

L'argent Mobile en Haïti

Résultats d'enquête sur les commerçants



OCTOBRE 2015

**Cette publication a été produite aux fins d'examen par l'Initiative
Haïtienne Mobile Money. Elle a été préparée par DAGMAR et Imagines
LLC.**

Table des matières

CONTEXTE ET OBJECTIF DE LA RECHERCHE	1
SOMMAIRE EXECUTIF	4
SENTIMENTS GENERAUX	5
OBSTACLES LIES A L'ACCEPTATION DE L'ARGENT MOBILE COMME PAIEMENT:	5
AVANTAGES POTENTIELS ET CAS D'UTILISATION POUR LES SERVICES BANCAIRES MOBILES DES COMMERÇANTS	6
CAS D'UTILISATION ET FONCTIONS DE PRODUIT POTENTIELLES	7
METHODE DE RECHERCHE.....	9
CONCEPTION DE RECHERCHE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE	9
ANALYSE ET RESULTATS CLES.....	11
SECTION I. VARIABLES DES COMMERÇANTS INTERVIEWES.....	11
SEXE (HOMME OU FEMME)	11
TYPE D'ENTREPRISE (COMMERÇANTS FORMELS VERSUS COMMERÇANTS INFORMELS)	12
EMPLACEMENT DE L'ENTREPRISE (RURAL, URBAIN, OU DEPARTEMENT SPECIFIQUE)	12
<i>Sexe, urbain versus rural, formel versus informel</i>	<i>13</i>
<i>Les PME formelles et informelles séparées selon rural versus urbain et selon le département</i>	<i>15</i>
NIVEAU D'EDUCATION	15
COMMERÇANTS ET TELEPHONES MOBILES.....	17
<i>Types de téléphone.....</i>	<i>17</i>
<i>Téléphones capables d'accéder à Internet.....</i>	<i>20</i>
<i>Fréquence de changement ou de perte des SIM et/ou téléphones.....</i>	<i>21</i>
<i>Type de forfait téléphonique</i>	<i>22</i>
SECTION II. INCLUSION FINANCIERE DES COMMERÇANTS HAÏTIENS.....	22
LES COMMERÇANTS DETENEURS DE COMPTES AUPRES D'ETABLISSEMENTS FINANCIERS	22
<i>Comptes avec des types spécifiques d'institutions financières.....</i>	<i>24</i>
COMPORTEMENTS ACTUELS DES COMMERÇANTS UTILISANT DES SERVICES FINANCIERS	27
<i>Motifs d'ouverture de compte.....</i>	<i>27</i>
<i>Méthode de transport pour visiter l'établissement financier.....</i>	<i>28</i>
<i>Durée du trajet en direction d'une succursale</i>	<i>29</i>
<i>Fréquence des visites auprès d'une succursale</i>	<i>30</i>
<i>Utilité de visiter une succursale</i>	<i>32</i>
FACTEUR DE CONFIANCE	33
SECTION III. EXCLUSION FINANCIERE : MOTIVATIONS ET COMPORTEMENTS DES PERSONNES NON	
BANCARISEES.....	34
LES MOTIFS POUR LESQUELS LES COMMERÇANTS NE DETIENNENT PAS DE COMPTE AUPRES D'UN ETABLISSEMENT FINANCIER	
.....	34

