

Potential business models for the delivery of Internet-based information services to micro and small enterprises in the Philippines, Ronald T. Chua, avec la contribution d'Alexandra Overy Miehlsbradt, juin 1999.

Ce projet a été financé par USAID et mis en œuvre par Development Alternatives Inc.

Modèles potentiels pour le développement d'une offre de services d'information sur Internet pour les micro et petites entreprises aux Philippines

Cette étude fait partie d'une série d'enquêtes publiées par le projet Microentreprise Best Practices (MBP) de l'USAID, Coopération américaine, sur le sujet des TIC. Elle examine, dans le contexte philippin, le potentiel qu'offre l'utilisation des nouvelles techniques de l'information et de la communication (NTIC) dans l'offre de services d'information aux micro et petites entreprises (MPE).

Les NTIC induisent des changements fondamentaux dans le fonctionnement des réseaux de promotion et de distribution de biens et de services. Elles permettent également l'émergence de nouveaux types de services aux entreprises et changent la façon dont les entreprises accèdent aux services et les utilisent.

Le projet MBP de l'USAID a ainsi choisi d'étudier l'offre de services des MPE pour deux raisons majeures :

- les TIC sont des services essentiels et transversaux du développement des MPE ;
- l'observation des services de TIC aux MPE peut fournir des leçons dans le domaine des BDS sur comment commercialiser d'autres services d'appui aux entreprises.

De ces hypothèses ont découlé trois questions centrales, traitées par plusieurs études :

1. Comment l'accès aux télécommunications affecte-t-il les opérations commerciales des MPE ?
2. Quels plans d'affaires sont viables en termes d'offre de services de TIC aux MPE ?

Les études de cas de deux fournisseurs de services de télécommunication, Les centres d'appel publics Bayantel et le Centre Laguna pour les MPE ont permis de répondre à ces deux premières ques-

tions en présentant comment chaque centre y répond sur son marché et quels changements pourraient être apportés pour atteindre de façon plus efficace leurs cibles, les MPE.

3. Quels sont les modèles émergents basés sur Internet qui sont utilisés par les prestataires de services d'appui ?

C'est cette troisième question qui est le sujet du document présenté. Il s'agit de déterminer si et comment les TIC – notamment Internet – peuvent aider les prestataires de services à proposer des services demandés par les MPE, en particulier l'information.

Le marché philippin des services d'information aux entreprises via Internet est analysé, ainsi que le potentiel d'utilisation de TIC modernes pour fournir des services d'information vendables aux MPE. La demande des MPE en services d'information basés sur Internet est ensuite décrite, fondée sur des études de consommateurs. Quatre prestataires d'information via Internet aux Philippines sont passés en revue. L'analyse porte sur

le potentiel qu'a chacun des prestataires de proposer des services d'information aux MPE, en partant d'une analyse forces/faiblesses. Enfin, l'étude se concentre sur les caractéristiques des produits d'information proposés par les quatre prestataires, comparées à la demande des MPE. Aucun des modèles n'est approprié pour proposer des services d'information sur Internet aux MPE, et l'étude conclut en proposant un modèle alternatif.

Cette étude est particulièrement pertinente pour les bailleurs de fonds et opérateurs intéressés par l'utilisation des technologies de l'information et de la communication modernes pour proposer des services d'appui aux MPE. Ils souhaitent en effet d'une part savoir si les technologies de l'information et de la communication modernes sont une priorité pour le développement des MPE, et d'autre part comment on peut les utiliser.

LE MARCHÉ DES SERVICES D'INFORMATION AUX PHILIPPINES

La demande en matière de services d'information souffre du faible niveau de connaissance et d'utilisation de l'outil Internet par les MPE. Néanmoins, une demande pour des services d'information via Internet existe potentiellement. En effet, quand on présente aux MPE enquêtées les bénéfices qu'elles pourraient tirer d'un tel service en matière d'information sur les fournisseurs, les acheteurs et les concurrents, elles se disent intéressées par l'achat de ces services.

Cependant, les entreprises intéressées appartiennent à la tranche supérieure des MPE, en termes de taille et de volume des ventes. Ce sont principalement des entreprises en plein développement et impliquées dans une activité de transformation.

