RA2LC n°19, Vol.5 – septembre 2026
Soumission | 05-07-2026
Publication | 30-09-2026

Ziglôbitha,
Revue des **A**rts, **L**inguistique,
Littérature & **C**ivilisations
Université Peleforo Gon Coulibaly - Korhogo

USAGES DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION PAR LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES À KINSHASA : PRATIQUES, DÉFIS ET PERSPECTIVES D'AMÉLIORATION

Jonathan BANZA MUKALELWA
Nanjing Normal University, China.
jonathanmukalelwa@gmail.com

David BANZA LYONZE
Nanjing Normal University, China.
davibanza015@gmail.com

Patrick BANZA MBAYO
Université Catholique de Louvain, Belgique
patrickbanzambayo2@gmail.com

Eustache BANZA NSOMWE-A-NFUNKWA
Université de Kinshasa, RD Congo
nfunkwa@gmail.com

&

Jonathan ENGUTA MWENZI
Université de Kinshasa, RD Congo
jonathan.enguta@unikin.ac.cd

Résumé : Cette étude analyse le recours aux technologies de l'information et de la communication (TIC) par les petites et moyennes entreprises (PME) de la ville de Kinshasa, en faisant un état des lieux, en identifiant les défis et en proposant des pistes d'amélioration. Elle repose sur un questionnaire administré à 155 responsables de PME qui utilisent déjà des TIC, dans un échantillon non probabiliste composé surtout de micro-entreprises (58,1 %). Les TIC sont principalement utilisées pour la communication et la visibilité (réseaux sociaux : 72,3 % ; outils de communication : 67,7 %), alors que les logiciels de gestion (22,6 %) et l'analyse de données (5,2 %) restent rares ; 53,5 % des répondants se déclarent débutants. Les répondants perçoivent un effet positif des TIC sur la visibilité, la relation avec les clients, la gestion des commandes et le chiffre d'affaires ; ces perceptions déclarées n'établissent pas un effet causal. Les freins principaux sont techniques (52,9 %), le coût des outils (36,1 %) et le manque de compétences (36,1 %). L'étude recommande une formation numérique par niveau de maîtrise, une amélioration de la connectivité et un accompagnement des PME.

Mots clés : TIC, PME, état des lieux, défis, stratégies, Kinshasa.

USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES BY SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN KINSHASA: PRACTICES, CHALLENGES AND PROSPECTS FOR IMPROVEMENT

Abstract: This study examines the use of information and communication technologies (ICTs) by small and medium-sized enterprises (SMEs) in the city of Kinshasa, providing an overview of current practices, identifying challenges, and proposing areas for improvement. It is based on a questionnaire administered to 155 SME managers whose businesses already use ICTs, drawn from a non-probability sample consisting primarily of micro-enterprises (58.1%). ICTs are mainly used for communication and visibility purposes (social media: 72.3%; communication tools: 67.7%), whereas management software (22.6%) and data analytics (5.2%) remain uncommon. Furthermore, 53.5% of respondents describe their level of ICT proficiency as beginner. Respondents perceive ICTs as having a positive impact on business visibility, customer relations, order management, and turnover; however, these self-reported perceptions do not establish a causal effect. The main barriers identified are technical constraints (52.9%), the cost of digital tools (36.1%), and a lack of relevant skills (36.1%). The study recommends providing digital training tailored to users' proficiency levels, improving connectivity, and strengthening support for SMEs.

Keywords: ICT, SMEs, current situation, challenges, strategies, Kinshasa.

INTRODUCTION

En République démocratique du Congo (RDC), la création de petites et moyennes entreprises (PME) constitue, pour une partie de la population, notamment les jeunes, une réponse aux difficultés d'accès à l'emploi et à la persistance de la pauvreté (Mbo, 2025). Au-delà de leur contribution à la création et au maintien des emplois, les PME favorisent l'inclusion professionnelle, la transmission des savoir-faire et la valorisation des initiatives entrepreneuriales locales. Elles participent ainsi à la dynamisation de l'économie et peuvent contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations. Toutefois, leur développement et leur compétitivité dépendent également de leur capacité à s'adapter aux mutations économiques et technologiques de leur environnement.