OU LES COMMERÇANTS NON BANCARISES CONSERVENT LEUR ARGENT.....	35
COMMENT LES COMPTES MOBILES PEUVENT FAVORISER L'INCLUSION FINANCIERE.....	36
SECTION IV. SERVICES DE CREDIT ET PRETS DES COMMERÇANTS.....	37
SOURCE DES PRETS.....	38
<i>Institutions financières proposant des prêts les plus populaires.....</i>	39
DIFFICULTE DANS LA GESTION DES PRETS	40
PROGRAMME DE PRETS DES COMMERÇANTS	41
SECTION V. COMPRENDRE LES ENTREPRISES DES COMMERÇANTS.....	42
ACTIVITE COMMERCIALE PRINCIPALE DES COMMERÇANTS INTERROGES	43
NOMBRE D'EMPLOYES	44
METHODES DE PAIEMENTS EFFECTUES ET ACCEPTES.....	46
<i>Méthodes de paiement effectué.....</i>	46
DEGRE DE SOPHISTICATION DE LA GESTION COMMERCIALE.....	47
<i>Reçus.....</i>	48
SUIVI ET INVENTAIRE COMMERCIAL	50
ACTIVITE DES VENTES ET CLIENTS	51
<i>Nombre moyen de clients par jour.....</i>	51
<i>Données client.....</i>	52
SECTION VI. COMPORTEMENTS ET POINTS SENSIBLES DES COMMERÇANTS FORMELS ET INFORMELS	
54	
GESTION DE LA TRESORERIE ET LIQUIDITE	54
<i>Fréquence des dépôts.....</i>	54
<i>Sûreté et sentiment de sécurité au niveau du transport d'argent pour un commerçant.....</i>	54
<i>Devise</i>	56
SECTION VII. INTERET ET SENSIBILISATION DE LA BANQUE MOBILE.....	57
SENSIBILISATION DE LA BANQUE MOBILE	57
METHODES DE MARKETING LES PLUS EFFICACES PERMETTANT D'ATTEINDRE LES COMMERÇANTS.....	58
VOLONTE D'ESSAYER DE NOUVELLES TECHNOLOGIES.....	59
OBSTACLES SUPPOSES QUANT AUX COMPTES DE BANQUE MOBILE	60
AVANTAGES PERÇUS DES COMPTES DE BANQUE MOBILE	61
<i>Commerçants informels.....</i>	62
<i>Commerçants formels.....</i>	64
<i>Intérêt pour devenir un agent pour les services mobiles.....</i>	65
SECTION VII. PREPARER LES COMMERÇANTS INFORMELS A UN DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	
FORMEL.....	67
PREFERENCES DES COMMERÇANTS EXIGENCES KYC DES COMPTES MOBILES.....	67
AVANTAGES D'UNE ENTREPRISE FORMELLE REGLEMENTEE/SOUS LICENCE.....	68
AUTRES CONSIDERATIONS/AVANTAGES POTENTIELS : CONFORMITE AU DROIT FISCAL.....	69



CONCLUSION	70
ANNEXE A. ENTRETIEN QUESTIONNAIRE	71
QUESTIONNAIRE POUR LES ENTREPRISES INFORMELLES.....	71
QUESTIONNAIRE POUR LES ENTREPRISES FORMELLES	88
ANNEXE B. OUTILS UTILISES/INDIQUER LES CARTES	107

Acronymes

B2B	Business to Business (Virement interentreprises)
B2P	Business to Person (Virement d'entreprise à personne)
DAGMAR	Designing Advertising Goals for Measured Advertising Results (Concevoir des objectifs publicitaires pour des résultats publicitaires mesurés)
E-Money	Electronic Money (Argent électronique)
GOH	Gouvernement d'Haïti
G2P	Government to Person Payments / Government Social Welfare Payments (Paiements gouvernement à personne / paiements de protection sociale nationale)
HIFIVE	USAID Haiti Integrated Finance for Value Chains and Enterprises project (Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise USAID)
HMMI	Haiti Mobile Money Initiative (Initiative haïtienne Mobile Money)
HTG	Gourdes haïtiennes
IMFIMF	Institution de microfinance
MNO	Mobile Network Operator (Opérateur de réseau mobile)
MPME	Micro Petite et Moyenne Entreprise
ONG	Organisations non gouvernementales
PME	Petite et Moyenne Entreprise
POS	Point of Sale (Terminaux des points de vente)
PSP	Prestataire de services de paiement
P2P	Person to Person (Virements en personne à personne)
P2B	Person to Business (Virements de personne à entreprise)
SIM	Module d'identité d'abonné
USAID	United States Agency for International Development (Agence des États-Unis pour le développement international)
USSD	Unstructured Supplementary Service Data (Données de service supplémentaires non structurées)
WOCCU	World Council of Credit Unions (Conseil mondial des organismes de crédit)

