

SONDAGE 2018 RÉALISÉ AUPRÈS DES ENTREPRENEURS ET DES MPME AUX PHILIPPINES

Renforcer les capacités des MPME
grâce à l'accès aux marchés



ASIA PACIFIC
FOUNDATION
OF CANADA

FONDATION
ASIE PACIFIQUE
DU CANADA



Table des matières

4	Résumé
6	À propos de la Fondation Asie Pacifique du Canada
6	À propos de The Evidence Network
7	Projet APEC-Canada pour l'expansion du partenariat des entreprises
8	Méthodologie
9	Introduction
12	Section 1: PROFILS DES ENTREPRISES ET DES ENTREPRENEURS
21	Section 2: PLANS DE CROISSANCE ET DÉFIS POSÉS À LA CROISSANCE
29	Section 3: OBSTACLES À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
35	Conclusion et recommandations
37	Références

Résumé

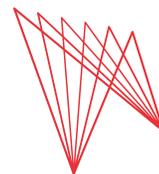
EN SE BASANT SUR LES RÉSULTATS D'UN SONDAGE RÉALISÉ AUPRÈS DE 437 ENTREPRENEURS ET MICRO, PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (MPME) AUX PHILIPPINES, le rapport sur le sondage 2018 de la Fondation Asie Pacifique du Canada : Renforcer les capacités des MPME grâce à l'accès aux marchés, fournit une analyse du développement des affaires au pays avec un accent particulier sur l'accès au marché. Ce rapport d'enquête comprend trois sections : les profils des entreprises et des entrepreneurs aux Philippines, les plans de croissance et les obstacles à la croissance pour les MPME, et les obstacles à l'accès au marché. Chaque section présente des données et des tendances par âge, par sexe et par secteur d'activité.

Les principales constatations sont les suivantes :

- Les répondants au sondage des Philippines sont des entrepreneurs de plus en plus jeunes et reflètent la tendance de l'archipel à jouer un rôle de leader régional et mondial pour la parité hommes-femmes dans l'entrepreneuriat.
- La majorité des répondants n'ont pas une grande expérience internationale. Seuls 2 % d'entre eux ont une expérience pertinente dans ce domaine sous une forme ou une autre.
- Dans l'ensemble, les répondants ont des aspirations limitées en matière d'exportation, 63 % des MPME n'ayant aucun plan à cet égard.
- Les répondantes sont moins susceptibles d'avoir accès à des outils d'affaires en ligne ou de les utiliser, comme les médias sociaux ou des services de soutien, par exemple des services de consultation en ligne ou de réseautage.
- Malgré les initiatives politiques nationales en matière de perfectionnement et de formation, les répondants ne sont pas du tout au courant des politiques d'exportation et des accords commerciaux qui leur sont proposés.
- En dépit de la vulnérabilité régionale aux impacts du changement climatique, seulement 28 % des MPME des Philippines considèrent la durabilité environnementale comme une priorité absolue.

Les principales recommandations sont les suivantes :

- Améliorer l'accessibilité du public et la sensibilisation aux services de soutien gouvernementaux existants (comme les centres Go Negosyo) afin d'atteindre les entrepreneurs qui tentent de développer leur MPME.
- Réévaluer et recalibrer les politiques existantes du ministère du Commerce et de l'Industrie afin de mieux aider les MPME, en particulier à leurs débuts, à être plus stratégiques au sujet des besoins des marchés local et international.
- Mettre à l'échelle les initiatives menées par le gouvernement, les banques, les centres d'innovation, les associations de gens d'affaires et les universités qui soutiennent les possibilités offertes aux nouveaux entrepreneurs d'acquérir une expérience internationale et d'améliorer leur connaissance du marché (comme les échanges et la représentation dans les délégations commerciales).
- Améliorer les applications d'apprentissage en ligne (allant du jumelage de mentors aux plateformes sur l'accès aux marchés) pour les femmes qui aspirent à devenir entrepreneures et pour celles qui sont établies.



À propos de la Fondation Asie-Pacifique du Canada

LA FONDATION ASIE PACIFIQUE DU CANADA (FAP CANADA) a pour rôle de renforcer les liens entre le Canada et l'Asie, en se concentrant particulièrement sur l'expansion des relations économiques fondées sur le commerce, les investissements et l'innovation; sur la promotion de l'expertise du Canada en offrant des solutions aux défis que l'Asie doit relever concernant les changements climatiques, les enjeux énergétiques, la sécurité alimentaire et la gestion des ressources naturelles; sur le développement des compétences et des savoir-faire sur l'Asie chez les Canadiens, dont les jeunes; et sur l'amélioration de la compréhension générale des Canadiens sur l'Asie et son influence mondiale grandissante.

La Fondation est reconnue pour ses sondages d'opinion nationaux sur les attitudes des Canadiens au sujet des relations avec l'Asie, dont les investissements asiatiques étrangers au Canada et le commerce entre le Canada et l'Asie. La Fondation accorde une grande place à la Chine et à l'Inde, au Japon et à la Corée du Sud, tout en acquérant de l'expertise sur les marchés émergents de la région, tout particulièrement les économies appartenant à l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE).

Visitez le site Web de la FAP Canada au <http://www.asiapacific.ca/fr>.

À propos de The Evidence Network

THE EVIDENCE NETWORK (TEN) a été créé en 2009 par Brian Barge, Ph. D., et Margaret Dalziel, Ph. D. Il se concentre sur la réalisation d'études d'impact concernant les moteurs d'innovation de toutes envergures, en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. TEN a fourni des études à des organismes favorisant l'innovation, que ce soit sous la forme de programmes d'incubateurs d'entreprises, d'organismes de recherche et développement, de programmes de financement de l'innovation ou d'organismes de développement économique.

Projet APEC-Canada pour l'expansion du partenariat des entreprises

LE PROJET APEC-CANADA POUR L'EXPANSION DU PARTENARIAT DES ENTREPRISES (LE « PROJET »), est une initiative quadriennale à volets multiples mise en place conjointement par la Fondation et le secrétariat de la Coopération économique Asie-Pacifique (APEC). L'initiative, financée par Affaires mondiales Canada, aide à développer le potentiel des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) de favoriser la réduction de la pauvreté et la croissance économique dans la région de l'APEC.

Le Projet propose des outils fondés sur les pratiques exemplaires, des idées, des connaissances et des liens cruciaux issus de l'expérience canadienne et adaptés aux marchés l'APEC. Il se concentre actuellement sur les économies de l'Indonésie, du Pérou, des Philippines et du Vietnam. Le Projet vise essentiellement à résoudre les principales difficultés auxquelles se heurtent les MPME et les futurs entrepreneurs des économies en développement de l'APEC dans les domaines de la technologie et de l'innovation, de l'accès au marché, du capital humain et de l'entrepreneuriat social, en mettant l'accent sur quelques thèmes transversaux, notamment les femmes, les jeunes, la gouvernance et l'environnement.

Visitez le site du Projet APEC-Canada au <https://apfcanada-msme.ca/home>.

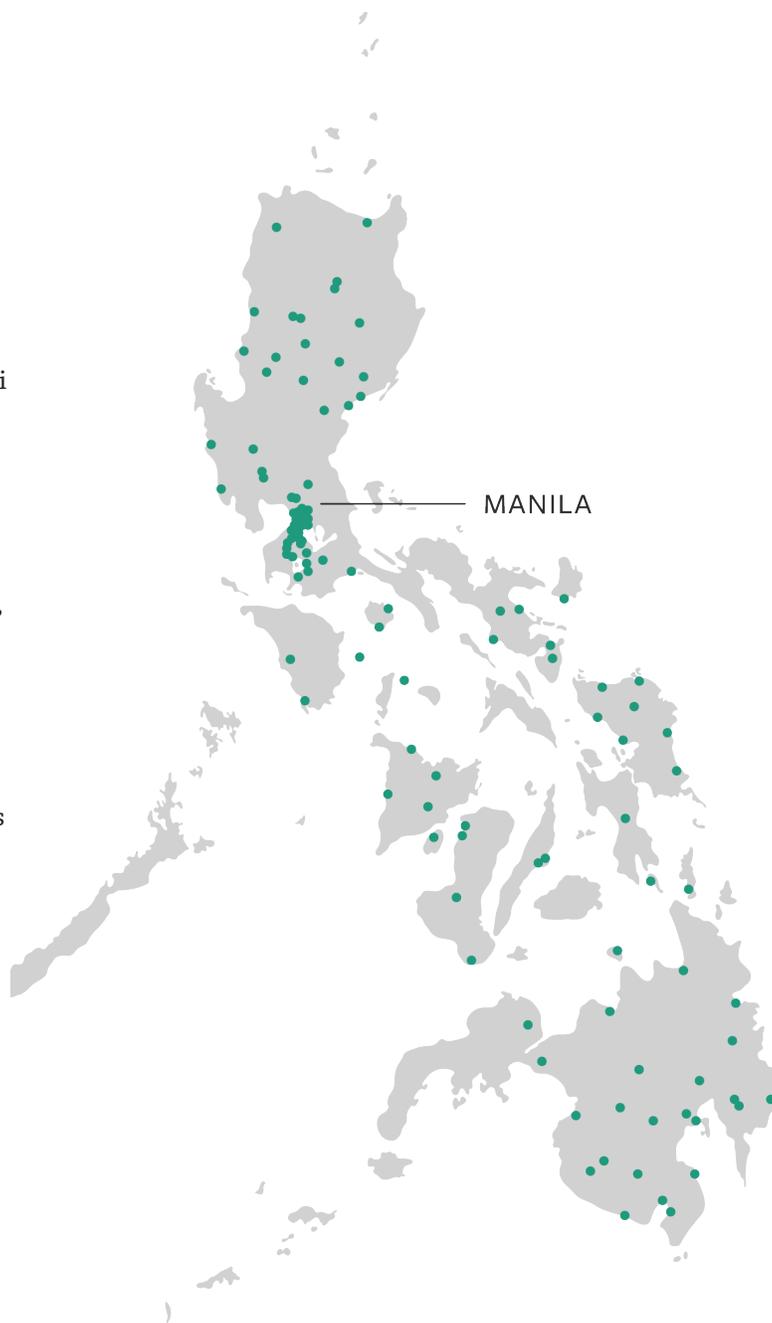
LISEZ LE RAPPORT RELATIF AU
SONDAGE SUR LA TECHNOLOGIE ET
L'INNOVATION AU VIETNAM ET AUX
PHILIPPINES [ICI](#).

Méthodologie

AU TOTAL, des renseignements ont été recueillis auprès de 437 entrepreneurs (fondateurs ou non travaillant dans une MPME) de diverses régions des Philippines au moyen de sondages en personne et en ligne. Les répondants ont été choisis au hasard parmi les réseaux d'entrepreneuriat existants répertoriés par TEN, y compris des réseaux d'entrepreneurs répertoriés par le ministère du Commerce et de l'Industrie des Philippines.

L'échantillon couvre diverses régions des Philippines, avec une forte concentration d'entrepreneurs dans la région de la capitale nationale, autour de Manille, et de la région de Calabarzon. Il est conforme à la répartition des MPME dans le pays, dont 40 % sont concentrées dans ces régions¹. La collecte de données auprès d'entrepreneurs dans tout le pays a permis d'assurer une représentation des attitudes, des obstacles et des possibilités auxquels est confronté l'échantillon dans divers contextes du pays.

Les données du sondage ont été mises en contexte dans le présent rapport grâce à de l'information provenant de recherches menées par divers organismes et experts régionaux ou de l'étranger.



¹ Ministère du Commerce et de l'Industrie des Philippines, statistiques sur les MPME, <https://www.dti.gov.ph/businesses/msmes/msme-resources/msme-statistics>.

Introduction

MPME : L'ÉPINE DORSALE DES ÉCONOMIES DE L'APEC

Au sein des 21 économies de la Coopération économique Asie-Pacifique (APEC), les MPME sont les moteurs de la croissance économique et de l'innovation, représentant plus de 97 % des entreprises et employant plus de 50 % de la main-d'œuvre dans la région². Aux Philippines, les MPME représentent 99,57 % de l'ensemble des entreprises et fournissent 63,27 % de l'emploi total dans le pays³. En tant qu'une des économies de l'APEC dont la croissance est la plus rapide, et dont le produit intérieur brut (PIB) devrait croître de 6,7 % au cours des deux prochaines années, la prospérité économique aux Philippines repose en grande partie sur les petites entreprises⁴.