Dans ce contexte, les technologies de l'information et de la communication (TIC) occupent une place croissante dans le fonctionnement des entreprises. Elles regroupent les outils et les dispositifs numériques permettant de collecter, de traiter, de stocker, de transmettre et de diffuser l'information. Pour les PME, leur utilisation peut notamment concerner la communication avec les clients et les partenaires, la promotion des produits et services, la gestion des activités, le traitement des commandes, le suivi des stocks et l'exploitation des données. Toutefois, la valeur ajoutée des TIC ne réside pas uniquement dans la disponibilité des outils technologiques. Elle dépend également de leur intégration dans les processus organisationnels, des compétences nécessaires à leur utilisation et des ressources complémentaires mobilisées par l'entreprise

(Brynjolfsson & Hitt, 2000 ; Melville, Kraemer & Gurbaxani, 2004). Dans cette perspective, Porter (2001) souligne que les technologies numériques produisent davantage de valeur lorsqu'elles s'inscrivent dans une stratégie cohérente avec les objectifs et le positionnement concurrentiel de l'entreprise. Par ailleurs, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE, 2019) relève que les PME accusent généralement un retard dans l'adoption des technologies numériques par rapport aux grandes entreprises, notamment en raison de contraintes financières, organisationnelles et humaines.

Sur le plan théorique, plusieurs modèles permettent de comprendre les facteurs qui influencent l'adoption et l'utilisation des technologies. Le modèle d'acceptation de la technologie (*Technology Acceptance Model – TAM*), proposé par Davis (1989), met principalement l'accent sur l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue comme déterminants de l'acceptation d'une technologie. De son côté, le cadre Technologie-Organisation-Environnement (*Technology-Organization-Environment – TOE*), développé par Tornatzky et Fleischer (1990), appréhende l'adoption technologique à partir de trois dimensions complémentaires : les caractéristiques des technologies disponibles, les conditions internes à l'organisation, notamment sa taille, ses ressources et les compétences de son personnel, ainsi que les facteurs liés à son environnement externe, tels que la connectivité, les coûts d'accès aux technologies et la pression concurrentielle. Ces deux approches offrent ainsi une grille de lecture pertinente pour comprendre les conditions dans lesquelles les PME s'approprient les outils numériques, mais également les obstacles susceptibles de limiter leur utilisation.

En République démocratique du Congo, malgré l'importance croissante des PME dans le tissu économique, l'appropriation des technologies numériques reste confrontée à plusieurs contraintes, notamment l'insuffisance des infrastructures de télécommunication, les coûts d'accès aux services numériques et les limites des compétences disponibles au sein des entreprises. Ces difficultés peuvent influencer non seulement la décision d'adopter les TIC, mais aussi la diversité des outils utilisés et leur degré d'intégration dans les activités quotidiennes. À Kinshasa, où les PME évoluent dans un environnement économique caractérisé par une forte dynamique entrepreneuriale, il apparaît donc nécessaire de mieux documenter les pratiques numériques de ces entreprises, les finalités auxquelles elles répondent et les difficultés rencontrées par leurs responsables.

Bien que certaines recherches aient déjà abordé la question de l'adoption des TIC par les PME en RDC, les données empiriques relatives aux pratiques numériques des entreprises de Kinshasa, aux outils effectivement utilisés, au niveau de maîtrise déclaré par leurs responsables et aux bénéfices qu'ils en perçoivent méritent d'être davantage approfondies. La présente étude entend

contribuer à cette documentation en examinant les usages des TIC auprès de responsables de PME de Kinshasa dont les entreprises utilisent déjà ces technologies. Elle mobilise les modèles TAM et TOE comme cadres d'interprétation des perceptions et des contraintes déclarées, sans chercher à vérifier empiriquement l'ensemble des relations postulées par ces modèles. Dans cette perspective, la recherche est guidée par la question suivante : quels sont les principaux outils numériques utilisés par les responsables des PME de Kinshasa, à quelles fins y recourent-ils et quels obstacles déclarent-ils rencontrer dans leur utilisation ?

Elle poursuit trois objectifs spécifiques : (1) décrire les principales caractéristiques des entreprises interrogées ; (2) dresser un état des lieux des outils numériques utilisés et du niveau de maîtrise déclaré des TIC par les répondants ; et (3) identifier les bénéfices perçus, les difficultés rencontrées ainsi que les domaines dans lesquels les responsables souhaitent renforcer leurs investissements numériques. À travers ces objectifs, l'étude vise à présenter les pratiques numériques observées dans l'échantillon, à mettre en évidence les principaux défis auxquels les PME sont confrontées et à proposer des pistes d'amélioration susceptibles de favoriser une meilleure appropriation des TIC. L'interprétation des résultats tiendra toutefois compte des limites méthodologiques de la recherche, notamment du recours à un échantillon non probabiliste composé exclusivement d'entreprises utilisant déjà des TIC et du caractère déclaratif des informations recueillies.