Ces entreprises ont dépassé le stade de la précarité et de la lutte quotidienne pour la survie et peuvent dorénavant se concentrer sur l'expansion de leur activité. Pour ce faire, elles ont recours à des services d'information, qui leur permettent d'identifier de nouveaux marchés,

de meilleurs fournisseurs et de nouvelles technologies.

La nature et la qualité de l'information souhaitée varient en fonction de l'échelle de l'activité de l'entreprise. Les entreprises qui travaillent sur une vaste zone géographique avec une importante production, ou qui opèrent dans des lieux multiples, requièrent un champ d'informations plus large qu'une entreprise qui intervient uniquement localement. Une grande entreprise a le besoin et la capacité d'interpréter des informations variées, tandis qu'une petite entreprise cherche de l'information immédiatement compréhensible et utile, « prête à l'emploi ».

À la suite d'une étude menée sur les besoins en TIC et les capacités des organisations de la société civile à utiliser les TIC, trois difficultés majeures ont été identifiées comme gênant le développement et l'utilisation des TIC : l'accès, le coût et l'expertise technique.

Très peu de prestataires philippins utilisent Internet pour proposer leurs services.

Il est peu probable que le secteur privé développe de tels services à court terme pour les MPE car la demande des grandes entreprises croît rapidement et se révèle beaucoup plus simple à satisfaire.

Bien que cette étude ne conclut pas sur l'utilité des TIC pour les MPE du fait du trop faible taux d'utilisation, la demande des MPE qui ne sont pas sur des marchés locaux indique qu'elles comptent sur l'information pour améliorer leur activité. Il y a ainsi un potentiel pour un bailleur de soutenir l'émergence de services d'information aux MPE orientés par la demande. Il y a aussi un besoin d'encourager les

prestataires existants à développer de tels produits, qui rencontrent la demande des MPE à la fois en termes de contenu et de services. Seul un tel service peut être financièrement viable et avoir un impact significatif sur les MPE.

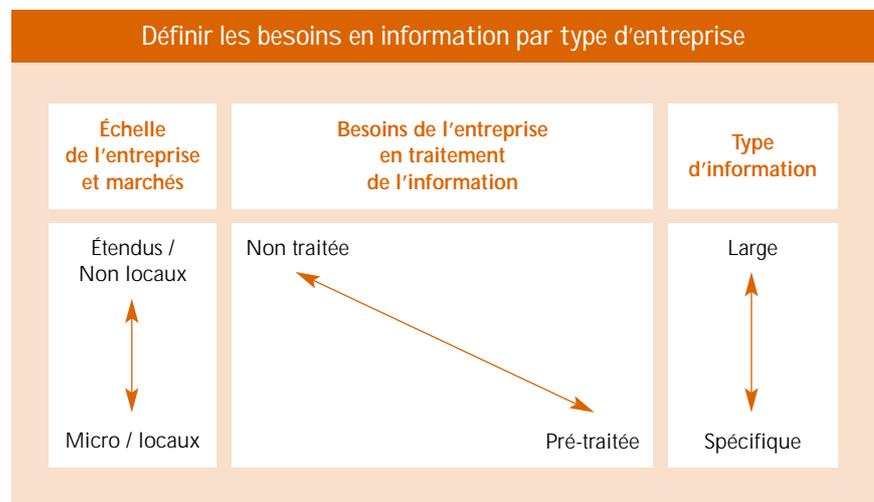
PROFILS DE QUATRE STRUCTURES OFFRANT DES SERVICES D'INFORMATION PAR INTERNET

Les quatre études de cas ci-dessous concernent des prestataires qui ont recours à Internet pour offrir leurs services mais qui touchent aujourd'hui un nombre limité de MPE.

ASSIST conçoit EASISBoard

ASSIST (Agricultural Statistics and Marketing Information Services Project) est une ONG issue d'une collaboration entre le Projet de statistiques agricoles et de services d'informations commerciales, subventionné par l'USAID, et le Bureau des statistiques agricoles des Philippines. Elle a pour but de fournir de l'information et du conseil aux grandes industries, au gouvernement et aux ONG des Philippines.