Par conséquent, le gouvernement a adopté des politiques et des programmes importants et généralisés pour appuyer le développement et la croissance des MPME. La carte maîtresse de ces politiques, la loi *Magna Carta for Micro, Small, and Medium Enterprises*, est entrée en vigueur en 2008. Elle vise à développer un écosystème entrepreneurial et à soutenir un environnement commercial propice au secteur dominant que sont les MPME du pays. Guidé par l'orientation stratégique de haut niveau élaborée pour le pays, le gouvernement philippin a adopté en 2014 la loi *Go Negosyo*. Elle fournit un soutien pratique sur le terrain aux entrepreneurs et aux MPME en croissance sous la forme de centres de soutien, de fonds de démarrage et d'une formation dans divers domaines comme le marketing et la gestion. En dépit de grands efforts dans ce domaine, il existe encore des lacunes dans la formation et la prestation des services.

LES MARCHÉS SONT-ILS ACCESSIBLES AUX MPME?

L'accès aux marchés fait référence à la capacité des entreprises (dans ce cas, les MPME) de participer au commerce international, aux marchés et aux chaînes d'approvisionnement. Au cours des dernières dizaines d'années, nous avons assisté à une augmentation du commerce mondial, et les tendances ont changé en ce qui concerne l'ampleur, le type et le mode de commerce. Bien qu'il y ait eu une forte augmentation de la part des exportations

² Coopération économique Asie-Pacifique (APEC) [2018]. « Small and Medium Enterprises Working Group ». <https://www.apec.org/Groups/SOM-Steering-Committee-on-Economic-and-Technical-Cooperation/Working-Groups/Small-and-Medium-Enterprises>.

³ Ministère du Commerce et de l'Industrie des Philippines, 2016.

⁴ Banque asiatique de développement, 2017, *Asian Development Outlook 2017 Update: Sustaining Development Through Public-Private Partnership*.

mondiales en provenance des économies en développement (en particulier en Asie du Sud-Est), les MPME ont tendance à être sous-représentées dans cet espace⁵.

L'APEC a cerné quelques-uns des principaux défis que les MPME de la région doivent relever pour accéder aux marchés, comme l'intégration aux chaînes de valeur mondiales, le développement de la capacité d'exporter et d'internationaliser leurs activités, et la recherche de collaborations durables avec de plus grandes entreprises⁶.

Ce rapport utilise des données ventilées selon le sexe, l'âge et l'industrie pour comprendre les problèmes particuliers que vivent les entrepreneurs aux Philippines en ce qui concerne l'accès aux marchés. Les principales conclusions sont les suivantes :

- La plupart des MPME n'ont pas les connaissances nécessaires pour accéder aux marchés internationaux;
- En général, les MPME connaissent peu ou sous-utilisent les politiques d'exportation et les accords commerciaux à leur disposition;
- Les entrepreneures sont moins susceptibles d'avoir accès à des services de soutien et d'utiliser des outils d'affaires en ligne comme les médias sociaux ou les applications d'apprentissage.

De plus, le présent rapport formule les recommandations suivantes en matière de politique :

- Améliorer les services de soutien gouvernementaux afin d'atteindre les entrepreneurs qui tentent de faire croître leur MPME. Bien que l'impact des politiques axées sur les services (en particulier la loi Magna Carta) et des infrastructures de soutien physique dans tout le pays (centres Go Negosyo) puisse faciliter les possibilités à l'échelle internationale pour les MPME aux Philippines, les entrepreneurs indiquent qu'il faut améliorer l'accessibilité et la sensibilisation du public à ces services.
- Les services de soutien gouvernementaux devraient récompenser et encourager un large éventail d'expériences internationales afin d'aider les entrepreneurs potentiels à élaborer des stratégies adaptées à leur contexte de marché particulier, et inclure une formation sur la façon de tirer parti des salons professionnels, d'utiliser le commerce électronique et d'accéder à de l'information sur les marchés en ligne pour des économies régionales et de pays particuliers.

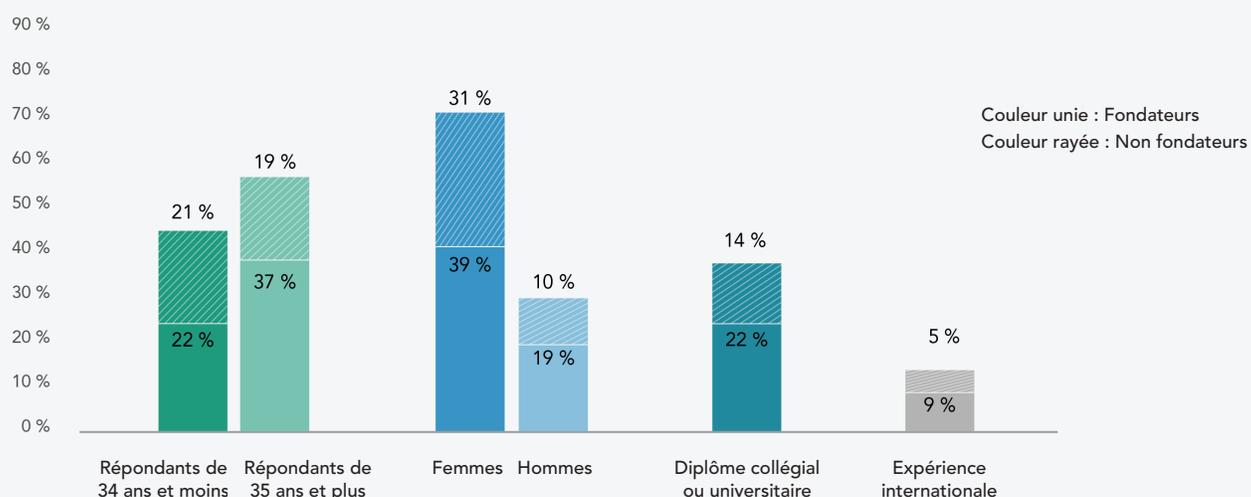
⁵ Organisation des Nations Unies pour le développement industriel, 2017.

⁶ Groupe de travail sur les petites et moyennes entreprises, Coopération économique Asie-Pacifique, 2018.

- Le gouvernement, de concert avec les universités et le secteur privé, devrait continuer de diriger et de développer des organismes de services aux entreprises, des incubateurs et des accélérateurs qui facilitent l'accès aux marchés et le partage des connaissances sur les marchés.
- Les médias sociaux et les plateformes d'apprentissage en ligne jouant un rôle de plus en plus important dans le développement des entreprises, les plateformes développées par les gouvernements, les universités et les associations d'entreprises doivent être accessibles aux femmes et aux entrepreneurs plus âgés.

Section 1: PROFILS DES ENTREPRISES ET DES ENTREPRENEURS

Profil des répondants



Tous les répondants (n = 437)

Q. 1.1 : Avez-vous fondé votre entreprise?

Q. 1.2 : Quel âge avez-vous actuellement?

Q. 1.3 : De quel sexe êtes-vous?

Q. 1.4 : Quel est le plus haut degré de scolarité que vous avez atteint?

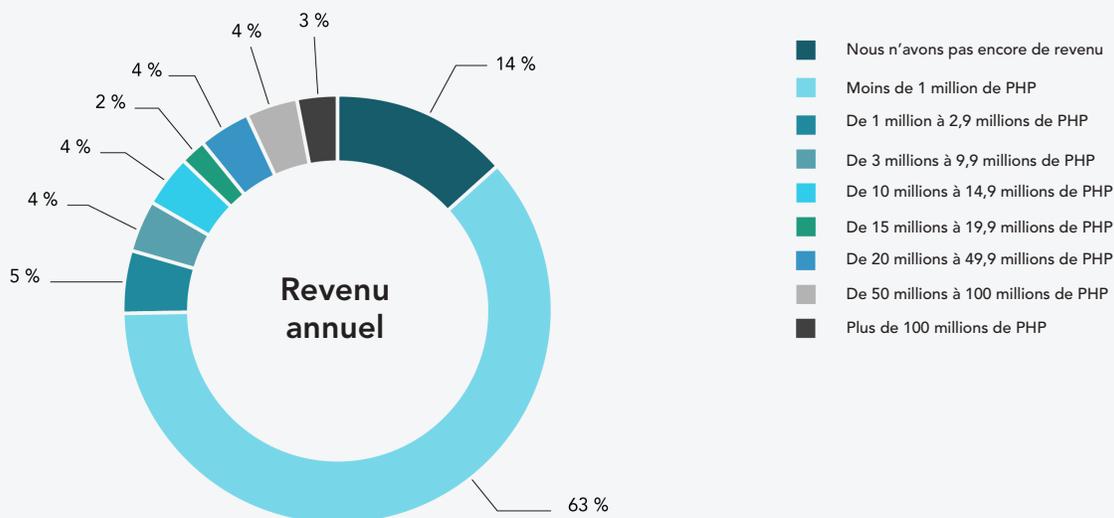
Q. 1.6 : Avez-vous étudié, travaillé ou acquis une expérience professionnelle pertinente?

PLUS D'ENTREPRENEURES, MAIS DE MICROENTREPRISES

Le sondage réalisé en 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME des Philippines comprend des répondants qui s'identifient soit comme fondateurs (59 %) soit comme non-fondateurs (employés, 40 %) de MPME. Aux Philippines, les MPME se classent en grande partie dans la catégorie « micro », 63 % des entreprises répondantes⁷ ayant moins de 10 employés et moins d'un million de PHP de revenus annuels.

⁷ La Philippine Statistics Authority classe les MPME en fonction du nombre d'employés et de la taille des revenus : une entreprise est de taille micro si elle compte moins de 10 employés, petite si elle compte de 10 à 99 employés et moyenne si elle compte de 100 à 199 employés.

Revenu annuel



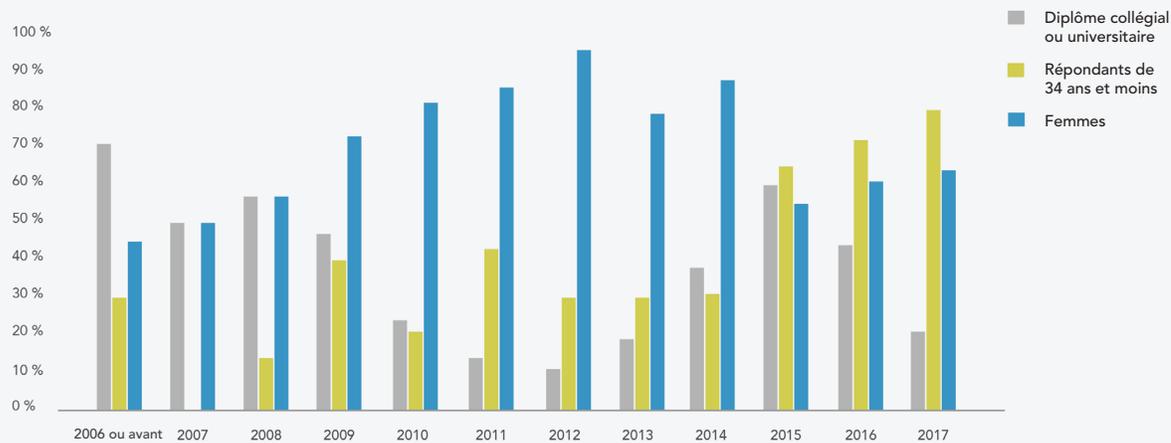
Tous les répondants (n = 313)

Q. 2.13 : Quel a été le chiffre d'affaires annuel de votre entreprise au cours du dernier exercice financier?

Les femmes représentent 70 % de tous les répondants, à la fois comme fondatrices (39 %) et non fondatrices (31 %). Les Philippines se classent constamment parmi les 10 premiers pays au monde pour ce qui est de la parité hommes-femmes dans le leadership politique et commercial⁸, et en tant que chef de file régional en matière de parité hommes-femmes dans l'entrepreneuriat, les femmes ayant récemment dépassé les hommes dans l'espace entrepreneurial.