1. Méthodologie de l'étude

La présente étude adopte une approche quantitative à visée descriptive afin d'examiner les usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les petites et moyennes entreprises (PME) de la ville de Kinshasa. La population cible est constituée des responsables des PME établies dans cette ville, notamment les dirigeants, les gestionnaires et les responsables commerciaux ou administratifs impliqués dans la conduite des activités de leur entreprise. L'étude repose sur un échantillon non probabiliste de 155 responsables de PME dont les entreprises utilisent déjà les TIC. Les répondants proviennent principalement des secteurs du commerce, des services et de l'industrie. Leurs entreprises sont réparties en trois catégories : les micro-entreprises (1 à 5 employés), les petites entreprises (6 à 50 employés) et les moyennes entreprises (51 à 250 employés). Le choix de responsables d'entreprises déjà utilisatrices des TIC permet de documenter les pratiques numériques, les bénéfices perçus et les difficultés d'utilisation. Il ne permet cependant pas d'analyser directement les facteurs de non-adoption de ces technologies.

Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire comportant 13 questions, complété par une recherche documentaire destinée à situer la problématique dans son contexte théorique et empirique. Le questionnaire porte sur quatre dimensions principales : (1) les caractéristiques des entreprises (secteur d'activité, taille et ancienneté) ; (2) les pratiques numériques (outils utilisés, durée d'utilisation et niveau de maîtrise déclaré) ; (3) les bénéfices perçus des TIC en matière de visibilité, de chiffre d'affaires, de relations avec la clientèle et de gestion des commandes et des stocks ; et (4) les contraintes rencontrées, les intentions d'investissement et les domaines d'amélioration souhaités. Les données recueillies ont fait l'objet d'un traitement statistique essentiellement descriptif, reposant sur le calcul des effectifs et des fréquences relatives (pourcentages). Pour les questions à réponses multiples, les pourcentages peuvent dépasser 100 %, chaque répondant pouvant sélectionner plusieurs modalités. Enfin, les effets des TIC sur les activités des entreprises étant appréciés à partir des déclarations des répondants, ils sont interprétés comme des bénéfices perçus et non comme des effets objectifs ou causaux sur la performance des PME.

2. Résultats

Dans les lignes qui suivent, nous présentons les résultats : d'abord l'état des lieux de l'entreprise (secteur, taille, ancienneté), ensuite l'état des lieux des TIC et leurs effets perçus, puis les défis, les intentions d'investissement et les pistes de solution.

2.1. État des lieux de l'entreprise :

- Secteur de l'entreprise

Tableau n°1 : Réponses des participants à la question 1

Quel est le secteur de votre entreprise ?

Secteur	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Commerce	65	41,9
Services	45	29,0
Industrie	25	16,1
Autres	20	13,0
Total	155	100,0

Le tableau n°1 montre que 41,9 % des répondants appartiennent à des entreprises du commerce et 29,0 % à des entreprises de services. L'industrie représente 16,1 % de l'échantillon et les autres secteurs 13,0 %.

- Taille de votre entreprise

Tableau n° 2 : Réponses des participants à la question 2
Quelle est la taille de votre entreprise ?

Taille	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Micro-entreprise (1-5 employés)	90	58,1
Petite entreprise (6 - 50 employés)	45	29,0
Moyenne entreprise (51 - 250 employés)	20	12,9
Total	155	100,0

Selon le tableau n°2, 58,1 % des répondants dirigent des micro-entreprises (1 à 5 employés), 29,0 % des petites entreprises et 12,9 % des moyennes entreprises. L'échantillon est donc composé surtout de très petites entreprises : les conclusions concernent d'abord celles-ci.

- Nombre d'années d'existence de votre entreprise :

Tableau n°3 : Réponses des participants à la question 3
Depuis combien d'années votre entreprise existe-t-elle ?

Année d'existence de l'entreprise	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Moins de 2 ans	50	32,3%
2- 4 ans	65	41,9%
5 - 10 ans	30	19,4%
Plus de 10 ans	10	6,4%
Total	155	100,0

Le tableau n°3 indique que 41,9 % des répondants appartiennent à des entreprises existant depuis 2 à 4 ans et 32,3 % à des entreprises de moins de 2 ans, soit 74,2 % d'entreprises de moins de 5 ans ; 6,4 % seulement ont plus de 10 ans d'existence.