En 1995, ASSIST conçoit EASISBoard, Easy Access to Statistical Information Bulletin Board, une banque de données statistiques accessible par Internet, sur abon-



nement, qui offre aux entrepreneurs un accès simple à des informations en ligne, à des travaux de recherche et à de l'information économique. L'organisation se focalise sur les grandes entreprises du secteur agricole car elles font partie des premières à reconnaître l'importance de l'information et parce qu'elles sont souvent équipées de logiciels informatiques récents et d'un accès Internet.

L'abonnement en ligne commence à 270 USD. Ce coût comprend le droit d'inscription (100 USD) et le crédit minimal de connexion à la banque de données. 70 % de la clientèle d'EASIBoard est constituée par 13 grandes entreprises et les 30 % restant correspondent à des usagers indépendants, des ONG et des petites entreprises. Les revenus générés par EASIBoard sont estimés à 30 % des revenus d'ASSIST. L'offre de services par Internet est considérée comme une activité de promotion des autres services proposés par ASSIST (appui technique et conseil statistique).

EASIBoard démontre qu'il existe une demande pour les services d'information économique et commerciale, au moins parmi les grandes entreprises. L'idée d'adapter de l'information brute aux besoins spécifiques des utilisateurs plaît et elle est susceptible de séduire aussi les MPE. Cependant, le prix du service et le fait que les informations s'échangent principalement sur Internet – et requièrent donc de l'équipement informatique – rendent EASIBoard inaccessible aux MPE.

ASSIST a expérimenté l'offre d'information statistique aux petits entrepreneurs agricoles alors qu'elle était encore subventionnée par l'USAID. Depuis qu'elle doit s'autofinancer, elle s'applique à satisfaire les besoins des grandes entreprises.

La Chambre de Commerce et d'Industrie des Philippines

La CCIP est une organisation non gouvernementale, à but non lucratif, qui représente ses entreprises membres. En 1997, la CCIP comprenait 1 783 membres, dont 60 % étaient des PME.

Le projet de la CCIP est de créer un réseau entrepreneurial électronique, permettant aux membres basés dans des régions éloignées d'avoir accès à de l'infor-

mation via Internet. Les membres ont accès aux ordinateurs et à Internet via des bureaux de la CCIP ou des centres publics de télécommunications. Les services accessibles via le réseau comprennent un système de communication avec les autres membres du réseau, un centre de documentation et des services virtuels de vente (e-commerce).

En septembre 1998, seules 10 des 142 chambres de commerce locales des Philippines disposaient d'un accès à Internet et de personnes formées pour le gérer, et la plupart des PME membres ne possédaient pas d'ordinateur. Cependant, les responsables de la CCIP considèrent que leurs membres sont très largement informés des bénéfices apportés par les technologies de l'information puisque que la Chambre mène, depuis 1995, des formations et séminaires sur le sujet.

Il est trop tôt pour évaluer l'impact du réseau, mais il dispose de quelques caractéristiques susceptibles de séduire les MPE. Il rassemble des informations qui proviennent de sources variées et peuvent être très spécifiques. La base de données des membres, par exemple, peut aider à collecter des informations telles que des listes de nouveaux fournisseurs ou acheteurs, même dans une zone géographique limitée ou une économie très locale. Les CCI locales fournissent aussi un réseau de débouchés accessibles aux MPE. **À terme, elles pourraient leur permettre un accès simple et formaté à leur convenance à l'information contenue sur le réseau.**

La Confédération des Exportateurs des Philippines

La Confédération des Exportateurs des Philippines (PHILEXPORT) regroupe 3 000 membres et 38 associations industrielles affiliées. Les membres de l'organisation représentent au moins 70 % des revenus du pays liés à l'exportation. PHILEXPORT fournit une gamme de services à ses membres, qui vont du conseil et de l'information à des services de formation ou de promotion de l'investissement. Elle fournit également des services liés à Internet, ouverts aux membres et aux acheteurs potentiels, qui incluent : la possibilité de louer une page du site

Internet de PHILEXPORT pour promouvoir ses produits (38 USD par an pour les membres et 50 pour les non-membres) ; l'accès à l'e-mail (0,05 USD par minute / 0,08) ; l'accès à Internet (2 USD par heure / 2,5) ; le traitement des questions posées via le site Internet et l'abonnement à un site d'information sur les exportateurs philippins, destiné aux acheteurs (le prix du service étant fonction du degré d'information requis).