⁸ Forum économique mondial, 2017, « The Global Gender Gap Report 2017 ».

MPME fondées chaque année par âge, sexe et éducation



Tous les répondants (n = 437); 34 ans et - (n = 187); éducation (n = 434); femmes (n = 306)

Q. 2.2 : Quand votre entreprise a-t-elle été fondée?

Il n'y a pas de pénurie de jeunes travailleurs, car les Philippines sont loin d'être un « pays vieux », l'âge médian étant de 23,5 ans⁹. Les entrepreneurs de moins de 35 ans ont fondé 30 % de toutes les MPME établies en 2006 ou avant, et les femmes ont fondé 45 % de toutes les MPME au cours de la même période. En 2017, ces chiffres ont augmenté à 80 % et 64 % respectivement. En particulier, les données du sondage montrent une hausse du nombre de MPME fondées en 2017, qui est passé de 18 en 2016 à 70 en 2017.

Selon le Global Entrepreneurship Monitor, le taux d'abandon des entreprises aux Philippines est de 12,6 % (contre une moyenne de 4,8 % pour l'ANASE)¹⁰. Ce chiffre indique que même si davantage de MPME sont fondées, leur probabilité d'échec est assez élevée. Le Global Entrepreneurship Monitor attribue ce taux élevé d'abandon d'entreprise à plusieurs facteurs, notamment au fait que les entreprises ne sont pas rentables, à la difficulté à obtenir du financement et à des raisons personnelles comme la mauvaise santé de l'entrepreneur¹¹. Parmi les principaux obstacles à la longévité auxquels font face les nouvelles MPME aux Philippines, mentionnons la faible rentabilité de marchés saturés, le manque d'accès au capital et la diffusion médiocre ou incohérente de l'information sur les programmes et les politiques de soutien aux MPME¹².

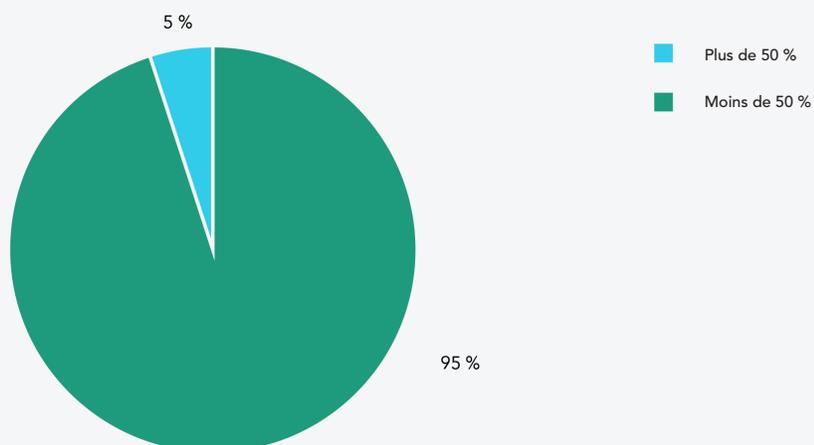
⁹ CIA, 2018, « The World Factbook ». <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2177.html>

¹⁰ Global Entrepreneurship Monitor, 2014, « Entrepreneurship: An Emerging Career Path for Filipinos ». <https://www.gemconsortium.org/country-profile/98>

¹¹ Global Entrepreneurship Monitor, 2017, « Philippine Entrepreneurship Report 2015-2016 ».

¹² Idem.

Entreprises dont moins de 40 % des employés ont étudié ou travaillé à l'extérieur des Philippines



Tous les répondants (n = 242)

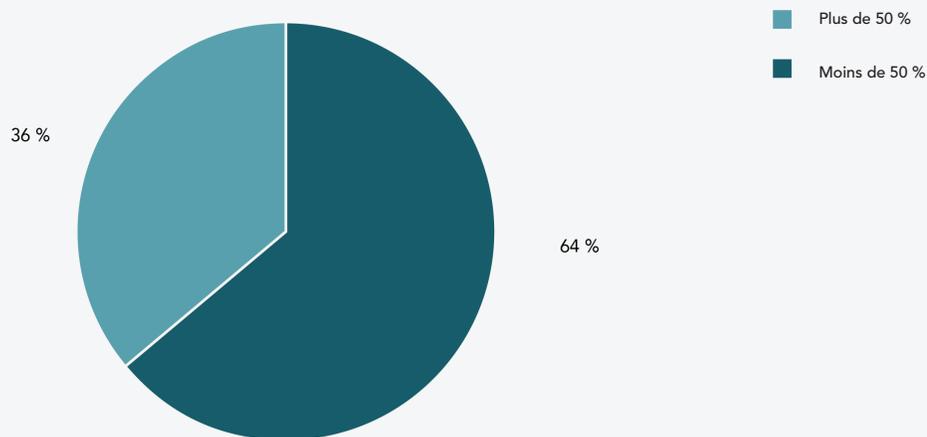
Q. 2.11 : Quel pourcentage des effectifs de votre entreprise (y compris les fondateurs) ont étudié ou travaillé à l'extérieur des Philippines?

De tous les entrepreneurs sondés, 95 % ont indiqué que moins de la moitié de leur effectif, dont les fondateurs, a travaillé ou étudié à l'étranger. Bien que les fondateurs aient un peu plus d'expérience internationale que les non-fondateurs, en tant que groupe, seulement 14 % de tous les répondants déclarent avoir une telle expérience. Dans le contexte de l'accès aux marchés, le manque d'expérience internationale des entrepreneurs philippins est un obstacle notable à la pénétration des marchés étrangers. La capacité d'appuyer les possibilités de visibilité internationale pertinente dans le secteur des MPME devra constituer un pilier clé de l'intervention stratégique pour les services de soutien du gouvernement (sous l'égide du ministère du Commerce et de l'Industrie) à l'avenir. En plus de relier les MPME aux grandes entreprises et aux gouvernements en tant que stratégie politique, l'accroissement des possibilités d'exposition de ces entreprises à des expériences internationales par la promotion d'études à l'étranger ou de perfectionnement professionnel pertinent peut mener à une plus grande capacité d'accéder aux marchés étrangers¹³.

¹³ Ministère du Commerce et de l'Industrie des Philippines, 2017, « MSME Development in the Philippines ». <http://www.microfinancecouncil.org/wp-content/uploads/2017/08/Empowering-MSMEs-Alice-Opena.pdf>

De plus, 36 % des répondants détiennent un diplôme d'études collégiales ou supérieures, parmi lesquels 22 % sont des fondateurs d'entreprise. La majorité (64 %) des fondateurs de MPME indiquent que moins de la moitié de leurs employés détiennent un diplôme collégial ou universitaire¹⁴. Le taux d'achèvement d'études collégiales est faible au sein des répondants, même s'il est plus élevé chez les fondateurs. Ce fait pourrait être une caractéristique de la composition industrielle des Philippines, où les résultats de notre sondage indiquent que l'industrie dominante quant au nombre de MPME, la vente au détail et en gros, a un niveau médian d'achèvement des études secondaires. En revanche, les répondants des industries du développement de logiciels, des services d'éducation et des services professionnels ont un niveau d'études collégiales médian ou supérieur.

Entreprises dont moins de 50 % des employés possèdent un diplôme collégial ou universitaire



Tous les répondants (n = 255)

Q. 2.12 : Combien d'employés (y compris les fondateurs) possèdent un diplôme collégial ou universitaire au sein de votre entreprise?

¹⁴ Pour mettre les choses en contexte, les Philippines ont un taux d'inscription aux études postsecondaires de 35 % et un taux d'achèvement des études postsecondaires de 30 % (UNESCO, 2018).

Dans le même ordre d'idées, les établissements d'enseignement primaire et postsecondaire des Philippines se classent parmi les meilleurs pour ce qui est de favoriser l'esprit d'entreprise¹⁵. Le pays se classe au premier rang des économies de l'ANASE par le Global Entrepreneurship Monitor pour l'enseignement des compétences entrepreneuriales au niveau primaire¹⁶. L'archipel a récemment réformé son système éducatif afin d'exiger des cours d'entrepreneuriat au niveau secondaire, parallèlement à un nombre croissant de diplômes universitaires en entrepreneuriat¹⁷. Cela s'inscrit dans une tendance marquée en Asie du Sud-Est qui vise à accroître la capacité de formation des entrepreneurs¹⁸. Cette constatation ouvre la voie à des recherches approfondies visant à mesurer l'efficacité des réformes et des initiatives éducatives dans le milieu des MPME aux Philippines.

¹⁵ Global Entrepreneurship Monitor, « Philippines Economy Profile ». <http://www.gemconsortium.org/country-profile/98>

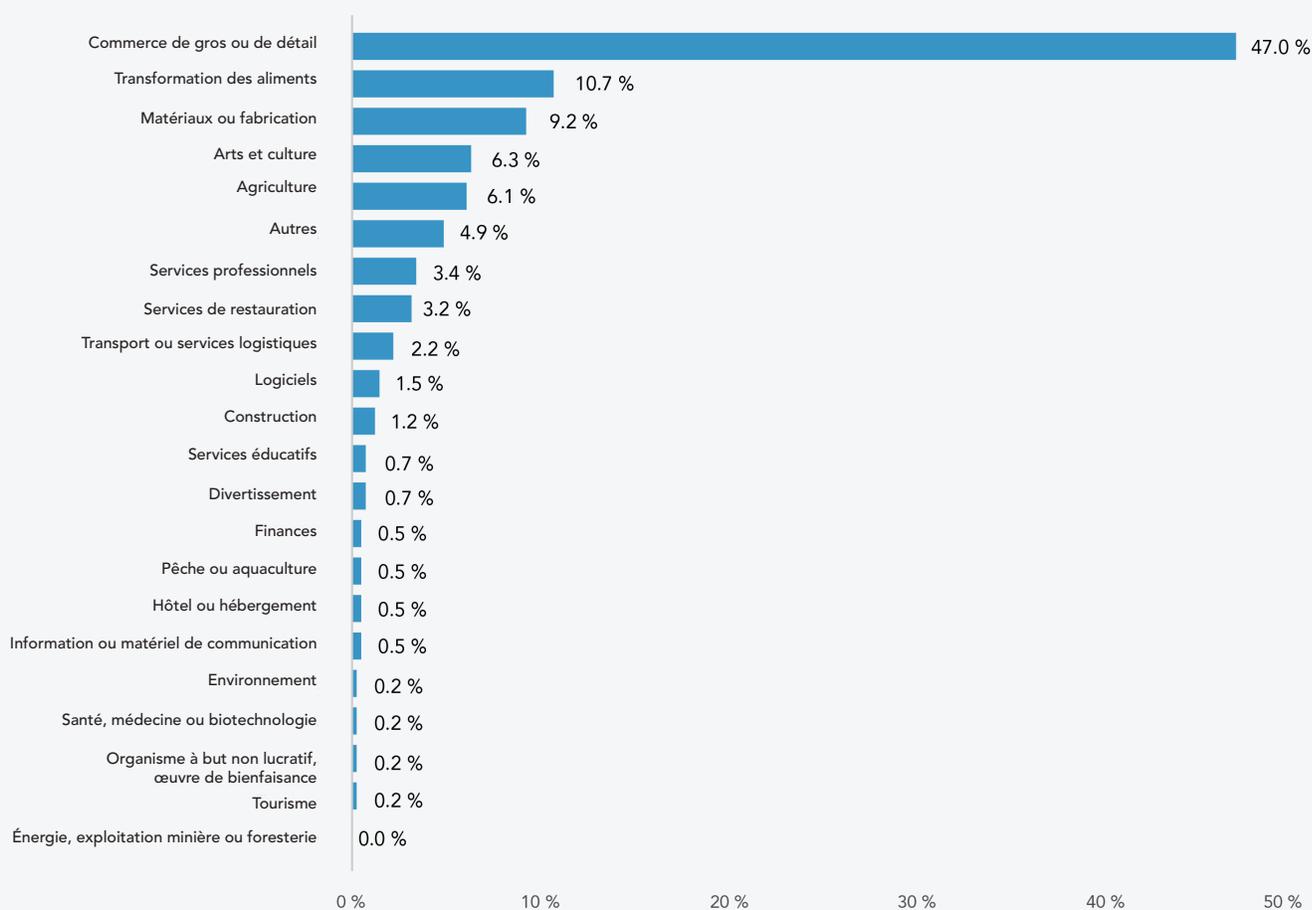
¹⁶ Global Entrepreneurship Monitor, 2017.