2.2. État des lieux des TIC:

- TICS utilisés

Tableau n°4 : Réponses des participants à la question 4
Quels outils TIC utilisez-vous dans votre entreprise ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Outils TIC utilisés	**Exemples**	**Indices statistiques**	
		Fréquence	**Pourcentage**
Réseaux sociaux	Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.	112	72,3
Outils de communication numérique	WhatsApp, courrier électronique, Zoom, etc.	105	67,7
Logiciels de gestion	Comptabilité, CRM, ERP	35	22,6
Sites web et plateformes de commerce électronique	Sites vitrines, boutiques en ligne	28	18,1
Outils d'analyse de données	Google Analytics, etc.	8	5,2
Autres outils numériques	Autres solutions non précisées	5	3,2

Les résultats du tableau 4 révèlent une prédominance des outils numériques destinés à la communication et à la visibilité commerciale dans les PME étudiées. Les réseaux sociaux constituent les outils les plus utilisés, avec 112 répondants, soit 72,3 % de l'échantillon. Ils sont suivis des outils de communication numérique, notamment WhatsApp, le courrier électronique et Zoom, mentionnés par 105 répondants (67,7 %). En revanche, les outils destinés à la gestion informatisée des activités sont relativement moins répandus. Seuls 35 répondants (22,6 %) déclarent utiliser des logiciels de gestion comptable, commerciale ou administrative. De même, 28 répondants (18,1 %) indiquent recourir à des sites web ou à des plateformes de commerce électronique. L'utilisation des outils d'analyse de données demeure particulièrement marginale, avec seulement 8 répondants (5,2 %). Enfin, 5 répondants (3,2 %) mentionnent d'autres solutions numériques.

Dans l'ensemble, ces résultats mettent en évidence une utilisation des TIC principalement orientée vers la communication, les échanges avec les clients et la

promotion des activités commerciales. À l'inverse, leur intégration dans les fonctions de gestion, de commerce électronique et d'analyse de données reste limitée. Cette situation suggère que, dans les entreprises étudiées, l'appropriation des technologies numériques concerne davantage les activités de communication et de visibilité que la transformation numérique des processus internes de gestion et de prise de décision.

- Temps d'utilisation des TIC :

Tableau n°5 : Réponses des participants à la question 5
Depuis combien de temps utilisez-vous ces outils TIC ?

Durée d'utilisation des outils TIC	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Moins d'un an	25	16,1
1 à 3 ans (3 ans inclus)	80	51,6
Plus de 3 ans	50	32,3
Total	155	100,0

Du tableau n°5, il ressort que 51,6 % des répondants utilisent ces outils depuis 1 à 3 ans, 32,3 % depuis plus de 3 ans et 16,1 % depuis moins d'un an.

- Maîtrise des TIC:

Tableau n°6 : Réponses des participants à la question 6
Quel est le niveau de maîtrise des TIC dans votre entreprise ?

Niveau de maîtrise des TIC	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Débutant (utilisation basique)	83	53,5
Intermédiaire (utilisation régulière)	49	31,6
Avancé (utilisation optimale et stratégique)	23	14,8
Total	155	100,0

Le tableau n°6 montre que 53,5 % des répondants se classent eux-mêmes comme débutants (utilisation basique), 31,6 % comme intermédiaires et 14,8 % comme avancés. Ce niveau de maîtrise est auto-évalué, sans critères précisés.

- TIC et visibilité de l'entreprise :

Tableau n°7 : Réponses des participants à la question 7
Selon vous, les TIC ont-elles amélioré la visibilité de votre entreprise ?

Visibilité de l'entreprise	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui, significativement	92	59,4
Oui, légèrement	50	32,3
Non, pas d'impact	8	5,2
Je ne sais pas	5	3,1
Total	155	100,0

Du tableau n°7, on constate que 59,4 % des répondants estiment que les TIC ont significativement amélioré la visibilité de leur entreprise et 32,3 % légèrement ; 5,2 % ne perçoivent aucun impact et 3,1 % ne se prononcent pas (soit 8,4 % au total).

- Contribution des TIC à l'augmentation du chiffre d'affaires :

Tableau n°8 : Réponses des participants à la question 8
Les TIC ont-elles contribué à l'augmentation de votre chiffre d'affaires ?

Augmentation du chiffre d'affairess	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui, significativement	62	40,0
Oui, légèrement	78	50,3
Non, pas d'impact	10	6,5
Je ne sais pas	5	3,2
Total	155	100,0

Le tableau n°8 indique que 40,0 % des répondants déclarent une augmentation significative de leur chiffre d'affaires grâce aux TIC et 50,3 % une augmentation légère (90,3 % au total) ; 6,5 % ne perçoivent pas d'impact et 3,2 % ne se prononcent pas. Il s'agit de perceptions déclarées : elles n'établissent pas que les TIC sont la cause de ces hausses.

- TIC et relation avec la clientèle :

Tableau n°9 : Réponses des participants à la question 9
Les TIC ont-elles permis d'améliorer la relation avec vos clients ?