À propos de HMMI

Le Haiti Mobile Money Initiative (HMMI), cofinancée par la Fondation Bill & Melinda Gates et par l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID), a démarré en Juin 2010 et a été conçue pour stimuler le lancement des services d'Argent mobile en Haïti, suite au tremblement de terre de 2010. Gérée par le programme de Financement intégré haïtien pour les chaînes de valeur et projets d'entreprise (HIFIVE) financé par USAID,¹ HMMI a fourni des mesures incitatives aux organisations ayant développé des services d'Argent Mobile et offert des subventions en vue de surmonter les obstacles de la mise en place des systèmes de paiement et améliorer l'accès aux services financiers par le biais de l'argent mobile.

¹ HIFIVE était un programme financé par USAID mis en place entre 2009 et 2015 par FHI 360 et le Conseil mondial des organismes de crédit (WOCCU). HIFIVE avait comme objectif de transformer le secteur financier rural et agricole d'Haïti et de développer l'inclusion financière à l'aide de la technologie.

À propos de DAGMAR

La Conception des objectifs publicitaires pour des résultats publicitaires mesurés (DAGMAR) est une société basée en Haïti, créée en juin 2008 qui propose des services dans tous les aspects de la communication et de la recherche. Elle se compose d'une équipe de jeunes entrepreneurs compétents dans un large éventail de filières professionnelles : études de marché, statistiques, marketing/publicité, communications, conception graphique, relations publiques et planification d'événements. Ce groupe diversifié et pourtant unifié de professionnels propose une approche responsable, innovante et proactive.

DAGMAR est représentée par Christine Coupet Jacques, MBA qui agit au titre de PDG. La section de recherches est dirigée par Jean Daniel Choute qui détient une licence en économie appliquée et statistiques. Le personnel de la section recherche se compose d'un groupe central de quatre membres, et comprend également un réseau de consultants externes. Cette mission a été réalisée par des professionnels expérimentés ayant dirigé des évaluations et des enquêtes à l'échelle locale, départementale et nationale, en utilisant diverses méthodes de recherche et divers outils, comme des entrevues en personne, sur un site central ou des interviews d'experts, des groupes de discussion, etc.

À propos de Imagines LLC

Imagines LLC est un cabinet de conseil basé aux États-Unis, créé en 2015 et spécialisé dans le développement et la recherche communautaire haïtienne. Imagines LLC est représenté par Brittany Hicks, fondatrice et PDG, possédant une expérience de 3 ans dans la banque mobile en Haïti, et Ansy Saintervil, directeur du développement commercial et de la sensibilisation, ayant plus de 25 ans d'expérience dans les secteurs des caisses populaires et bancaires haïtiens. Brittany et Ansy ont collaboré étroitement avec DAGMAR dans le cadre de l'enquête par questionnaire auprès des commerçants ; Brittany a assumé les fonctions d'analyste de données pour apporter son aide au cours de l'évaluation et l'interprétation des résultats afin d'identifier des tendances clés des commerçants que les établissements financiers et les prestataires de technologie mobile pourront exploiter lorsqu'ils envisageront de nouveaux produits et solutions.

Auteurs

Daniel Choute, directeur de recherche chez DAGMAR
danielchoute@DAGMARht.com

Christine Coupet Jacques, PDG de DAGMAR
Christinejacques4@gmail.com

Brittany Hicks, fondatrice, PDG, Imagines LLC
Imagines.LLC@gmail.com

L'enquête sur l'offre de l'Argent Mobile d'Haïti a été commanditée par la Fondation Bill & Melinda Gates dans le cadre de son programme Haïti Mobile Money Initiative (HMMI). La recherche a été effectuée en Haïti par DAGMAR, conformément aux normes du Code international ICC/ESOMAR des Études de marché et d'Opinion (<http://www.esomar.org/index.php/codes-guidelines.html>).