¹⁷ Velasco et coll., 2017.

¹⁸ Xavier et coll., 2015, « ASEAN Regional Entrepreneurship Report 2014/15 ». <http://www.women-entrepreneurship.org/download/2015-sea-asean-regional-report-2014-1433941176.pdf>

COMMERCE DE DÉTAIL ET DE GROS : PRINCIPAL JOUEUR DU SECTEUR DES MPME

Secteurs d'activité des MPME



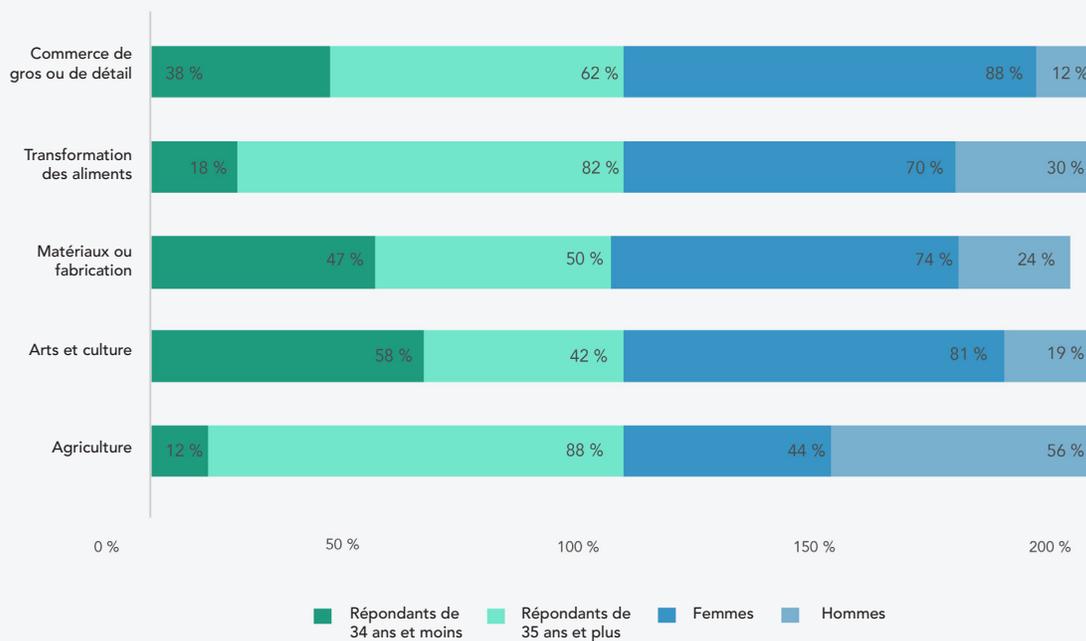
Tous les répondants (n = 437)

Q. 2.8 : Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux le secteur dans lequel votre entreprise opère principalement?

Le secteur des MPME aux Philippines est dominé par le commerce de détail et de gros (47 %), suivi de la transformation des aliments (10,7 %), des matériaux et de la fabrication (9,2 %), des arts et de la culture (6,3 %) et de l'agriculture (6,2 %). Les femmes (88 %) sont fortement représentées dans le commerce de détail et de gros. En fait, dans les cinq principales industries, à l'exception de l'agriculture, les femmes représentent plus que la majorité des entrepreneurs.

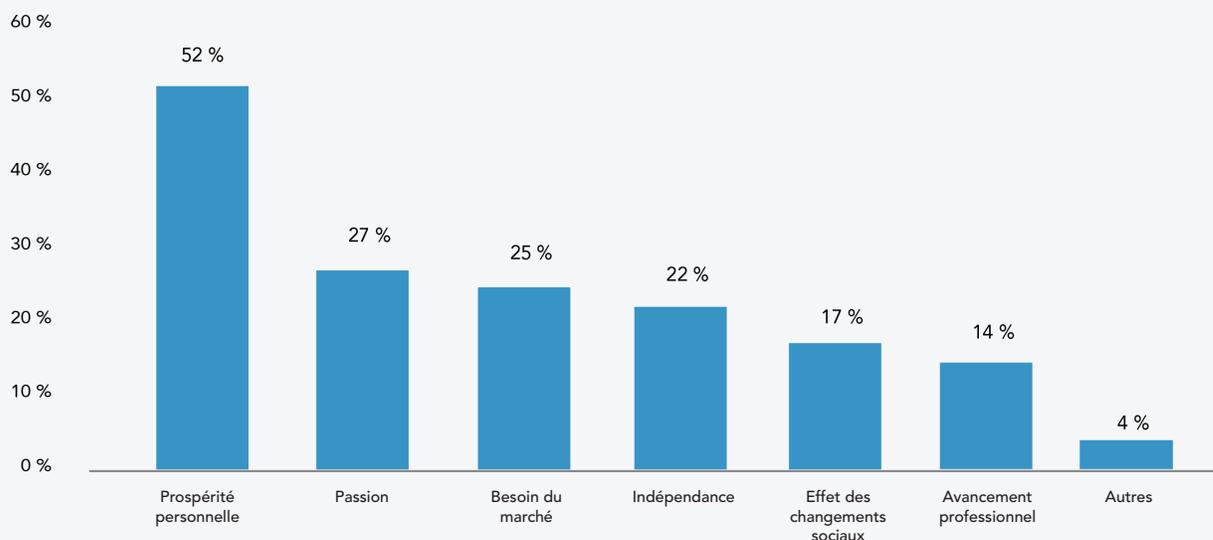
De plus, à l'exception des arts et de la culture, les répondants des cinq principales industries avaient 35 ans ou plus au moment du sondage. Dans l'industrie du commerce de détail et de gros, seulement 38 % des répondants étaient âgés de 34 ans et moins. En particulier, seulement 12 % des répondants du secteur de l'agriculture avaient moins de 35 ans au moment du sondage, ce qui suggère un changement possible : les jeunes commenceraient à entrer dans le secteur philippin des MPME.

Données démographiques des 5 principaux secteurs



LA PROSPÉRITÉ PERSONNELLE EST LE PRINCIPAL MOTEUR DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Motivations pour la fondation d'une entreprise



Tous les répondants (n = 305)

Q. 2.7 : Pourquoi avez-vous créé votre entreprise? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines indique que les personnes qui se lancent dans ce secteur recherchent largement la prospérité personnelle. La passion et les besoins du marché, en comparaison, sont des motifs peu mentionnés pour la fondation de MPME. Compte tenu de l'accent mis sur l'accès aux marchés dans le cadre de ce sondage, il convient de noter que seulement 25 % des répondants ont indiqué que les « besoins du marché » justifiaient la création d'une entreprise. Cela pourrait indiquer un ensemble de facteurs et différentes significations données au terme « besoins du marché ». Cependant, il est essentiel de connaître le contexte du marché dans lequel s'inscrit un aspirant entrepreneur pour réussir dans ce domaine. Une intervention stratégique devrait viser à aider les nouveaux entrepreneurs et ceux qui aspirent à le devenir à réfléchir stratégiquement à leur contexte de marché particulier, et inclure une formation sur la façon de tirer parti des foires commerciales, d'utiliser le commerce électronique et d'accéder à de l'information sur les marchés en ligne pour différentes économies nationales et régionales.

Section 2: PLANS DE CROISSANCE ET DÉFIS POSÉS À LA CROISSANCE

SEXE ET PLANS DE CROISSANCE DIVERGENTS

Les hommes interrogés dans le cadre du sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines sont beaucoup plus susceptibles que les femmes de rechercher une croissance modeste (52 %) à élevée (18 %) des revenus de leur entreprise. Par ailleurs, les femmes sont plus susceptibles de ne rechercher aucune croissance (22 %) ou une croissance faible (18 %).

Les obstacles structurels existants pour les femmes entrepreneures et les MPME dirigées par des femmes peuvent influencer la façon dont elles interprètent et articulent leurs idées et leurs ambitions de croissance. Les obstacles fréquemment cités comprennent l'accès au financement, les questions de sécurité, le soutien social et les contraintes familiales, et le manque d'accès à la technologie et à la formation professionnelle pertinente¹⁹. Les études démontrent que l'égalité entre les sexes a un impact positif sur la croissance économique. Cependant, les recherches qui se penchent sur l'incidence de la croissance économique sur l'égalité entre les sexes sont moins uniformes²⁰.

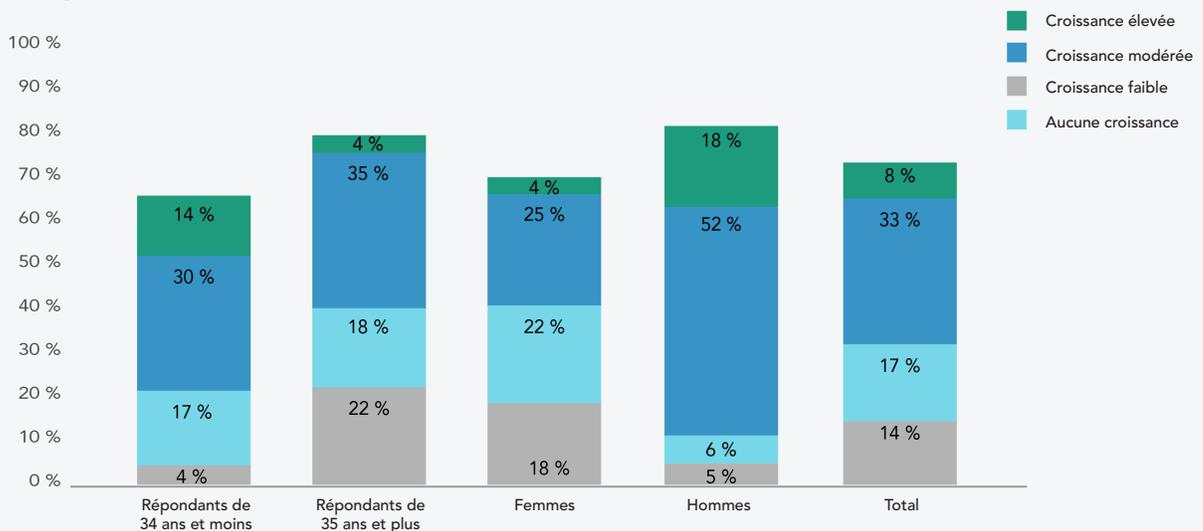
Dans l'ensemble, seulement 8 % des répondants au sondage recherchent une croissance élevée des revenus. Toutefois, les répondants de sexe masculin jeunes (moins de 35 ans) ou non ont généralement tendance à être plus ambitieux que leurs homologues féminines.

¹⁹ Coopération économique Asie-Pacifique, 2014, « Policy Partnership of Women and the Economy Strategic Plan 2015-2018 ».

²⁰ Kabear, 2016, « Gender quality, Economic Growth, and Women's Agency: the "Endless Variety" and "Monotonous Similarity" of Patriarchal Constraints », *Feminist Economics*, 22(1), p. 295-321.

Parmi les cinq principales industries des Philippines, le sondage indique que seuls les répondants du secteur de la transformation des aliments recherchent une croissance modeste à élevée (75 %). En comparaison, les répondants des secteurs du commerce de détail et de gros (22 %), des arts et de la culture (35 %), des matériaux et de la fabrication (37 %) et de l'agriculture (48 %) sont moins susceptibles de rechercher une croissance des revenus de modeste à élevée. Compte tenu de la prédominance du secteur du commerce de détail et de gros en ce qui concerne le nombre de MPME, le manque d'intérêt pour la croissance des revenus au sein de cette industrie est un aspect important que le gouvernement des Philippines doit mieux comprendre s'il veut améliorer sa croissance économique globale.

