

CÔTE D'IVOIRE

Meta prépare l'ouverture de la monétisation aux créateurs de contenus

Auteur : **ACAKPO Sènakpon** | Publié le : **08 oct. 2026 à 14:54**



La Côte d'Ivoire franchit une nouvelle étape vers la monétisation des contenus sur Facebook et Instagram. Après plusieurs mois de travaux techniques avec Meta, les autorités ivoiriennes annoncent des tests concluants. Le processus entre désormais dans sa phase réglementaire, avant une ouverture officielle du dispositif.

Les créateurs de contenus ivoiriens se rapprochent d'une nouvelle source potentielle de revenus. Le gouvernement ivoirien et Meta avancent vers l'ouverture de la monétisation des contenus sur les plateformes du groupe américain, notamment Facebook et Instagram.

Le ministre de la Transition numérique et de la Digitalisation, Djibril Ouattara, a annoncé le 5 octobre 2026 que le processus était entré dans sa phase finale. Cette déclaration intervient quelques jours après une réunion interministérielle tenue à Abidjan avec des représentants de Meta, au cours de laquelle les résultats des tests techniques réalisés ces derniers mois ont été examinés. Selon les autorités ivoiriennes, ces tests sont concluants.

Des tests techniques jugés concluants

Le projet n'est pas nouveau. Les autorités ivoiriennes travaillent depuis plusieurs mois à rendre possible l'accès des créateurs locaux aux mécanismes de rémunération proposés par Meta.

Une réunion organisée le 1er octobre 2026 au cabinet du ministre du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat, Kalil Ibrahim Konaté, a permis de faire le point sur les expérimentations conduites avec Meta.

La ministre de la Culture et de la Francophonie, Françoise Remarck, avait alors annoncé que les résultats des tests étaient concluants. Le dossier devait désormais entrer dans une nouvelle phase consacrée aux conditions de déploiement du dispositif.

Le ministre Djibril Ouattara a confirmé quelques jours plus tard que les travaux se poursuivaient principalement sur les aspects réglementaires. Selon lui, les autorités sont disposées à faire évoluer le cadre nécessaire pour permettre la mise en œuvre du dispositif.

Une démarche portée par plusieurs institutions

L'ouverture de la monétisation ne repose pas sur le seul ministère de la Transition numérique.

Le dossier mobilise notamment le ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat, le ministère de la Transition numérique et de la Digitalisation, le ministère de la Culture et de la Francophonie, ainsi que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), en collaboration avec Meta.

La HACA a d'ailleurs reçu, le 5 octobre, une délégation de Meta conduite par Balkissa Idé Sosso, directrice des politiques publiques Afrique. Les discussions ont porté sur la régulation des plateformes numériques, la responsabilité des influenceurs et des créateurs de contenus ainsi que sur l'évolution de l'écosystème numérique ivoirien.

Dans son compte rendu, la HACA indique que Meta a évoqué la prochaine mise en place de la monétisation de ses plateformes en Côte d'Ivoire, qu'elle présente comme une première dans l'espace francophone.

De l'audience aux revenus

L'enjeu dépasse la seule possibilité de générer quelques revenus supplémentaires sur les réseaux sociaux.

Pour les autorités ivoiriennes, il s'agit de contribuer à la transformation de la création numérique en véritable activité économique.

Le ministre Djibril Ouattara résume cette ambition en considérant la création de contenus comme un métier générateur de créativité, de valeur et d'emplois. L'objectif affiché est notamment de permettre aux créateurs de développer leur activité depuis la Côte d'Ivoire plutôt que de dépendre de solutions de contournement liées aux restrictions géographiques.

Cette évolution pourrait concerner une large communauté composée de vidéastes, humoristes, influenceurs, artistes, médias numériques et autres créateurs qui ont construit des audiences importantes sur Facebook et Instagram.

Un marché numérique encore à structurer

La monétisation pourrait également contribuer à formaliser progressivement une partie de l'économie des créateurs.

Aujourd'hui, de nombreux producteurs de contenus tirent déjà des revenus de leur audience à travers les partenariats avec des marques, la publicité, les événements, les placements de produits ou les prestations commerciales. L'accès aux mécanismes de rémunération directement proposés par les plateformes pourrait ajouter une nouvelle source de revenus.

Mais les modalités précises du futur dispositif ivoirien ne sont pas encore annoncées. Les critères d'éligibilité, les mécanismes de rémunération et les conditions fiscales ou réglementaires devront encore être précisés avant l'ouverture officielle.

Cette nuance est importante : les tests techniques ont été jugés concluants, mais la monétisation n'est pas encore officiellement ouverte à l'ensemble des créateurs ivoiriens. Les autorités travaillent toujours sur les conditions réglementaires du déploiement.

Une première étape pour l'écosystème francophone africain ?

La démarche ivoirienne pourrait avoir une portée qui dépasse les frontières nationales.

La HACA présente cette future ouverture comme une première dans l’espace francophone. L’expérience est donc susceptible d’être observée par d’autres pays africains où les créateurs disposent d’audiences importantes mais rencontrent encore des restrictions dans l'accès à certains programmes de monétisation des plateformes internationales.

Pour la Côte d’Ivoire, l’enjeu est désormais de transformer cette avancée technique en un mécanisme opérationnel, accessible et suffisamment encadré pour soutenir durablement l’économie des créateurs.

La prochaine étape : le cadre réglementaire

Le verrou technique semble donc avoir été franchi. Le prochain défi est désormais institutionnel et réglementaire.

Les autorités ivoiriennes et Meta doivent finaliser les conditions permettant le lancement officiel du dispositif. La date exacte d'ouverture et les modalités applicables aux créateurs n'ont, à ce stade, pas encore été annoncées.

Si le processus aboutit, Facebook et Instagram pourraient ainsi devenir davantage que des espaces de visibilité pour les créateurs ivoiriens : de véritables canaux de valorisation économique de leurs contenus.

Pour la Côte d’Ivoire, cette évolution s’inscrit dans une ambition plus large de structuration de l’économie numérique et des industries culturelles et créatives. Pour les créateurs, elle pourrait surtout marquer le passage d’une logique où l’audience est la principale richesse à un modèle où cette audience peut également devenir une source directe de revenus.

PUBLICITÉ