Toutes les données et tous les matériaux produits au cours de cette étude demeurent la propriété de HMMI ; toutefois, les résultats et conclusions présentés dans ce rapport sont ceux des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions ou politiques de HMMI, la Fondation de Bill & Melinda Gates ou USAID.

Contexte et objectif de la recherche

Inspirée par la réussite de M-Pesa au Kenya, HMMI, cofinancée par la Fondation Bill & Melinda Gates et USAID, a démarré en Juin 2010. HMMI a été conçue pour stimuler le lancement des services Argent Mobile en Haïti, suite au tremblement de terre de 2010. Gérée par le programme HIFIVE financé par USAID, HMMI a fourni des mesures incitatives aux organisations ayant développé des services Argent Mobile et offert des subventions en vue de surmonter les obstacles de la mise en place des systèmes de paiement et améliorer l'accès aux services financiers par le biais de l'argent mobile.

Sept mois après le démarrage de HMMI, deux prestataires de services mobiles, Digicel et Voila, ont lancé des services permettant aux clients d'utiliser leurs téléphones comme des « portefeuilles mobiles » afin d'envoyer et de recevoir de l'argent, de payer des achats et de recevoir une aide humanitaire sur leurs téléphones cellulaires. Digicel, le premier prestataire à respecter les exigences HMMI grâce à leur service mobile TchoTcho², a remporté la récompense « Premier sur le marché » de 2,5 millions USD en janvier 2011. Par la suite, Voila a reçu la récompense du « Second prix sur le marché ». Grâce à une phase ultérieure, appelée " Mise à l'échelle ", des prix ont été octroyés lorsque les fournisseurs ont atteint chacun ces deux étapes: un(1) million de transactions d'argent mobile, et cinq(5) millions de transactions d'argent mobile. Digicel a acquis Voilà en Avril 2012, laissant un seul produit sur le marché.

Les résultats initiaux de ces efforts étaient impressionnants, avec plus de 800 000 utilisateurs d'argent mobile inscrits au cours des deux premières années de la mise en place du programme ; toutefois, la réussite fut moindre en ce qui concerne le changement des clients inscrits en clients actifs³, réduisant l'impact de transformation de l'argent mobile sur l'économie.

Alors que les résultats actuels restent en deçà des attentes, des succès ont été notés dans les programmes HIFIVE et HMMI au niveau du paysage et du dialogue relatifs aux paiements électroniques et à l'argent mobile en Haïti. Les organismes de crédit (*caisses populaires*), les banques commerciales et les institutions de microfinance d'Haïti (IMF) sont en train de définir les stratégies mobiles. Parallèlement, de nouveaux prestataires d'argent mobile ont pénétré le développement de marché sur les fondements mis en place par HMMI. Digicel a effectué un investissement stratégique dans un nouveau participant, Boom Financial,⁴ une nouvelle société, socialement responsable de la Silicon Valley, axée sur le

² La Digicel a changé le nom commercial du produit Tcho Tcho Mobile en été 2015; , Cependant pour les fins de ce rapport , le nom Tcho Tcho est retenu étant donné qu'il était encore Tcho Tcho au moment de la recherche et de la rédaction de ce rapport.

³ Active est définie comme une transaction en 90 jours.

⁴ Au moment de la recherche et la rédaction de ce rapport,, Boom était un service actif. Cependant, à compter du 31 juillet 2015, Boom n'est plus actif à Haïti.

développement de l'inclusion financière, en particulier auprès de familles d'immigrants ou ne possédant pas de compte bancaire. Un autre nouveau participant, Lajan Cash, une coentreprise entre *Banque Nationale de Crédit* (BNC) et HaitiPay, a présenté un troisième produit dirigé par la banque et axé sur la mise en place d'un réseau national de commerçants solide.