Projet de croissance



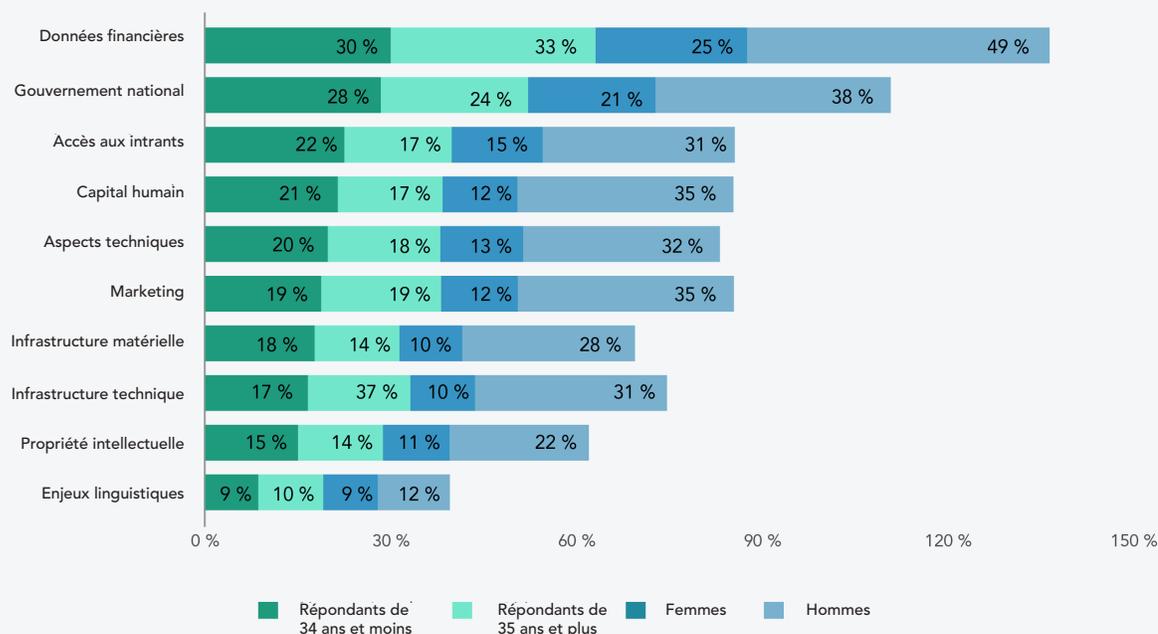
34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

Q. 2.14 : Quels sont les projets de croissance de votre entreprise en ce qui concerne le chiffre d'affaires?

LES FINANCES, OBSTACLE COURANT À LA CROISSANCE

L'accès au financement est le plus grand obstacle à la croissance parmi les répondants au sondage, le gouvernement national venant au deuxième rang. L'obstacle le moins courant à la croissance était la barrière linguistique, ce qui correspond au taux d'alphabétisation élevé des Philippines, qui est de 96,4 % ²¹.

Données démographiques et obstacles à la croissance



Tous les répondants (n = 232)

Q. 8.1 : Quels sont les obstacles à la croissance générale de votre entreprise?

CROISSANCE ET ENVIRONNEMENT : LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE EST UNE PRÉOCCUPATION POUR LES JEUNES

Il est essentiel de comprendre les obstacles auxquels se heurtent les MPME lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre des politiques de soutien. Les MPME de la région de l'APEC qui en sont aux premières étapes de leur développement profiteraient grandement de l'adoption d'une approche plus verte, car elles ont tendance à beaucoup compter sur les ressources naturelles

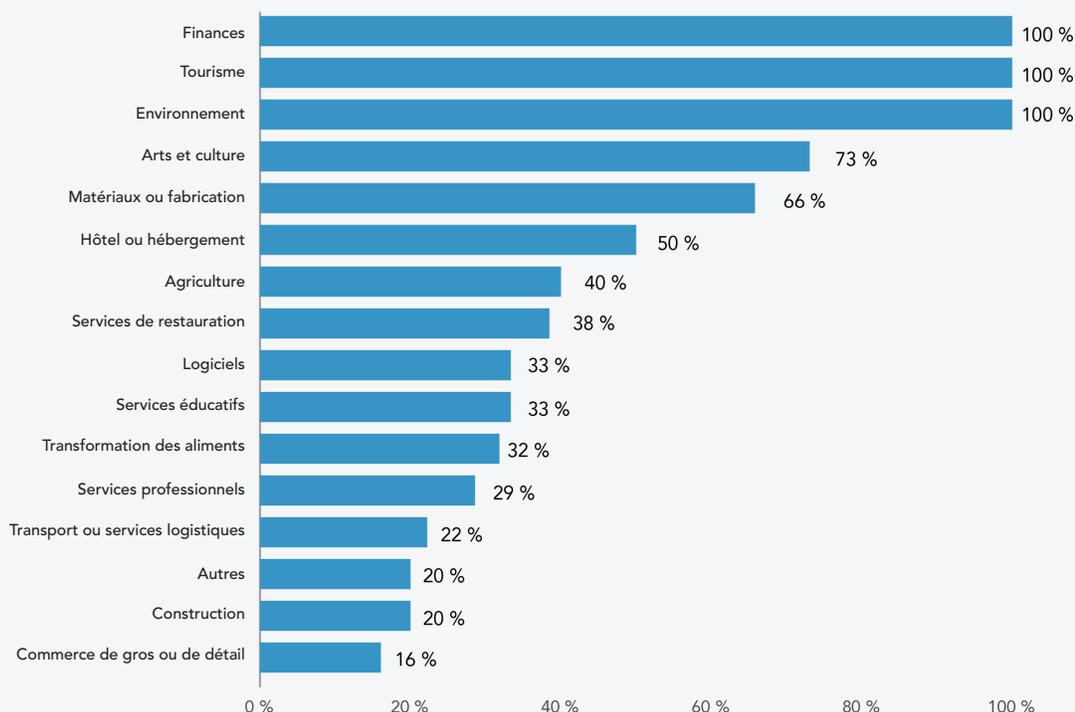
²¹ UNESCO, 2018.

et sont vulnérables aux changements environnementaux²². Bien que les économies de l'APEC polluent actuellement moins par habitant que les économies plus développées, l'adoption de pratiques commerciales durables sur le plan environnemental sera très bénéfique et aidera à éviter que les défis environnementaux mondiaux ne s'aggravent davantage²³.

Cependant, les MPME de l'APEC font face à plus de défis dans la poursuite de stratégies environnementales durables que les grandes entreprises, principalement en raison de ce qui suit :

- Manque de sensibilisation;
- Accès limité à l'information et à la technologie;
- Exigences réglementaires strictes;
- Manque de personnel qualifié;
- Accès limité aux ressources financières;
- Obstacles importants à l'accès aux marchés internationaux pour répondre à la demande mondiale de biens et de services écologiques²⁴.

Pourcentage des entreprises qui considèrent la durabilité de l'environnement comme une priorité absolue selon le secteur de l'industrie



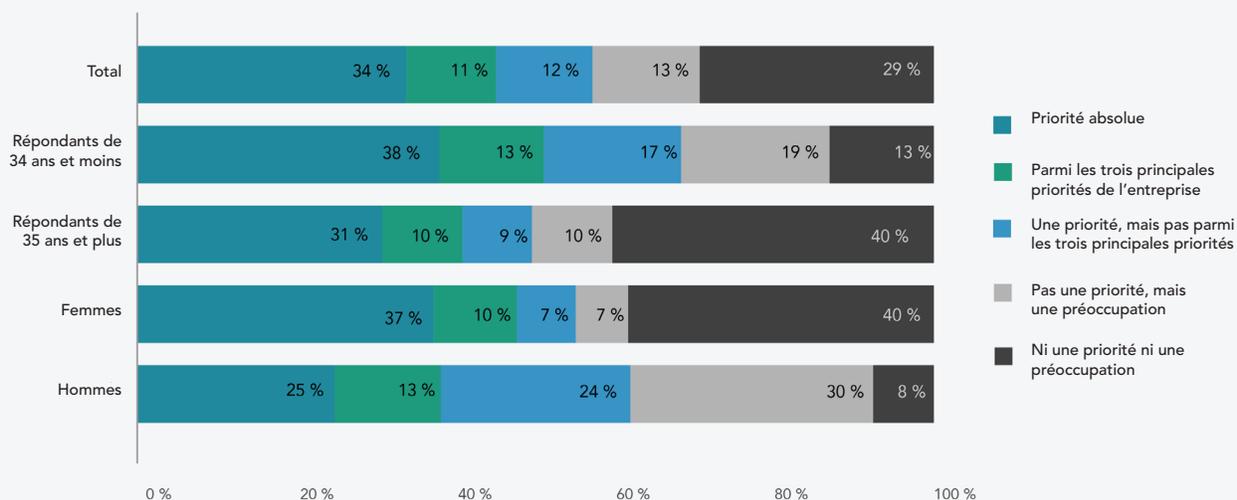
²² Coopération économique Asie-Pacifique, « Identifying Green, Sustainable and Innovative MSMEs in APEC – Policy Brief No.19 », février 2018.

²³ OECD et Cedefop, 2014, « Greener Skills and Jobs, OECD Green Growth Studies ». http://www.oecd.org/cfe/leed/Greener%20skills_Highlights%20WEB.pdf

²⁴ Coopération économique Asie-Pacifique, février 2018.

Dans l'ensemble, 47 % des répondants aux Philippines considèrent que la durabilité de l'environnement fait partie de leurs grandes priorités, de leurs trois principales priorités ou de leur priorité absolue. Toutefois, ce n'est pas le cas pour tous. En particulier, seulement 16 % des détaillants et des grossistes considèrent la durabilité environnementale comme une priorité absolue.

Pourcentage des entrepreneurs qui considèrent la durabilité de l'environnement comme une priorité absolue



34 ans et moins (n = 145); 35 ans et plus (n = 218); femmes (n = 258); hommes (n = 105)

Q. 6.1 : Dans quelle mesure la durabilité de l'environnement est-elle une préoccupation pour votre entreprise?

Dans l'ensemble, les jeunes (moins de 35 ans) répondants au sondage (87 %) sont plus susceptibles que les répondants plus âgés (plus de 35 ans) (60 %) d'être préoccupés par la durabilité de l'environnement, déclarant qu'il s'agit au moins d'une préoccupation, sinon d'une priorité.

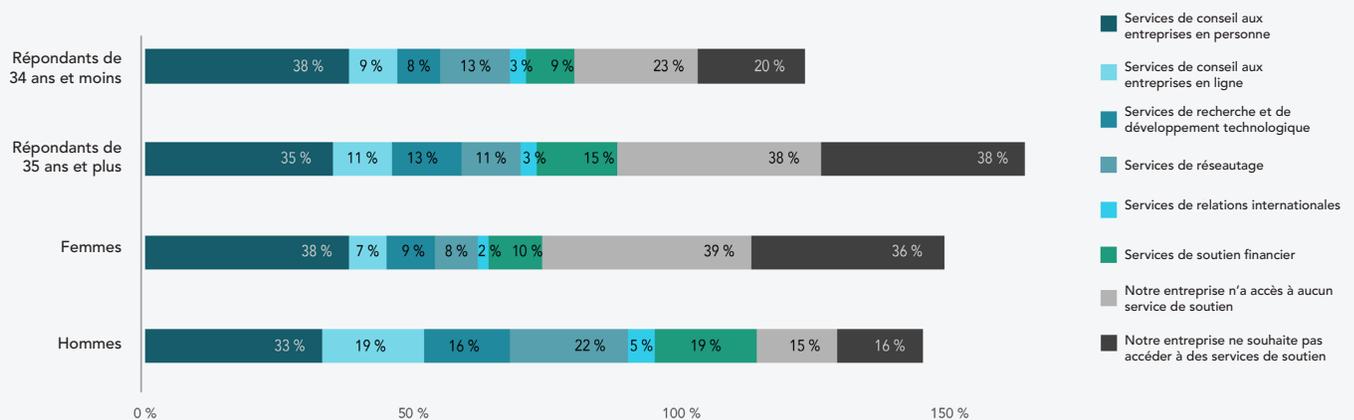
Les femmes (37 %) ont mentionné la durabilité de l'environnement plus souvent que les hommes (25 %), bien qu'elles soient divisées sur la question, 37 % la considérant comme une priorité absolue et 40 % ne la considérant pas comme une priorité ou une préoccupation.