Relation avec les clients	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui (meilleure communication, fidélisation)	94	60,6
Non, pas de changement notable	48	31,0
Je ne sais pas	13	8,4
Total	155	100,0

Selon le tableau n°9, 60,6 % des répondants estiment que les TIC ont amélioré la relation avec les clients (meilleure communication, fidélisation) ; 31,0 % ne notent pas de changement et 8,4 % ne se prononcent pas. La modalité « Oui » regroupe deux aspects, la communication et la fidélisation, qui ne peuvent pas être distingués.

- TIC et gestion des commandes/stock:

Tableau n°10 : Réponses des participants à la question 10
Les TIC ont-elles facilité la gestion des commandes et des stocks ?

Gestion des commandes et des stocks	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui, considérablement	81	52,3
Oui, mais légèrement	59	38,1
Non	11	7,1
Je ne sais pas	4	2,6
Total	155	100,0

D'après le tableau n°10, 52,3 % des répondants estiment que les TIC ont considérablement facilité la gestion des commandes et des stocks et 38,1 % légèrement ; 7,1 % répondent non et 2,6 % ne se prononcent pas.

2.3. Défis :

- Défis et utilisation des TIC

Tableau n°11 : Réponses des participants à la question 11
Quels sont les principaux défis rencontrés dans l'utilisation des TIC ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Défis rencontrés dans l'utilisation des TIC	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Coût élevé des outils	56	36,1
Manque de compétences en interne	56	36,1
Problèmes technique (connectivité, maintenance)	82	52,9
Résistance au changement des employés	22	14,2
Autres	4	2,6

Le tableau n°11 montre que les problèmes techniques (connectivité, maintenance) sont le premier défi, cité par 52,9 % des répondants, devant le coût élevé des outils (36,1 %) et le manque de compétences internes (36,1 %). La résistance au changement des employés est citée par 14,2 % et les autres défis par 2,6 %. Les pourcentages dépassent 100 % au total (réponses multiples).

- Investissement dans les TIC

Tableau n°12 : Réponses des participants à la question 12
Comptez-vous investir davantage dans les TIC à l'avenir ?

Investissement à l'avenir dans les TIC	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui, fortement	94	60,6
Oui, modérément	44	28,4
Non, pas pour le moment	14	9,0
Je ne sais pas	3	1,9
Total	155	100,0

Du tableau n°12, on constate que 60,6 % des répondants comptent investir fortement dans les TIC et 28,4 % modérément ; 9,0 % ne l'envisagent pas pour le moment et 1,9 % ne se prononcent pas.

- Souhait d'amélioration :

Tableau n°13 : Réponses des participants à la question 13
Quels domaines souhaiteriez-vous améliorer grâce aux TIC ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Domaines à améliorer grâce aux TIC	**Indices statistiques**	
	Fréquence	**Pourcentage**
Marketing digital	95	61,3
Gestion des ventes	125	80,6
Analyse des données clients	5	3,2
Automatisation des processus	42	27,1

Le tableau n°13 montre que 80,6 % des répondants veulent améliorer la gestion des ventes grâce aux TIC, 61,3 % le marketing digital et 27,1 % l'automatisation des processus ; 3,2 % souhaitent améliorer l'analyse des données clients.

3. Discussion des résultats :

L'analyse des résultats met en évidence une utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) principalement orientée vers la communication, la visibilité commerciale et les relations avec la clientèle au sein des PME étudiées à Kinshasa. Toutefois, leur intégration dans les fonctions de gestion et d'analyse demeure relativement limitée. Cette situation souligne l'existence d'une appropriation différenciée des technologies numériques selon les besoins et les capacités organisationnelles des entreprises. Concernant le profil des entreprises interrogées, l'échantillon est constitué majoritairement de micro-entreprises (58,1 %), exerçant principalement dans le commerce (41,9 %) et les services (29 %). Par ailleurs, 74,2 % des entreprises ont une ancienneté inférieure à cinq ans. Cette configuration indique que les résultats décrivent principalement les pratiques numériques de petites structures relativement récentes. Elle invite donc à tenir compte de la taille et de l'ancienneté des entreprises dans l'interprétation des usages observés, sans toutefois permettre de conclure à des différences entre catégories d'entreprises, celles-ci n'ayant pas fait l'objet d'analyses statistiques comparatives.

S'agissant des outils utilisés, les réseaux sociaux occupent la première place (72,3 %), suivis des outils de communication numérique, notamment les applications de messagerie, le courrier électronique et les outils de visioconférence (67,7 %). À l'inverse, les logiciels de gestion (22,6 %), les sites web et plateformes de commerce électronique (18,1 %) ainsi que les outils d'analyse

de données (5,2 %) sont moins répandus. Ces résultats montrent que les PME interrogées mobilisent davantage les TIC pour communiquer, promouvoir leurs activités et entretenir les relations avec leurs clients que pour automatiser leurs processus internes ou exploiter les données à des fins décisionnelles.