Cet intérêt croissant dans l'argent mobile a inspiré des recherches supplémentaires par le biais de HMMI afin d'identifier des opportunités de développement du réseau de distribution de l'argent mobile et des services financiers numériques à Haïti, principalement en renforçant l'engagement des établissements financiers. Alors que HMMI était axé précédemment sur les solutions mobiles dirigées par un opérateur, HMMI a mis en place des recherches afin de mieux comprendre les obstacles actuels d'accès aux établissements financiers et les méthodes permettant d'accroître leur engagement dans l'argent mobile. Au cours des entretiens initiaux, les établissements financiers ont indiqué le besoin d'un réseau de commerçants solide dans lequel les paiements mobiles pourraient être acceptés en tant que composante cruciale dans le cadre d'un investissement dans des solutions mobiles.

Dans ce contexte, HMMI a démarré des recherches en vue de permettre aux établissements financiers de mieux comprendre les commerçants, y compris : qui ils sont, l'accès actuel aux services financiers, les pratiques de gestion commerciale existantes, les perceptions de l'argent mobile et des obstacles à son utilisation, et les situations névralgiques opérationnelles potentielles pouvant être résolues par des solutions mobiles. Alors que la recherche était conçue principalement dans le but de capturer les informations nécessaires aux établissements financiers pour concevoir des stratégies et produits bancaires mobiles dirigés par la demande pour les commerçants, elle peut être également utilisée par les opérateurs de réseau mobile (MNOs) qui s'intéressent à l'amélioration ou à la conception de nouvelles solutions commerciales.

Cette recherche n'a pas été conçue pour aborder tous les défis auxquels Haïti était confrontée au cours du développement de solutions bancaires et d'argent mobile, y compris le besoin d'un réseau d'agents et d'opérateurs agnostiques interopérables.

D'autres documents produits dans le cadre de cette recherche comprennent (1) un outil pour aider les établissements financiers à évaluer les avantages, les désavantages et coûts associés aux divers modèles d'intégration mobile⁵ et (2) une méthodologie étape par étape

⁵ Le rapport, le *Cas pour des stratégies d'adoption mobile dirigées par la banque à Haïti*, y compris l'outil d'analyse de coût d'interopérabilité peut être téléchargé [ici](#).

de haut niveau pour les établissements financiers qui s'intéressent à l'intégration de solutions mobiles dans leurs secteurs d'activité existants.⁶

Potentialité d'une participation accrue des institutions financières dans l'écosystème d'Argent Mobile

Actuellement, deux des produits monétaires mobiles d'Haïti (Lajan Cash et TchoTcho) fonctionnent comme des solutions de paiement et de virement non intégrées en boucle fermée avec une surveillance de l'établissement financier. Une participation accrue des établissements financiers pourrait :

- ajouter une couverture des branches et une liquidité nécessaires aux réseaux d'agents existants ;
- améliorer la proposition de valeur de l'argent mobile en offrant des produits et les services financiers intégrés (comme des prêts ou épargnes) émis par un établissement financier ;
- augmenter la confiance des consommateurs dans les services financiers mobiles par le biais de programmes d'alphabétisation et de formation financière
- aider à établir une surveillance et une réglementation responsables sur de nouveaux réseaux de commerçants.

Selon la perspective du secteur financier, le potentiel important offert par l'argent mobile est démontré en termes géographiques. Près de la moitié de la population haïtienne habite dans des zones rurales. Toutefois, sur les 175 succursales nationales, 67 % de l'ensemble des succursales et 75 % de tous les guichets automatiques sont situés à Port-au-Prince, avec les succursales bancaires restantes situées dans les deuxième et troisième plus grandes villes. En outre, alors que les banques détiennent 90 % de la totalité des actifs de système, elles servent uniquement le secteur formel, représentant ainsi une solution moins fiable pour les nombreux commerçants informels et les communautés rurales mal desservies. En revanche, il existe près de 400 caisses populaires et IMF détenant 10 % du total des actifs. Environ 20 % sont situés à Port-au-Prince alors que les 80 % restants touchent les zones rurales d'Haïti où réside près de la moitié de la population.⁷ Par conséquent, le positionnement géographique des marchands, leur capacité d'accéder et d'utiliser les services financiers existants était un thème majeur de l'exploration dans cette recherche.