À l'avenir, la sensibilisation accrue et le soutien au développement de pratiques commerciales écologiquement viables doivent être un pilier de la préparation des MPME à l'accès aux marchés à l'extérieur des Philippines. Cela devrait comprendre la prestation de formation dans des secteurs axés spécifiquement sur l'environnement, comme l'agriculture, les services alimentaires et d'autres secteurs tributaires des ressources naturelles. De plus, les secteurs qui sont les plus à risque en raison des changements climatiques et des catastrophes naturelles, comme le tourisme et les entreprises côtières, doivent être appuyés pour inclure dans leurs activités des pratiques

commerciales durables sur le plan environnemental. Cela est conforme aux objectifs énoncés par les Philippines dans le cadre de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) visant à soutenir une transition systématique vers une croissance sociale et économique résiliente au climat et aux catastrophes²⁵.

AIDER LES FEMMES ENTREPRENEURES À SE CONNECTER AUX SERVICES DE SOUTIEN

Accès à des services de soutien



34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

Q. 7.1 : Auxquels des services de soutien suivants votre entreprise a-t-elle accès? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Dans l'ensemble, le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines a révélé que les femmes sont deux fois plus susceptibles que les hommes de ne pas avoir accès à des services de soutien (39 %) ou de ne pas s'y intéresser (36 %). De plus, les résultats du sondage montrent que les femmes entrepreneures sont moins susceptibles d'accéder aux outils en ligne (7 %) que les hommes (19 %). À l'exception des services-conseils en personne, les femmes sondées sont beaucoup moins susceptibles d'avoir accès à des services de soutien particuliers que les hommes²⁶, ce qui correspond aux tendances observées dans l'ensemble de l'Asie du Sud-Est²⁷. Cela comprend le soutien à la recherche, la formation technologique, les programmes de mentorat et de réseautage, les expériences internationales et les services de soutien financier, qui sont tous essentiels pour améliorer l'accès aux marchés internationaux. Les répondants plus âgés (plus de 35 ans) sont plus susceptibles d'avoir accès à des services de soutien que les répondants jeunes (moins de 35 ans).

²⁵ Republic des Philippines, « Intended Nationally Determined Contributions, 2015 ». <http://www4.unfccc.int/submissions/INDC/Published%20Documents/Philippines/1/Philippines%20-%20Final%20INDC%20submission.pdf>

²⁶ Un aspect important de tout cela est aussi l'efficacité de ces services de soutien. Bien que les données de l'enquête ne traitent pas précisément de cette question, l'Asian Institute of Management mène actuellement des recherches en partenariat avec le Projet APEC-Canada pour l'expansion du partenariat des entreprises afin de mieux comprendre l'efficacité des organisations et des réseaux de services aux entreprises.

²⁷ Xavier et coll., 2015.

Répartition démographique de l'utilisation des médias sociaux



34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

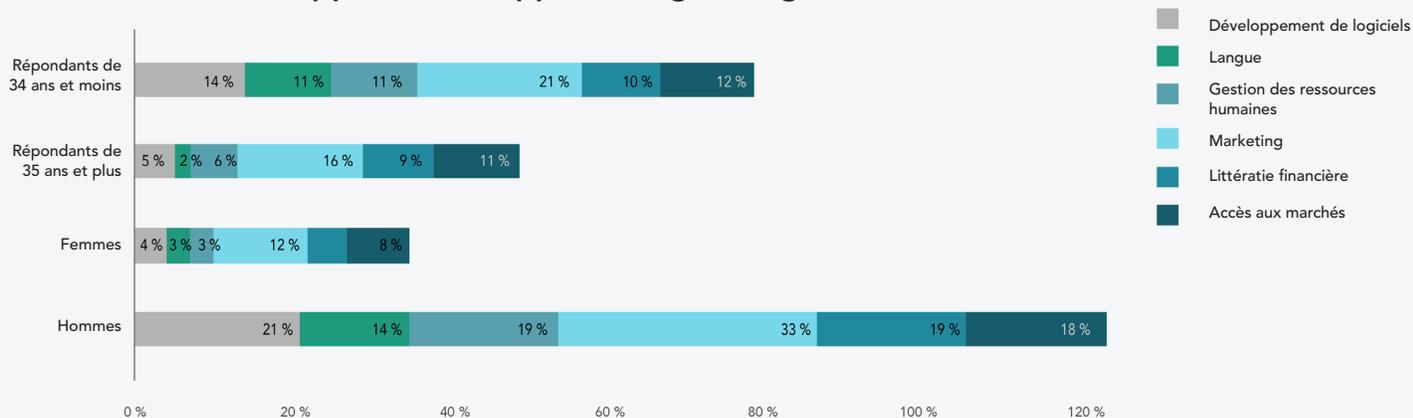
Q. 3.5 : Veuillez indiquer, parmi les médias sociaux suivants, ceux que votre entreprise utilise et à quelles fins.

De même, comparativement aux hommes, les femmes entrepreneures sondées sont moins susceptibles d'utiliser les médias sociaux à des fins commerciales. Par exemple, 63 % des hommes interrogés ont déclaré utiliser Facebook, contre 36 % des femmes. De plus, 27 % des hommes ont déclaré utiliser Instagram à des fins d'entreprise, comparativement à 8 % des femmes.

Compte tenu de l'âge, le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines a révélé que les répondants plus jeunes (moins de 35 ans) sont plus susceptibles d'utiliser les plateformes de médias sociaux que les répondants plus âgés (plus de 35 ans).

Les hommes étaient beaucoup plus susceptibles d'utiliser des applications d'apprentissage en ligne que les femmes. En ce qui concerne l'accès aux marchés, 33 % des hommes interrogés utilisent des applications de marketing en ligne et 18 % utilisent des applications d'accès aux marchés en ligne, comparativement à 12 % et 8 % pour les femmes, respectivement.

Utilisation d'application d'apprentissage en ligne



34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

Q. 5.2 : Au cours de l'année écoulée, avez-vous utilisé une application en ligne pour apprendre l'un des domaines suivants? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Dans l'ensemble, l'utilisation d'Internet par les femmes en Asie-Pacifique est de 39,5 %, comparativement à 47,5 % pour les hommes²⁸.

Les répondants plus jeunes (moins de 35 ans) sont plus susceptibles que les répondants plus âgés (plus de 35 ans) d'accéder à des applications d'apprentissage en ligne. Les jeunes répondants sont aussi plus susceptibles d'utiliser le développement de logiciels, la langue et les applications d'apprentissage en gestion des ressources humaines.

Les médias sociaux et les plateformes d'apprentissage en ligne jouent un rôle de plus en plus important dans l'accès au marketing, au réseautage, au développement des entreprises et à d'autres services utiles reliant les femmes et les entrepreneurs plus âgés aux services de soutien en ligne (comme le mentorat en ligne, les plateformes de médias sociaux et les applications d'apprentissage en ligne). Ils doivent être un pilier des politiques et des initiatives de renforcement des capacités des MPME aux Philippines.

²⁸ Commission économique et sociale des Nations Unies pour l'Asie et le Pacifique, 2017, « Closing Gender Gaps in Asia and the Pacific Requires Transformative Change ». <http://www.unescap.org/op-ed/closing-gender-gaps-asia-and-pacific-requires-transformative-change>

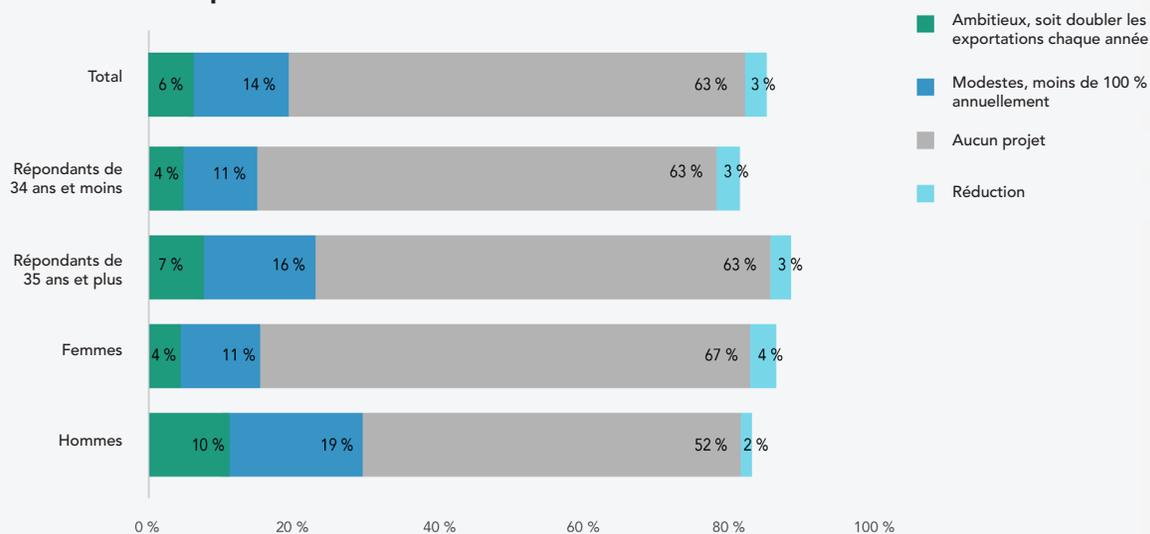
Section 3: OBSTACLES À L'ACCÈS AUX MARCHÉS

Les MPME représentent 25 % de tous les revenus d'exportation du pays²⁹. L'augmentation de leur capacité à livrer des biens et des services sur les marchés internationaux leur profitera grandement, ainsi qu'à leurs employés aux Philippines. Elles doivent cependant surmonter d'importants obstacles pour atteindre les marchés internationaux. Les résultats du sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines montrent que les répondants ne s'engagent pas auprès des marchés internationaux pour améliorer leurs résultats commerciaux, et qu'ils ignorent largement les services de soutien à l'exportation qui leur sont offerts.

MPME ASPIRANT À ATTEINDRE LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Dans l'ensemble, 63 % des répondants au sondage n'ont pas l'intention d'exporter à l'avenir. Cependant, parmi cet échantillon, les répondants de sexe masculin (29 %) sont plus susceptibles d'avoir des plans d'exportation ambitieux ou modestes que les répondants de sexe féminin (15 %). De plus, les répondants plus jeunes (moins de 35 ans) (15 %) sont légèrement moins susceptibles de déclarer des aspirations à l'exportation que les répondants plus âgés (plus de 35 ans) (23 %).

Désir d'exporter



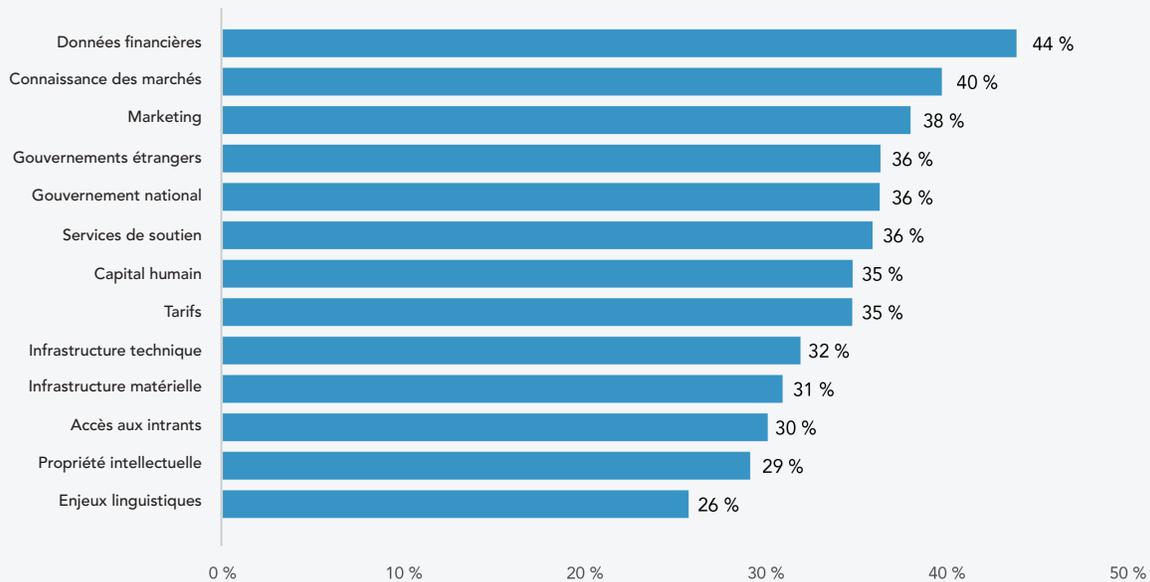
34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

Q. 4.1 : Quels sont les projets d'exportation de votre entreprise?

²⁹ Ministère du Commerce et de l'Industrie des Philippines, 2016.