Cette tendance rejoint les observations de l'OCDE (2021), selon lesquelles les PME commencent généralement leur transformation numérique par les fonctions de communication, de marketing et d'administration, tandis que l'adoption de technologies plus complexes, comme les progiciels de gestion intégrée et les outils d'analyse de données, demeure plus limitée. Elle concorde également avec les résultats de Quaye et al. (2024), qui constatent, auprès des PME ghanéennes, une adoption plus importante des technologies relativement accessibles, notamment les réseaux sociaux et le commerce électronique, que des technologies avancées telles que l'intelligence artificielle et l'Internet des objets. Dans le contexte congolais, Kabongo et Okpara (2014) avaient déjà relevé une faible présence des outils numériques avancés dans les PME étudiées, notamment des sites web professionnels. Plus récemment, Ngoma et al. (2024) ont souligné que 75,16 % des PME de leur échantillon national ne disposaient pas encore de systèmes de gestion numérisés. Les résultats de la présente étude s'inscrivent ainsi dans une tendance déjà observée dans plusieurs contextes africains, caractérisée par une utilisation plus fréquente des outils numériques de communication que des solutions intégrées de gestion.

Le niveau de maîtrise déclaré des TIC constitue un autre résultat important. En effet, 53,5 % des répondants se considèrent comme débutants, contre 31,6 % qui se déclarent de niveau intermédiaire et 14,8 % de niveau avancé. Cette prédominance du niveau débutant suggère que l'utilisation des outils numériques ne s'accompagne pas nécessairement d'une maîtrise technique suffisante pour en exploiter toutes les fonctionnalités. Cette situation peut contribuer à expliquer la faible utilisation des logiciels de gestion et des outils d'analyse de données, dont l'appropriation exige généralement des compétences plus spécifiques. Elle rejoint les conclusions de Ngoma et al. (2024), qui identifient la littératie numérique comme un facteur important de l'intégration des solutions numériques dans les PME congolaises.

En ce qui concerne les bénéfices perçus, les répondants portent globalement une appréciation favorable sur la contribution des TIC à leurs activités. Ainsi, 91,7 % estiment que leur visibilité s'est améliorée, de manière significative ou légère. De même, 60,6 % déclarent une amélioration des relations avec les clients, tandis que 90,4 % indiquent que la gestion des commandes et des stocks a été facilitée. Concernant le chiffre d'affaires, 90,3 % des répondants déclarent une augmentation, dont une majorité rapporte une amélioration légère. Ces résultats suggèrent que les TIC sont particulièrement appréciées pour leurs

contributions perçues à la communication commerciale, à la relation clientèle et à certaines opérations de gestion.

Ces observations sont cohérentes avec les travaux de Brynjolfsson et Hitt (2000), qui soulignent que les bénéfices des technologies numériques dépendent également des investissements organisationnels complémentaires qui accompagnent leur utilisation. Dans le même sens, Melville et al. (2004) montrent que la valeur économique des technologies de l'information dépend de leur articulation avec les ressources internes de l'entreprise et les conditions de son environnement. Toutefois, les résultats de la présente étude reposent sur les appréciations des responsables interrogés et non sur des données comptables ou opérationnelles vérifiées. Ils ne permettent donc pas d'établir que les TIC sont directement à l'origine des améliorations déclarées ni de mesurer leur contribution réelle à la performance des entreprises.

Malgré ces bénéfices perçus, plusieurs contraintes continuent de limiter l'utilisation optimale des TIC. Les problèmes techniques, notamment ceux liés à la connectivité et à la maintenance, constituent la difficulté la plus fréquemment mentionnée (52,9 %). Ils sont suivis du coût des outils numériques (36,1 %) et du manque de compétences internes (36,1 %). La résistance au changement de la part des employés est également signalée par 14,2 % des répondants. Ces difficultés mettent en évidence le caractère multidimensionnel des obstacles à l'appropriation des technologies numériques. Elles concernent simultanément l'environnement technologique, les ressources financières et les capacités humaines des entreprises.