⁶ Le rapport, *Établissements financiers haïtiens et la Voie vers les solutions bancaires mobiles*, peut être téléchargé [ici](#).

⁷ *Projet de Stratégie Nationale d'Inclusion Financière*. Banque de la République d'Haïti en collaboration avec la Banque Mondiale. Distribué pour la Conférence d'inclusion financière BRH, du 30 septembre au 1^{er} octobre 2014.

Sommaire exécutif

Cinq ans après le lancement de HMMI,⁸ les services d'argent mobile d'Haïti demeurent sous-utilisés, prenant en charge principalement les produits de paiement national axés sur les virements de personne à personne (P2P) et les virements sociaux du gouvernement (paiements G2P). Malgré les solutions disponibles pour les commerçants formels et les consommateurs en vue d'acheter des articles par l'intermédiaire de portefeuilles mobiles⁹ dans des épicerie et autres entreprises formelles, l'usage est extrêmement faible et de nombreux sites de commerçants ne sont pas en mesure de servir les détenteurs de compte au cours de leur visite.

En conséquence, l'écosystème de l'argent mobile en Haïti ne compte pas suffisamment de commerçants ni d'entreprises qui acceptent l'argent mobile comme forme de paiement pour leurs marchandises et services. En termes simples, les solutions actuelles ne sont pas suffisamment attrayantes pour les commerçants et les entreprises, alors les consommateurs ont peu de possibilités de conserver ou d'utiliser leur monnaie sous forme numérique.

Auparavant, de nombreux acteurs de l'écosphère d'argent mobile haïtien s'étaient concentrés sur le prix comme étant le motif principal du manque d'adoption mobile. Toutefois, les discussions concernant les prix dissimulent fréquemment les préoccupations relatives à la valeur d'un produit. La valeur de marché de la banque mobile n'est toujours pas claire pour les commerçants. Son utilité ne constitue pas une amélioration par rapport aux espèces. La gestion de la liquidité et le stockage des fonds en toute sécurité ne semblent pas constituer pour les commerçants un facteur suffisant d'échange d'espèces contre une devise numérique.

Afin d'identifier les opportunités potentielles (« cas d'utilisation ») où le mobile peut créer plus de valeur pour un plus grand nombre de commerçants, et par la suite de consommateurs, une enquête a été réalisée par le biais de cette recherche pour :

- effectuer une analyse de marché préalable des commerçants en Haïti, y compris l'accès actuel aux services financiers ;
- comprendre pourquoi ces utilisateurs ne font pas actuellement partie de l'écosystème d'argent mobile, les barrières actuelles à utiliser et si les commerçants

⁸HMMI a lancé une compétition basée sur les transactions afin de stimuler l'adoption par le secteur privé d'argent mobile à Haïti en vue de développer à terme l'accès financier aux personnes défavorisées.

⁹Les solutions des commerçants sont actuellement offertes au sein de deux écosystèmes d'argent mobile en boucle fermée : (1) Mon Cash, antérieurement TchoTcho Mobile, est un service de portefeuille mobile offert par l'opérateur de réseau mobile Digicel et son partenaire financier Scotiabank et (2) Lajan Cash, un compte mobile offert par la Banque Nationale de Credit (BNC) et le développeur technologique et partenaire HaitiPay.

pensent que les technologies mobiles peuvent aider au développement de leur entreprise ;

- identifier les situations névralgiques de ces commerçants qui peuvent être abordées par le biais de solutions mobiles, et
- déterminer des tendances dans les perceptions et comportements des commerçants pouvant être utilisées pour présenter plus de produits mobiles bénéfiques et de cas d'utilisation.

