

Conférence Africaine sur la Régulation et l'Économie Numérique (CAREN)

16-18 octobre 2018

Ouagadougou - Burkina Faso

**Université Cheikh Anta Diop
de Dakar**



Groupe de Recherche sur les TIC



DE LA RENCONTRE ENTRE LE COMMERCE INFORMEL ET
LES RÉSEAUX SOCIAUX À DAKAR : ITINÉRAIRE D'UNE
ADAPTATION INATTENDUE.

Par:

Mamadou Mounirou Diallo

Ibrahima Sylla

Daouda Ndiaye

Birame Badji

Plan

Introduction

Approche méthodologique

Résultats obtenus

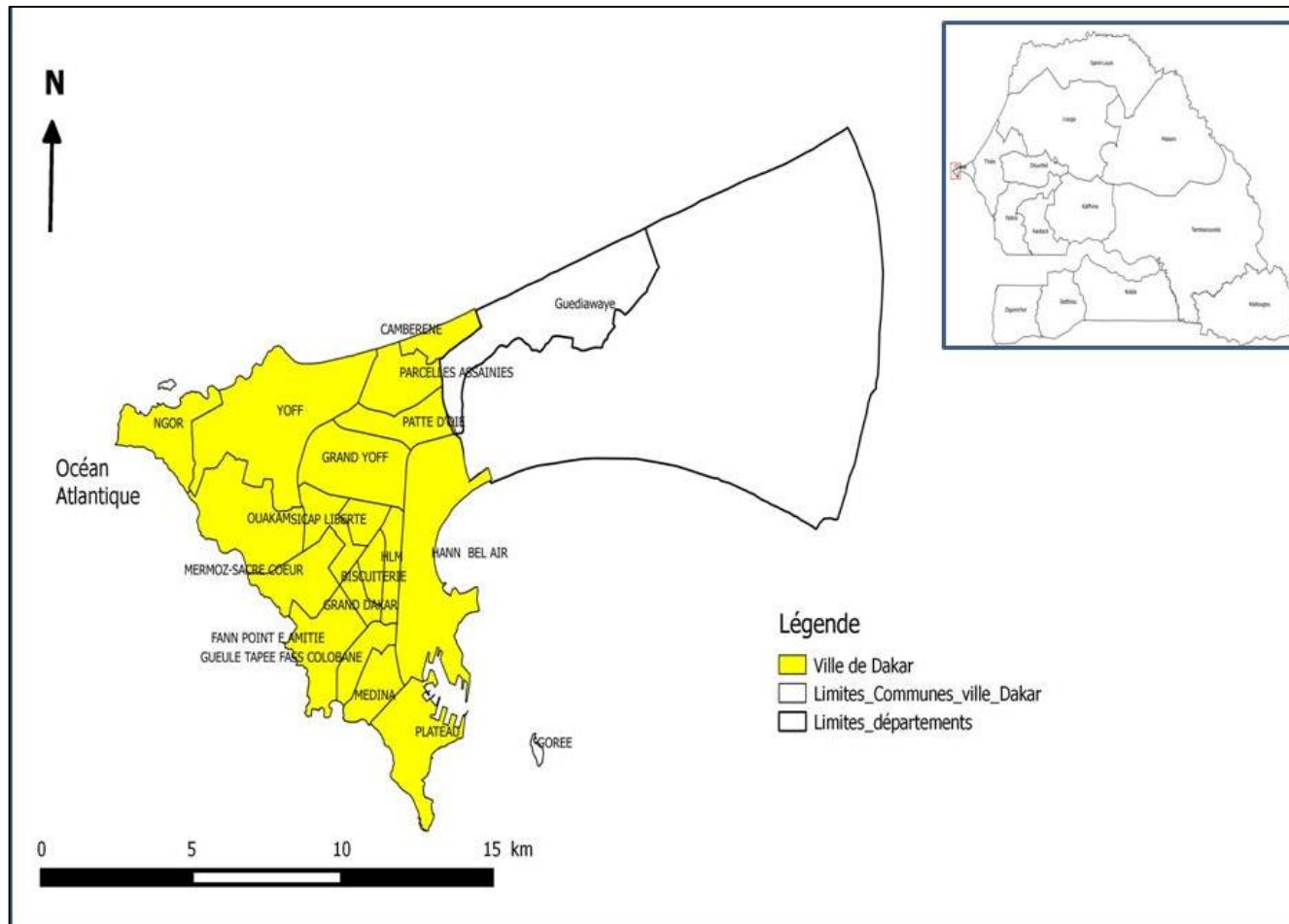
Discussion

Conclusion

Introduction

- Au Sénégal, le développement des TIC s'est effectué dans un contexte de forte urbanisation (estimée à 42%)
- Dakar demeure la principale zone de convergence (50% de la population urbaine du pays), par conséquent le berceau de l'innovation
- Parfois, les métiers de la ville nécessitent une qualification dont la majeure partie des migrants ne dispose pas
- Le refuge de ces migrants est le commerce informel dominé par la vente en détail