Ces résultats rejoignent ceux d'Assiélou et Bourgault (2024), dont l'étude menée auprès de PME d'Abidjan met en évidence l'instabilité de la connexion Internet, le coût élevé de l'accès aux services numériques et l'insuffisance du soutien institutionnel parmi les principaux obstacles à l'adoption des TIC. Ils concordent également avec les conclusions de Quaye et al. (2024), qui identifient notamment le manque de financement, les capacités limitées d'appropriation technologique et les insuffisances des infrastructures numériques comme des freins à l'adoption des technologies par les PME ghanéennes. Enfin, les intentions d'investissement exprimées par les répondants témoignent d'une disposition globalement favorable à la poursuite de la transformation numérique. En effet, 89 % envisagent de renforcer leurs investissements dans les TIC, dont 60,6 % de manière importante et 28,4 % de manière modérée. Les domaines prioritaires concernent principalement la gestion des ventes (80,6 %) et le marketing digital (61,3 %). Ces intentions traduisent une reconnaissance de l'utilité potentielle des technologies numériques pour le développement des activités commerciales. Elles demeurent toutefois déclaratives et ne permettent pas de présumer de la réalisation effective de ces investissements.

Dans l'ensemble, les résultats mettent en évidence un décalage entre l'utilisation relativement répandue des outils numériques de communication et leur intégration encore limitée dans les fonctions avancées de gestion et d'analyse. Ils suggèrent que l'enjeu pour les PME de Kinshasa ne réside plus uniquement dans l'accès aux TIC, mais également dans le développement des compétences, l'amélioration des conditions techniques d'utilisation et l'intégration progressive des outils numériques dans les processus organisationnels.

4. Limites de l'étude

La présente recherche comporte plusieurs limites qui doivent être prises en considération dans l'interprétation des résultats. Premièrement, l'échantillon est non probabiliste et comprend exclusivement des responsables d'entreprises qui utilisent déjà les TIC. Les résultats ne peuvent donc être généralisés à l'ensemble des PME de Kinshasa et ne permettent pas d'appréhender les caractéristiques des entreprises qui n'ont pas encore adopté ces technologies. Deuxièmement, l'échantillon est composé majoritairement de micro-entreprises (58,1 %), ce qui limite la portée des observations concernant les structures de plus grande taille. Troisièmement, les bénéfices associés à l'utilisation des TIC reposent sur les perceptions déclarées des répondants et non sur des indicateurs objectifs de performance, tels que l'évolution vérifiée du chiffre d'affaires, de la productivité ou du portefeuille de clients. Il n'est donc pas possible d'établir une relation causale entre l'utilisation des TIC et les performances rapportées.

Par ailleurs, le niveau de maîtrise des technologies repose sur une auto-évaluation des répondants, qui ne permet pas de vérifier directement leurs compétences numériques. Enfin, le recours à un questionnaire de 13 questions et à une analyse essentiellement descriptive ne permet pas d'examiner de manière approfondie les mécanismes organisationnels et environnementaux qui déterminent l'appropriation des technologies. Les recherches futures pourraient élargir l'échantillon aux PME qui n'utilisent pas encore les TIC, mobiliser des procédures d'échantillonnage permettant une meilleure représentativité et associer les données déclaratives à des indicateurs objectifs de performance. Des approches longitudinales et des investigations qualitatives complémentaires permettraient également de mieux comprendre les conditions dans lesquelles les technologies numériques contribuent à la transformation des pratiques entrepreneuriales.

5. Stratégies et pistes d'amélioration

Les résultats de cette étude mettent en évidence trois contraintes majeures à l'utilisation optimale des TIC par les PME de Kinshasa : les difficultés techniques liées à la connectivité et à la maintenance (52,9 %), le coût des outils numériques (36,1 %) et l'insuffisance des compétences internes (36,1 %). Ces constats appellent des interventions complémentaires portant sur les infrastructures numériques, l'accessibilité financière des technologies et le renforcement des capacités des responsables et des employés.

En premier lieu, l'amélioration de l'environnement technique constitue une priorité. Les difficultés de connexion et de maintenance peuvent compromettre la continuité des activités numériques, notamment celles liées à la communication commerciale, aux transactions et à la gestion des commandes. Il serait donc pertinent d'encourager les opérateurs de télécommunications à développer des offres adaptées aux capacités financières des PME, tout en favorisant la mise en place de dispositifs de maintenance et d'assistance technique accessibles.

En deuxième lieu, le coût des équipements, des logiciels et des services numériques nécessite des mécanismes d'accompagnement financier. Les pouvoirs publics, les institutions financières et les organisations professionnelles pourraient notamment promouvoir des dispositifs de financement adaptés, des achats groupés d'équipements et l'accès à des solutions numériques abordables. Une attention particulière devrait être accordée aux micro-entreprises, qui constituent la majorité de l'échantillon étudié. En troisième lieu, le renforcement des compétences numériques apparaît indispensable. La proportion importante de répondants qui s'estiment débutants (53,5 %) souligne la nécessité de développer des programmes de formation adaptés aux niveaux de maîtrise et aux besoins opérationnels des PME. Ces formations pourraient porter sur la communication numérique professionnelle, l'utilisation des réseaux sociaux à des fins commerciales, la gestion informatisée des ventes et des stocks, le commerce électronique, la protection des données et les outils élémentaires d'analyse de l'activité.

