leur permettre de contacter des clients et de payer des fournisseurs à distance depuis leur domicile, ce qui les aide à concilier leurs responsabilités domestiques et leurs besoins professionnels sans révéler leur genre, leur lieu de résidence ou leur identité. Dans les cas où les femmes ne peuvent pas se déplacer librement sans être accompagnées, les téléphones portables leur permettent de travailler, d'acquérir de nouvelles compétences ou de naviguer sur l'internet à la recherche d'idées nouvelles et d'inspiration.
- 9.** La plupart des micro-entrepreneurs qui utilisent un téléphone portable pour leur activité professionnelle déclarent qu'ils ne pourraient pas gérer leur entreprise sans téléphone portable ou qu'il leur serait plus difficile de le faire, bien que les femmes soient moins susceptibles que les hommes de le déclarer. Il est encourageant de constater qu'une fois que les femmes micro-entrepreneures commencent à utiliser un téléphone portable à des fins professionnelles, elles sont susceptibles de l'utiliser pour toute une série d'activités professionnelles.

Les cinq cas d'utilisation les plus signalés parmi les micro-entrepreneurs utilisant un téléphone portable dans le cadre de leur activité professionnelle



- 1. Communication avec les clients, les employés et les fournisseurs**
- 2. Services financiers numériques, en particulier effectuer et recevoir des paiements**
- 3. Stockage d'informations et de fichiers**
- 4. Marketing, publicité ou promotion de leur activité**
- 5. Apprendre de nouvelles compétences ou trouver de nouvelles idées et de l'inspiration**

La GSMA est une organisation mondiale qui unifie l'écosystème mobile pour découvrir, développer et proposer des innovations fondamentales propices à un environnement commercial positif et au changement sociétal. Notre vision est de libérer toute la puissance de la connectivité afin que les personnes, l'industrie et la société prospèrent. Représentant les opérateurs de téléphonie mobile et les organisations de l'écosystème mobile et des industries adjacentes, la GSMA offre à ses membres trois grands piliers : la connectivité pour le bien, des services et solutions pour l'industrie et la sensibilisation. Cette activité consiste à faire progresser les politiques publiques, à relever les plus grands défis sociétaux d'aujourd'hui, à étayer la technologie et l'interopérabilité qui font fonctionner la technologie mobile, et à fournir la plus grande plateforme au monde pour réunir l'écosystème du mobile lors des séries d'événements MWC et M360.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur le site Web de la GSMA : gsma.com

Suivez la GSMA sur Twitter/X : [@GSMA](https://twitter.com/GSMA)

GSMA Connected Women

Le programme Connected Women (« femmes connectées ») de la GSMA travaille en collaboration avec les opérateurs mobiles et leurs partenaires en vue d'éliminer les barrières à l'accès et à l'utilisation de l'internet mobile et des services financiers mobiles par les femmes. Ce programme a pour ambition de réduire les inégalités entre hommes et femmes en matière d'internet mobile et de services d'argent mobile afin de libérer un important potentiel commercial pour le secteur de la téléphonie mobile et d'apporter d'importants avantages socio-économiques aux femmes.

Pour de plus amples informations, visitez le site www.gsma.com/connectedwomen



Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous fournissons des informations et des analyses qui aident nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation et leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Avec une présence effective dans 88 pays, Ipsos emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en France en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études.

www.ipsos.com

Dans le cadre de cette étude, Ipsos a travaillé avec la GSMA en tant que partenaire de terrain. Ipsos n'est donc pas responsable des analyses ou conclusions présentées dans ce rapport.

Basis Research est un cabinet d'études de marché travaillant avec des clients mondiaux pour fournir une activation des connaissances. Notre équipe qualitative aborde des briefs de recherche de toutes sortes, en utilisant toute une gamme de méthodes innovantes pour élaborer des méthodologies sur mesure pour nos partenaires. De la réalisation d'explorations ethnographiques approfondies dans des communautés difficiles d'accès à la construction de nouvelles façons de discuter de sujets sensibles dans des contextes difficiles, nous puisons dans notre expérience pour nous adapter aux défis uniques des marchés du Sud global. Nous avons appliqué cette expertise à notre partenariat avec la GSMA, en élaborant une approche adaptée aux spécificités de la série de rapports sur le fossé hommes-femmes en matière de technologie mobile

<http://basisresearch.co.uk>

Pour cette étude, Basis a travaillé avec la GSMA en tant que partenaire dans la recherche qualitative sur le terrain et l'analyse. Les opinions exprimées dans ce rapport ne reflètent pas nécessairement celles de Basis.

Fondé par

BILL & MELINDA
GATES foundation

Cette recherche et ce rapport ont été financés par la Fondation Bill & Melinda Gates. Ce rapport fait partie d'un projet plus vaste visant à autonomiser les femmes micro-entrepreneurs via le téléphone portable dans les pays à revenu faible et intermédiaire.



Ce document a bénéficié du soutien financier du gouvernement britannique. Cependant, les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement les politiques officielles du gouvernement britannique.



Ce document a bénéficié du soutien financier de l'Agence suédoise de coopération et de développement international (Sida). Cet organisme ne partage pas nécessairement les avis exprimés dans ce rapport. La responsabilité de son contenu revient entièrement aux auteurs. Sida ne partage pas nécessairement les avis exprimés dans ce rapport. La responsabilité de son contenu revient entièrement aux auteurs.

Auteurs(es) et contributeurs(es)

Auteurs(es) : Isabelle Carboni, Alida Taghiyeva

Contributeurs(es) : Nadia Jeffrie, Dominica Lindsey, Claire Sibthorpe

La prise en charge des questions relatives à l'argent mobile de l'enquête GSMA auprès des consommateurs 2022 a été fournie par l'équipe GSMA Mobile Money.

Publication : février 2024

**Pour plus d'informations et pour
accéder au rapport complet (en
anglais), rendez-vous sur
www.gsma.com/fmes**



GSMA Head Office

1 Angel Lane
London
EC4R 3AB
United Kingdom
Tel: +44 (0)20 7356 0600