- En proie à de nombreuses contraintes, les acteurs de ce secteur sont à la recherche de solutions
- Simultanément, les réseaux sociaux (7 millions d'utilisateurs) se développent et s'élargissent dans une société où le taux d'analphabétisme est de plus de 40%
- De façon inattendue, ces réseaux servent aux acteurs du commerce informel
 - Quels sont les facteurs déterminants l'utilisation des réseaux sociaux dans le commerce informel ?
 - Quels sont les impacts de l'utilisation de ces réseaux ?
 - En quoi les réseaux sociaux actualisent la problématique de la régulation ?

L'étude porte sur la ville de Dakar



Bref

Population

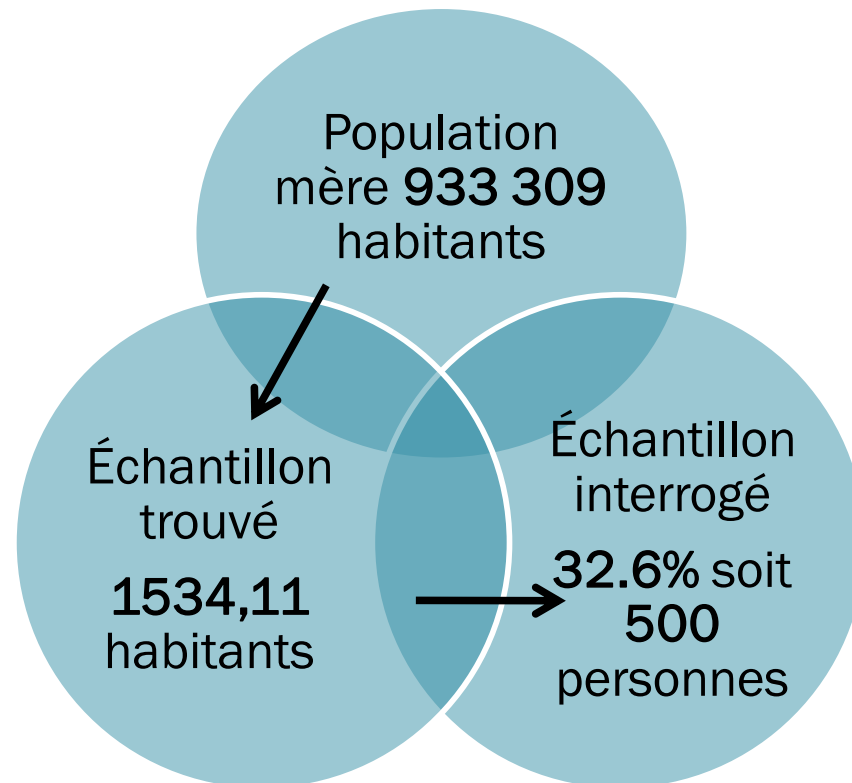
Près de 1 million d'habitants

Superficie

83 km²

Approche méthodologique

- Une recherche documentaire sur les TIC, les réseaux sociaux, le commerce informel et sur l'urbanisation au Sénégal
- une enquête de terrain menée auprès de la population de la ville de Dakar