Les services de PHILEXPORT sont potentiellement très utiles aux petits exportateurs. Cependant, la demande est faible. L'organisation attribue cela au bas niveau de perception des bénéfices potentiels d'Internet au niveau des exportateurs. Bien que les membres aient droit à des tarifs préférentiels, les petites entreprises ne voient pas la nécessité d'acheter ces services. Pourtant, créer sa propre page de publicité sur Internet offre l'opportunité aux petits exportateurs d'être exposés au regard des acheteurs internationaux à un prix raisonnable. **Les services de PHILEXPORT ne sont pas adaptés aux micro-entreprises car ces dernières n'exportent pas directement.**

Le Centre de coopération de l'Asie du Pacifique pour l'échange technologique et la formation des PME

Ce réseau électronique, l'APEC (Asia Pacific Economic Cooperation Center) pour l'échange technologique et la formation des PME joue un rôle de relais d'information sur les technologies, les marchés, le développement des ressources humaines et la productivité des PME de la région de l'Asie du Pacifique. Dans chacun des pays impliqués dans le réseau se trouvent des centres relais d'information locaux pour les PME. Le principal vecteur d'information du réseau est le site Internet du projet, qui est accessible à partir des ordinateurs des centres relais. Aux Philippines, il existe six centres relais.

Les centres relais sont chargés de diffuser l'information du réseau central vers les PME et des PME vers le central. Les relais locaux alimentent les banques de données à partir des informations sur les PME locales. Ils sont connectés entre

eux. Ils fournissent de l'information aux PME sur les fournisseurs et les acheteurs, leur proposent des rapports d'activité, des enquêtes et des données statistiques sur l'activité économique de leur secteur. Les six centres relais des Philippines sont soit des structures privées, soit des structures gouvernementales qui soutiennent le développement des PME.

Le modèle semble disposer d'un potentiel pour intéresser les PME. Cependant, **il est encore trop tôt pour dire si les centres relais locaux seront capables de toucher un nombre significatif de PME** et si leur personnel aura les compétences nécessaires à la promotion du service et à l'adaptation des informations aux besoins des clients.

CONCLUSIONS

Aucun des quatre prestataires n'arrive pour le moment à atteindre le public des MPE de façon significative et stable. L'analyse révèle pourquoi les MPE ne sont pas intéressées par ces services et met à jour certaines erreurs que font communément les organismes en proposant des services de TIC modernes aux MPE. Le contraste entre l'offre de services d'information via Internet de ces prestataires et la demande des MPE en la matière suggère des voies que les bailleurs de fonds et opérateurs devraient expérimenter en matière de services d'information via Internet orientés par la demande.

L'offre de services d'information aux micro et petites entreprises doit nécessairement être basée sur la fourniture d'informations traitées et adaptées en fonction des clients. Pour ce faire, un prestataire de services d'information doit avoir du personnel compétent, capable de collecter l'information et de la rendre accessible aux MPE. Cela signifie que les coûts de personnel seront plus élevés et le volume de travail effectué plus faible que pour une activité de télécommunications. La difficulté dans les premiers temps sera donc de garder les prix suffisamment bas pour attirer les MPE, et d'atteindre des volumes d'activité suffisamment hauts pour couvrir les coûts.

Puisque les services basés sur Internet sont actuellement centrés sur les grandes entreprises, il est certain que **pour toucher les MPE, l'intervention des bailleurs sur le marché sera nécessaire.** Les bailleurs pourraient par exemple subventionner les coûts initiaux de sensibilisation à l'existence et à l'intérêt des services proposés via Internet. Ils pourraient également aider les prestataires à recentrer leurs services en fonction de la demande des MPE. Ces deux interventions permettraient de rapprocher l'offre et la demande de services basés sur Internet.