LES MPME DOIVENT APPRENDRE À CONNAÎTRE LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Obstacles à l'accès aux marchés internationaux



Tous les répondants (n = 216)

Q. 8.2 : Quels sont les obstacles que rencontre votre entreprise à vendre des biens et des services à l'étranger?

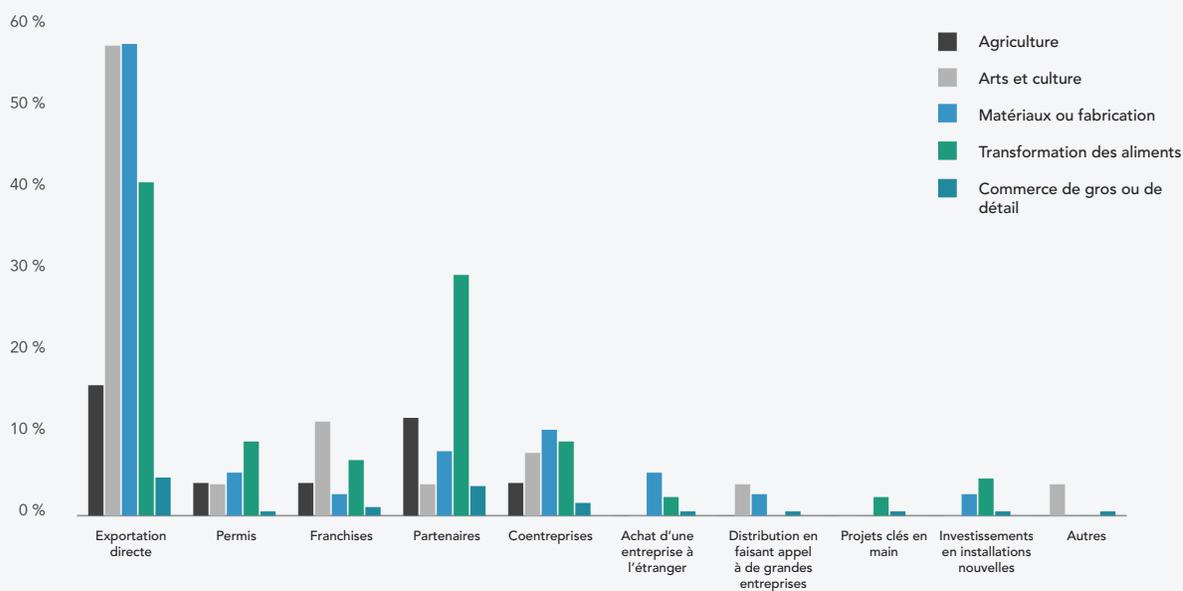
Les finances représentent le principal obstacle à l'accès aux marchés, 44 % des répondants au sondage mentionnant qu'il s'agit d'un problème. Fait important, la connaissance du marché (40 %) suit de près comme obstacle à l'accès aux marchés internationaux. Dans le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines, la connaissance du marché a été plus souvent citée que les tarifs comme un obstacle à l'accès aux marchés. La cause peut être qu'il y a peu de répondants qui exportent actuellement et qui sont confrontés à des tarifs, ou qu'il y a un manque global de sensibilisation à la façon de participer aux accords commerciaux³⁰. Dans un cas comme dans l'autre, cela correspond au faible nombre de répondants qui considèrent que les besoins du marché justifient la création d'une MPME.

Il est important de noter que chaque obstacle peut être lié à des préoccupations financières. Par exemple, il est difficile d'accéder à des services de soutien, d'établir une infrastructure physique et d'acquérir du capital humain sans disposer de ressources financières suffisantes.

³⁰ Aldaba, 2017, « Philippines SME Participation in ASEAN and East Asian Regional Economic Integration », *Journal of South-East Asian Economies*, 34, 1, p. 39-76.

PRINCIPALES INDUSTRIES AXÉES SUR LE MARCHÉ NATIONAL

Moyens d'exportations des 5 principaux secteurs

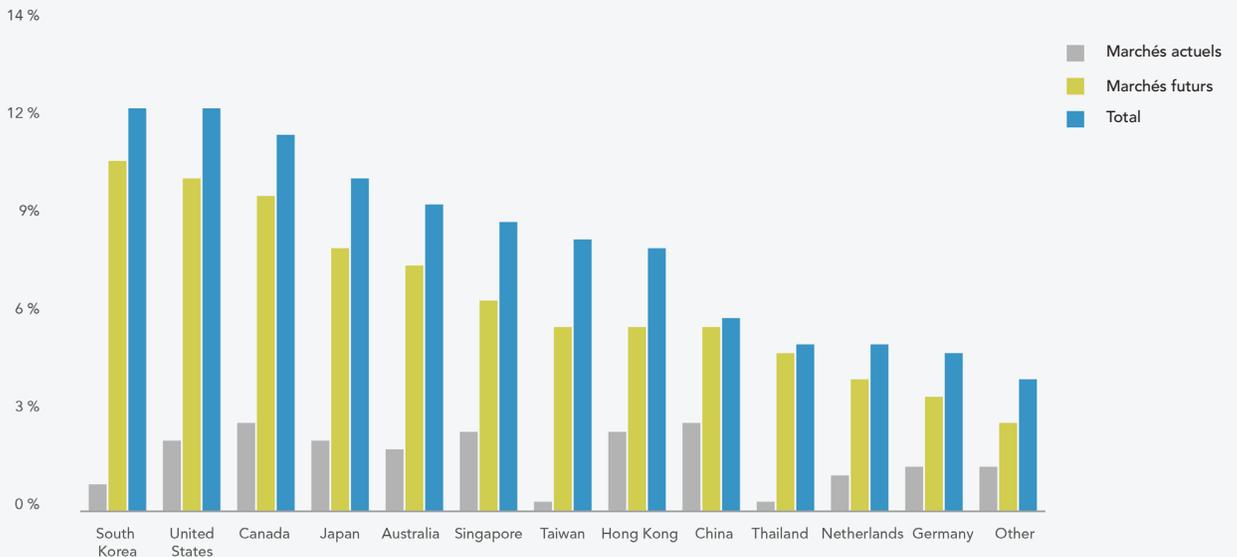


Tous les répondants (n = 382)

Q. 4.4 : Laquelle des stratégies d'exportation suivantes votre entreprise utilise-t-elle actuellement ou prévoit-elle utiliser? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Les répondants qui ont déclaré des activités d'exportation ont directement pris part aux marchés internationaux, La transformation des aliments et les matériaux et la fabrication étaient les deux principales catégories d'exportations déclarées. Les entreprises de transformation des aliments sont plus susceptibles que les autres catégories de former des partenariats dans leurs activités d'exportation, 30 % des répondants de ce secteur ayant établi des partenariats avec d'autres entreprises pour exporter leurs produits. 40 % des MPME du secteur agricole sondées exportent des produits, tandis que seulement 14 % de celles du secteur du commerce de détail et de gros déclarent exporter actuellement.

Marchés cibles actuels et futurs des MPME



Base : 34 ans et moins (n = 187); 35 ans et plus (n = 248); femmes (n = 306); hommes (n = 129)

Q. 4.2 : Vers quelles économies votre entreprise prévoit-elle exporter ou exporte-t-elle actuellement?

Le Canada et la Chine sont les marchés les plus recherchés par les répondants au sondage (33 %) qui exportent ou qui prévoient exporter. Au moment de mener le sondage, 2,7 % des répondants commerçaient avec la Chine et le Canada.

Fait intéressant, la Corée du Sud est le deuxième marché le plus petit, d'après les répondants au sondage, dont 0,8 % y exportent, mais le marché futur le plus recherché, 10,7 % des répondants indiquant qu'ils souhaitent y entrer. Vient ensuite le désir d'étendre ses activités aux États-Unis (10,2 %) et au Canada (9,7 %). On ne sait pas trop ce qui motive l'intérêt pour l'exportation vers la Corée du Sud, car le pays représente 4,2 % des recettes d'exportation globales des Philippines, soit une baisse de 1 % par rapport à 2016.

Quoi qu'il en soit, les réponses au sondage indiquent un manque de connaissance ou de compréhension des marchés internationaux, ainsi que peu d'enthousiasme pour ceux-ci. Le fait peut être attribuable à un certain nombre de facteurs, mais s'inscrit dans une tendance courante dans la région de l'APEC, où 35 % ou moins des exportations directes proviennent des MPME, et où il est grandement nécessaire de renforcer la capacité de participer au commerce international³¹.

³¹ Groupe de travail sur les petites et moyennes entreprises, Coopération économique Asie-Pacifique, 2018.

INVISIBILITÉ DES POLITIQUES D'EXPORTATION ET DES ACCORDS COMMERCIAUX

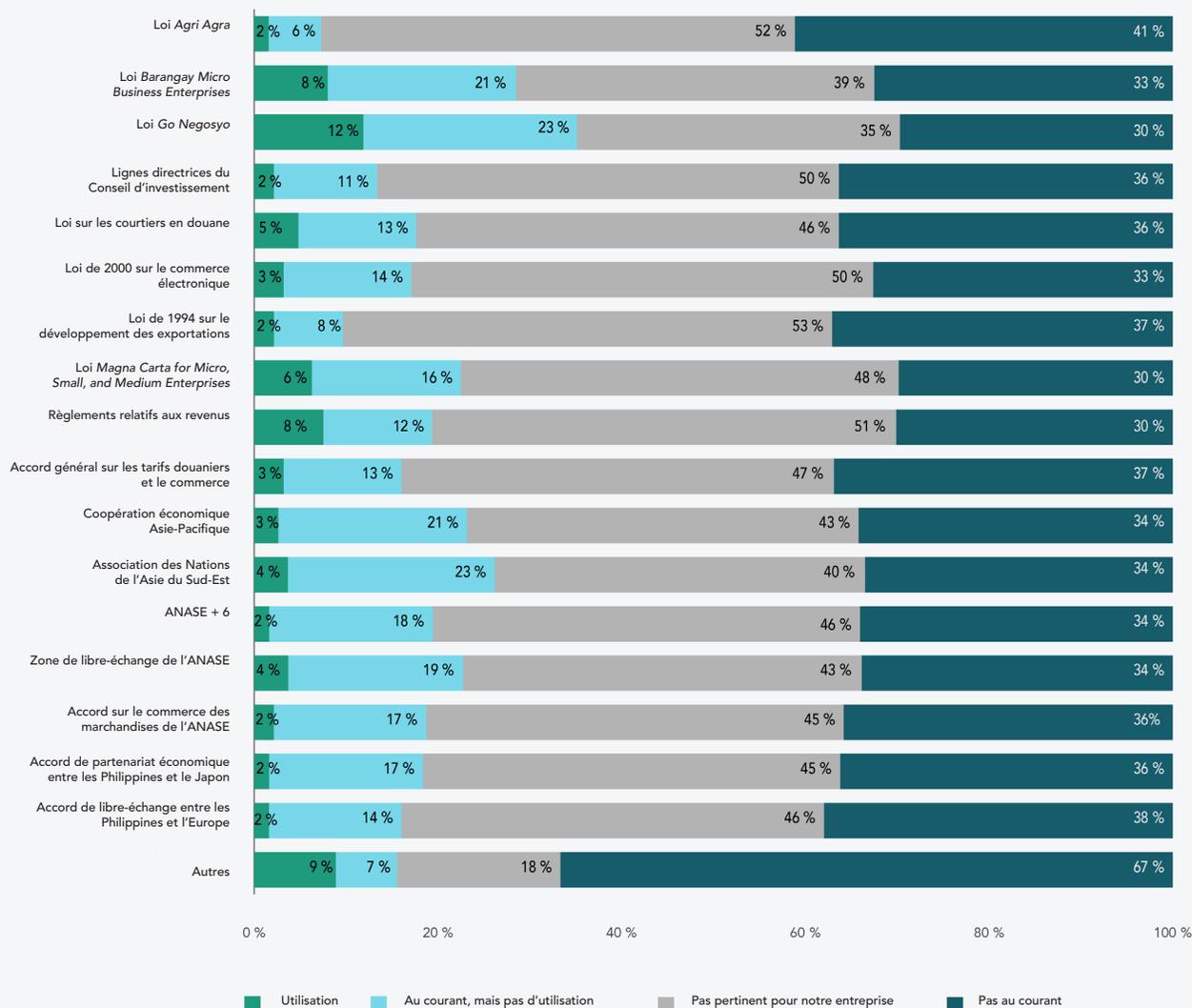
Le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines indique un manque de connaissance des politiques d'exportation et des accords commerciaux. On connaît peu (48 %) la politique phare des Philippines en matière de MPME, la loi *Magna Carta for Micro, Small, and Medium Enterprises*. Cependant, certaines des initiatives de premier plan qui découlent de cette politique sont les mieux connues, quoiqu'assez peu comparativement à d'autres politiques et traités, notamment la loi *Go Negosyo* (40 %) et la loi *Barangay Micro Business Enterprises* (29 %). La cause en est peut-être le caractère axé sur les services de ces politiques. La loi *Go Negosyo* a mené à la construction d'infrastructures matérielles dans tout le pays pour fournir des services de soutien aux MPME, et la loi *Barangay* offre des incitatifs financiers aux micro-entreprises pour qu'elles s'enregistrent.