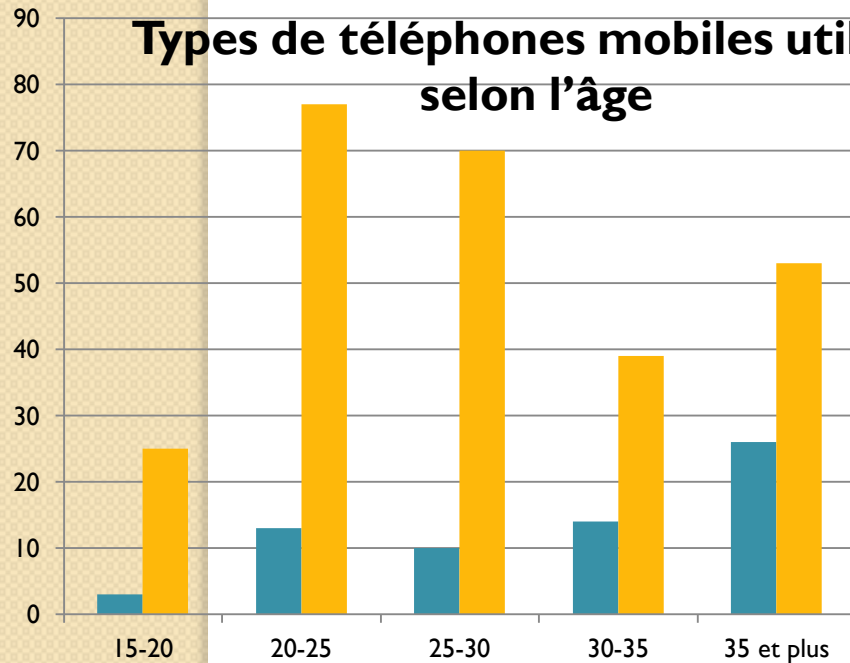
- Des entrevues avec des acteurs du commerce dans les réseaux

Résultats obtenus 1/6

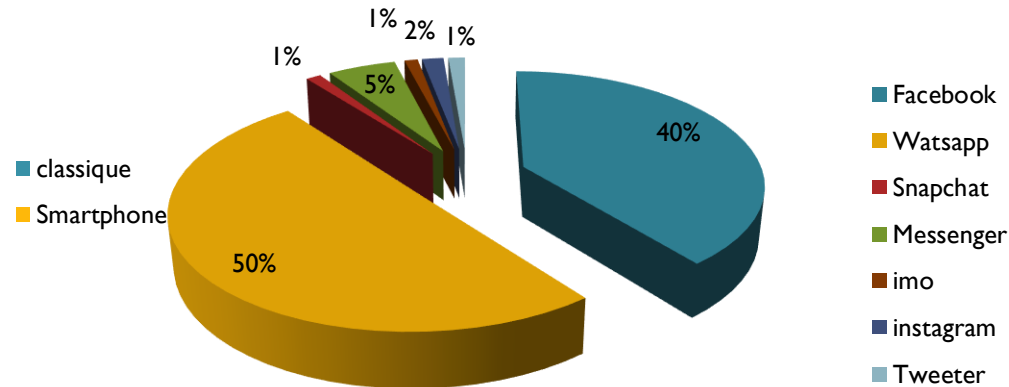
Dakar 82,6% se connectent à internet

72,9% de la connexion grâce au téléphone portable

Types de téléphones mobiles utilisés selon l'âge



Types de réseaux sociaux



De jeunes mobinautes en majorité

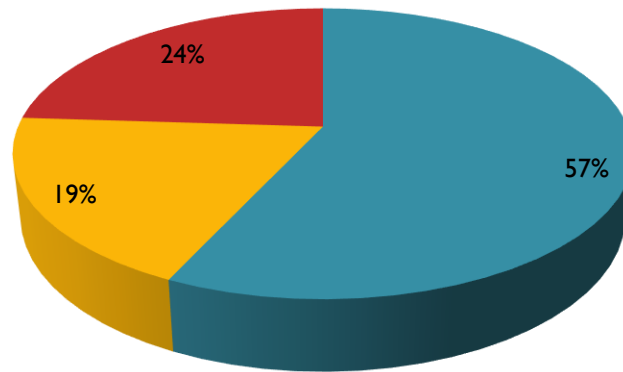
- Arrivée de plusieurs marques de Smartphones à bas prix
- 10Mo à 50 frcfa (Kirène de Orange)

Résultats obtenus 2/6

Les réseaux sociaux adaptés aux réalités socioéconomiques

Raisons principales de l'adoption des réseaux sociaux

■ Facile ■ Abordable ■ Accessible



- 50% de la population interrogée connaissent le commerce en ligne (via les sites) mais seul 22% d'entre eux l'ont une fois utilisé
- 28,8 % d'entre eux se tournent vers les réseaux sociaux pour les besoins de commerce

Simple et abordable, ces réseaux servent de vitrines pour des vendeurs à la quête de solutions face au manque de moyens et aux contraintes inhérentes au secteur informel .