Cette démarche pourrait s'appuyer sur le cadre européen des compétences numériques DigComp 2.2 (Vuorikari, Kluzer & Punie, 2022), en adaptant ses domaines de compétences aux réalités économiques et technologiques des PME congolaises. Une approche pédagogique axée sur les situations professionnelles, les exercices pratiques et l'accompagnement des utilisateurs permettrait de favoriser le transfert des apprentissages dans les activités quotidiennes. Enfin, la transformation numérique nécessite un accompagnement organisationnel. Les dirigeants devraient être sensibilisés à l'importance de l'intégration des TIC dans la planification des activités, la gestion des ressources et la prise de décision.

L'implication des employés dans le choix et l'utilisation des outils pourrait également contribuer à réduire les résistances au changement.

Conclusion

La présente étude visait à analyser les usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les PME de Kinshasa. Menée auprès de 155 responsables d'entreprises utilisatrices des TIC, elle révèle une prédominance des usages liés à la communication et à la visibilité commerciale, notamment les réseaux sociaux (72,3 %) et les outils de communication numérique (67,7 %). En revanche, l'intégration des logiciels de gestion (22,6 %), des plateformes de commerce électronique (18,1 %) et des outils d'analyse de données (5,2 %) reste limitée. Cette situation s'accompagne d'un niveau de maîtrise des TIC majoritairement débutant (53,5 %).

Malgré les bénéfices perçus en matière de visibilité, de relations avec les clients et de gestion des activités, les entreprises restent confrontées à des difficultés techniques (52,9 %), financières (36,1 %) et liées aux compétences internes (36,1 %). Ces constats soulignent la nécessité de renforcer la connectivité, de faciliter l'accès aux solutions numériques et de développer les compétences des responsables et des employés. En définitive, les PME de Kinshasa gagneraient à dépasser une utilisation essentiellement communicationnelle des TIC pour les intégrer davantage dans leurs fonctions de gestion et de prise de décision. Toutefois, le caractère non probabiliste de l'échantillon et l'approche descriptive imposent de considérer ces résultats avec prudence. Des recherches ultérieures intégrant les entreprises non utilisatrices et des indicateurs objectifs de performance permettraient d'approfondir ces résultats.

Références bibliographiques

Assiélou, N. G., & Bourgault, M. (2024). Critical factors inhibiting information and communication technology (ICT) adoption in Côte d'Ivoire: A study of small and medium enterprises (SMEs) in metropolitan Abidjan. *International Journal of Technology, Policy and Management, 24*(1), 19–49. https://doi.org/10.1504/IJTPM.2024.135975

Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation and business performance. *Journal of Economic Perspectives, 14*(4), 23–48. https://doi.org/10.1257/jep.14.4.23

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340.

Kabongo, J. D., & Okpara, J. O. (2014). ICT possession among Congolese SMEs: An exploratory study. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 21*(2), 313–326. https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0143

Mbo Mokuba, H. (2024). Représentation sociale du marché de l'emploi congolais par les étudiants des instituts supérieurs de la ville de Kinshasa. *Mouvements et Enjeux Sociaux – Revue Internationale des Dynamiques Sociales*, 137(1), 159-164.

Melville, N., Kraemer, K., & Gurbaxani, V. (2004). Review: Information technology and organizational performance: An integrative model of IT business value. *MIS Quarterly, 28*(2), 283–322. https://doi.org/10.2307/25148636

Ngoma, A. T., Halimi, B., Grimberg, B., Watad, D., & Busara, S. (2024). Assessing digital solutions adoption in small and medium-sized enterprises in DRC. *International Journal of Computing and Engineering, 6*(3), 49–59. https://doi.org/10.47941/ijce.2180

Organisation de coopération et de développement économiques. (2019). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2019*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/34907e9c-en

Organisation de coopération et de développement économiques. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en

Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review, 79*(3), 62–78.

Quaye, W., Akon-Yamga, G., Akuffobea-Essilfie, M., & Onumah, J. A. (2024). Technology adoption, competitiveness and new market access among SMEs in Ghana: What are the limiting factors? *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development, 16*(7), 1023–1037. https://doi.org/10.1080/20421338.2024.2414949

Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens – with new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/115376