En général, les répondants ne connaissent pas le réseau de politiques et d'ententes entourant l'accès aux marchés internationaux, ce qui est préoccupant. C'est d'autant plus vrai lorsqu'on considère que le manque de préoccupation à l'égard des besoins du marché et l'incidence élevée de la connaissance du marché sont des obstacles reconnus à l'accès aux marchés.

Bien que l'impact des politiques axées sur les services énumérés (en particulier la loi *Magna Carta*) et que la prévalence des infrastructures de soutien physique dans tout le pays (centres *Go Negosyo* de tout le pays et loi *Go Negosyo*) puissent faciliter les possibilités à l'échelle internationale pour les MPME aux Philippines, les réponses au sondage indiquent qu'il faut améliorer l'accessibilité et la sensibilisation du public à ces services.

Il y a certainement place à l'amélioration des lois *Go Negosyo* et *Magna Carta* sur le plan de la sensibilisation générale du public, mais elles fournissent un cadre utile pour le soutien aux entreprises et la formation en gestion. La création de programmes qui présentent les avantages d'atteindre les marchés internationaux tout en fournissant des connaissances et des compétences pour développer la capacité internationale ne peut qu'améliorer ces initiatives pour les MPME aux Philippines.

Connaissance des politiques d'exportation et des accords commerciaux



Base : Tous les répondants (moyenne globale : n = 187)

Q. 4.5 : Parmi les politiques d'exportation, les organismes de soutien ou les accords commerciaux suivants, lesquels votre entreprise met-elle à profit?

Conclusion et recommandations

Il est impératif d'avoir accès aux marchés internationaux aux Philippines pour aider les MPME à se développer et à croître. Les résultats du sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines soulignent le besoin urgent d'aider les MPME à surmonter les obstacles importants imposés à l'accès aux marchés et à acquérir un avantage dans un marché de plus en plus mondialisé.

POSSIBILITÉS DE SOUTIEN À L'EXPÉRIENCE INTERNATIONALE

Le manque d'expérience internationale réduit les possibilités des MPME d'avoir une connaissance directe des marchés et des occasions à l'échelle internationale. Il s'agit d'une faiblesse relevée dans tous les groupes démographiques clés de l'étude et elle devrait faire l'objet d'une action à grande échelle. Les politiques gouvernementales visant à promouvoir l'expérience internationale n'ont pas nécessairement pour résultat d'envoyer plus d'entrepreneurs à l'étranger, mais plutôt de veiller à ce qu'ils aient accès à des foires commerciales, à des délégations internationales, à des conférences internationales pertinentes sur le développement du commerce, à des ateliers et à des formations pour les personnes qui sont déjà sur le marché du travail. Jumelées aux possibilités d'étudier ou de travailler à l'étranger offertes par les universités, les associations d'entreprises et les centres d'innovation, ces mesures peuvent accroître la visibilité sur les marchés internationaux et les connaissances des entrepreneurs qui cherchent à étendre leurs activités.

ÉLIMINER LES OBSTACLES SEXOSPÉCIFIQUES À L'ACCÈS EN LIGNE

Le sondage de 2018 auprès des entrepreneurs et des MPME aux Philippines suggère que les hommes sont plus ambitieux dans leurs projets d'exportation et de croissance, et disposent d'un meilleur accès aux réseaux de soutien, en particulier en ligne. Bien que la parité hommes-femmes des Philippines soit excellente en ce qui concerne l'espace entrepreneurial, les femmes doivent être mieux soutenues pour accéder aux outils en ligne et au soutien requis pour réussir. Pour ce faire, il faudra déployer des efforts axés sur l'égalité entre les sexes afin de relier les femmes entrepreneures aux politiques gouvernementales existantes, aux applications d'apprentissage en ligne établies par les centres d'innovation et aux réseaux de soutien aux entreprises.

PLUS D'ATTENTION ACCORDÉE À LA CONNAISSANCE DU MARCHÉ

L'amélioration de la connaissance du marché exige que l'on prête attention à deux entreprises d'égale importance : un accent sur le fossé des connaissances qui existe entre les entrepreneurs de MPME aux Philippines et sur les marchés internationaux; et une réévaluation des politiques et des réseaux de soutien existants.

Une politique encourageant les MPME à se joindre à des organisations de services aux entreprises et à des associations professionnelles serait utile. En plus de référer les MPME à ces associations, le gouvernement philippin devrait documenter les meilleures pratiques des entreprises en démarrage prospères qui ont accès aux marchés internationaux et préparer un modèle de référence pour d'autres MPME et entrepreneurs.

Une attention particulière doit être accordée aux premières étapes du développement des entreprises afin de s'assurer que des informations adéquates sont fournies pour aider les MPME à atteindre les marchés internationaux. Un manque de compréhension des marchés internationaux et des besoins des marchés indique un manque global de connaissance des marchés et du contexte. Les efforts déployés pour combler ce manque de connaissances peuvent améliorer les résultats des MPME aux Philippines et les aider à réaliser leur potentiel en tant que participants plus actifs et prospères à l'économie mondiale.

Pour fournir cette information et ces connaissances aux MPME, il faut un régime stratégique bien coordonné, cohérent et solide à l'échelle du pays. La loi *Magna Carta for Micro, Small, and Medium Enterprises* constitue un cadre utile pour fournir les ressources et le soutien nécessaires pour réduire les obstacles au savoir pour accéder aux marchés internationaux. Toutefois, le plan pour le développement des exportations aux Philippines 2015-2017 accorde peu d'attention aux besoins des MPME, à l'exception de la nécessité de financement³². Afin de développer la capacité d'exportation des MPME pour atteindre les marchés internationaux, il est essentiel que le gouvernement des Philippines – et ses organismes responsables – fournissent non seulement du financement, mais aussi de l'information et de la formation sur les meilleures pratiques pour l'internationalisation. Pour ce faire, il faudra une solide collaboration avec les associations professionnelles, les établissements d'enseignement et les établissements de formation afin d'améliorer la capacité d'accéder aux marchés dans le système commercial mondial.

³² Le plan de développement des exportations des Philippines 2018-2022 a été approuvé, mais n'a pas encore été publié.

Références

- Agence de statistiques des Philippines, 2018, « Economic Sectoral Statistics Service ». Tiré de : https://psa.gov.ph/sites/default/files/attachments/itsd/trade/HPEIS_PR%20Statistical%20Tables%20%28January%202018%29.pdf.
- Aldaba, R. M., 2017, « Philippine SME Participation in ASEAN and East Asian Regional Economic Integration », *Journal of Southeast Asian Economies*, 32, 1, p. 39-76.
- Banque asiatique de développement, 2017, *Asian Development Outlook 2017 Update: Sustaining Development Through Public-Private Partnership*.
- Commission économique et sociale des Nations Unies pour l'Asie et le Pacifique, 2017, « Closing Gender Gap in Asia and the Pacific Requires Transformative Change ». Tiré de : <https://www.eco-business.com/opinion/closing-gender-gaps-in-asia-and-the-pacific-requires-transformative-change/>.
- Conseil de coopération économique du Pacifique, 2014, « Policy Partnership of Women and the Economy Strategic Plan 2015-2018 ».
- Conseil de coopération économique du Pacifique, 2018, Small and Medium Enterprises Working Group. Tiré de : <https://www.apec.org/Groups/SOM-Steering-Committee-on-Economic-and-Technical-Cooperation/Working-Groups/Small-and-Medium-Enterprises>.
- Conseil de coopération économique du Pacifique, février 2018, « Identifying Green, Sustainable and Innovative MSMEs in APEC: Policy Brief No. 19 ».
- CIA, 2018, « The World Factbook ». Tiré de : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2177.html>.
- Forum économique mondial, 2017, « Global Gender Gap Report 2017 ».
- Global Entrepreneurship Monitor, 2014, « Entrepreneurship: An Emerging Career Path for Filipinos ». Tiré de : <https://www.gemconsortium.org/country-profile/98>.
- Global Entrepreneurship Monitor, 2017, « Philippine Entrepreneurship Report 2015-2016 ».
- Global Entrepreneurship Monitor (sans date), « Philippines Economy Profile ». Tiré de : <https://www.gemconsortium.org/country-profile/98>.

- Kabeer, N., 2016, « Gender quality, Economic Growth, and Women’s Agency: the “Endless Variety” and “Monotonous Similarity” of Patriarchal Constraints », *Feminist Economics*, 22, 1, p. 295-321.
- Ministère du Commerce et de l’Industrie des Philippines, 2016, Statistiques sur les MPME. Tiré de : <https://www.dti.gov.ph/businesses/msmes/msme-resources/msme-statistics>
- Ministère du Commerce et de l’Industrie des Philippines, 2017, « MSME Development in the Philippines ». Tiré de : http://www.microfinancecouncil.org/wp-content/uploads/2017/08/Empowering-MSMEs_Alice-Opena.pdf.
- OCDE et CEDEFO, (2014, « OECD Green Growth Studies: Greener Skills and Jobs Highlights ». Tiré de : http://www.oecd.org/cfe/leed/Greener%20skills_Highlights%20WEB.pdf.
- Organisation internationale du Travail, 2015, « Youth Employment Policy Summary: The Philippines ». Tiré de : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---sro-bangkok/documents/publication/wcms_536703.pdf.
- République des Philippines, 2015, *Intended Nationally Determined Contribution*. Tiré de : <https://www4.unfccc.int/sites/submissions/INDC/Published%20Documents/Philippines/1/Philippines%20-%20Final%20INDC%20submission.pdf>.
- UNESCO, 2018, Philippines : Éducation et alphabétisme. Tiré de : <http://uis.unesco.org/fr/country/ph>.
- Velasco, A. L., Castillo, P. J., Gozun, B. C., Largoza, G. L., Perez, J. A., et Sarreal, E. D, 2017, « Philippine Entrepreneurship Report 2015-2016 ». Manille, Université De La Salle.
- Xavier, S. R., Guelich, U., Kew, P., Nawangpalupi, C., et Velasco, A. 2015, « ASEAN Regional Entrepreneurship Report 2014/15 ». Tiré de : <http://www.women-entrepreneurship.org/download/2015-sea-asean-regional-report-2014-1433941176.pdf>.



ASIA PACIFIC
FOUNDATION
OF CANADA

FONDATION
ASIE PACIFIQUE
DU CANADA