Résultats obtenus 3/6

- Publier pour trouver acheteur facilement et continuellement



- ce type de commerce est maintenant très apprécié au Sénégal, 4 personnes sur 10 interrogées affirment avoir réalisé au moins une fois une transaction commerciale via les réseaux sociaux.

Résultats obtenus 4/6

- Des profils de vendeurs diversifiés dans des lieux divers

Sans connaître le chiffre d'affaires exact le commerce via les réseaux sociaux attire divers profils qui le jugent très rentable

Profit

Au marché HLM: Modou et Ibou pourtant illettrés, fondent un très grand espoir sur les réseaux sociaux pour améliorer leurs ventes

Profil

Lamine diplômé en droit:
Les réseaux sociaux sont très efficace pour vendre mieux et se reposer davantage

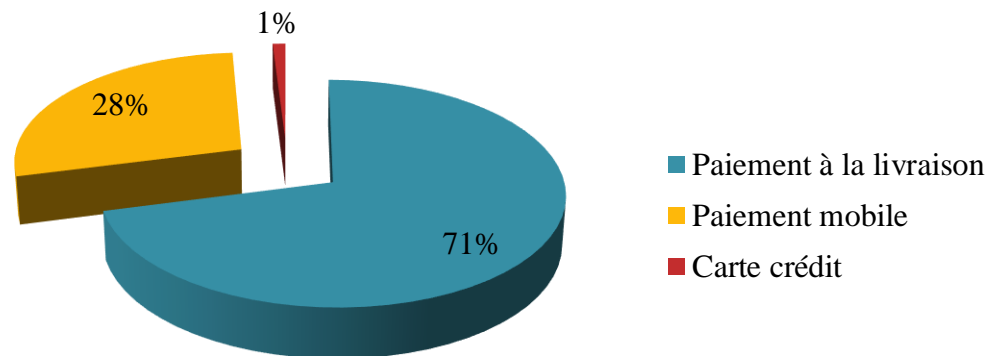
Lieux

T. Ndiaye: vend dans son bureau au ministère et obtient parfois le double de son salaire

Résultats obtenus 5/6

Avec un taux de bancarisation qui peine à franchir la barre des 23%, les paiements à la livraison sont privilégiés.

Répartition des moyens de paiement



Résultats obtenus 6/6

❑ Quid de la régulation?

❑ Loi 2008-10 du 25 janvier 2008 portant loi d'orientation relative à la société de l'information

❑ Loi 2008-08 du 25 janvier 2008 portant sur le commerce électronique

❑ Loi 2008-12 du 25 janvier 2008 portant création de la CDP

❑ De ART en 2005 à ARTP en 2011

Malgré tout des dérives sont encore notées

✓ Usurpation d'identité

✓ Arnaque

✓ Propos outrageux

✓ Etc.

Parce qu'il n'y a pas une bonne politique sociale d'utilisation des TIC

Discussion

- ❑ Le secteur informel devient davantage difficile à réguler
- ❑ Un déficit d'instruments de mesure et d'indicateurs de la contribution de l'économie numérique au PIB
- ❑ De nouvelles opportunités pour les acteurs du e-commerce
- ❑ De nouvelles pratiques de commerce pouvant concurrencer les sites web professionnels de e-commerce
- ❑ Des startups et des particuliers laissés à eux
- ❑ Un clivage géographique entre Dakar et le reste du pays
- ❑ Des collectivités locales marginalisées dans le contexte de forte utilisation des réseaux sociaux

Conclusion

- ❖ L'utilisation des réseaux sociaux pour de nouvelles pratiques commerciales s'est fait de façon inattendue
- ❖ Les réseaux sociaux ont un impact positif sur les acteurs du commerce informel
- ❖ Ces nouvelles pratiques commerciales suscitent la réflexion en vue d'actualiser la régulation du secteur (acteurs politiques et sociétés, UEMOA, CEDEAO interpellés)

Merçi de votre attention