Plus de 500 commerçants formels et informels ont été interrogés dans des zones rurales et urbaines dans les 10 départements d'Haïti à l'aide de méthodologies de recherche quantitative et qualitative.

Sentiments généraux

Les sentiments généraux reflétés dans les réponses des commerçants peuvent être récapitulés comme suit :

- Les commerçants sont habituellement mal informés sur le concept de l'argent mobile. Un grand nombre de commerçants ont entendu parler de la banque mobile, mais peu d'entre eux l'utilisent. Aucun des commerçants interrogés précédemment n'a admis utiliser de l'argent mobile à des fins commerciales.
- Les commerçants préféreraient des services d'argent mobile offerts directement par les établissements financiers plutôt que les opérateurs mobiles. Un certain niveau de confiance existe selon lequel les établissements financiers conserveront leurs financements sécurisés.
- Les espèces demeurent la méthode préférée de dépenser de l'argent et de recevoir des paiements pour les biens et les services. Un grand nombre de commerçants pensent que les comptes numériques faciliteraient la gestion des espèces et la sécurité des fonds, mais les avantages liés au fait de ne pas porter d'espèces et à l'inclusion financière n'effacent pas les désagréments relatifs à l'utilisation des comptes d'argent mobile **actuels**.

Obstacles liés à l'acceptation de l'argent mobile comme paiement

Les obstacles les plus importants des commerçants sont les suivants :

- **Croyance que les paiements en espèces sont sécurisés et qu'un compte formel auprès d'un établissement financier n'est pas nécessaire pour la gestion de liquidités.** Malgré la publicité présentant les portefeuilles comme une alternative plus sécurisée pour le stockage des espèces que les méthodes traditionnelles informelles (par ex. stocker de l'argent sous un matelas), les répondants en général **ne considèrent pas les espèces comme n'étant pas sécurisées. En outre, les commerçants informels ne considèrent pas les espèces comme difficiles à gérer** et habituellement ont suffisamment de liquidités

à disposition pour les transactions des consommateurs, en particulier ceux qui peuvent obtenir de la monnaie auprès d'autres commerçants.

- **Compréhension et éducation limitées.** 17 % des commerçants informels n'ont pas d'éducation formelle ou ne sont pas à l'aise pour répondre à une question relative à leur niveau d'éducation. Parmi les commerçants qui restent, 22 % des commerçants informels ont un diplôme d'études secondaires ou supérieures, 40 % ont reçu un diplôme d'enseignement moyen et 21 % ont reçu un diplôme d'enseignement primaire. L'éducation favorise la littérature financière, une réflexion de haut niveau et la résolution de problèmes, et améliore la confiance en soi. Le manque d'éducation est un obstacle potentiel pour les entreprises qui demandent aux consommateurs et aux commerçants de comprendre les avantages commerciaux potentiels des solutions mobiles avec une approche libre-service.
- **Faire confiance à une technologie inconnue et peu fiable.** Les réponses des commerçants ont également confirmé que **la confiance et la compréhension technologique demeurent des obstacles à l'adaptation de nouvelles solutions.** La confiance en des opérateurs mobiles avec des minutes numériques ne s'est pas traduite en une confiance des opérateurs mobiles avec de l'argent numérique. Cinq ans après l'introduction de l'argent mobile à Haïti, près de deux tiers des commerçants ont exprimé une **préférence pour les comptes mobiles qui sont vendus par des établissements financiers plutôt que des prestataires mobiles.** Bien que la majorité des répondants accepterait des paiements mobiles, près d'un cinquième des commerçants formels et un quart des commerçants informels ne s'y intéressent aucunement en raison d'un manque de confiance dans la technologie et la préférence restante pour les espèces.

Avantages potentiels et cas d'utilisation pour les services bancaires mobiles des commerçants

Les résultats de l'enquête ont révélé plusieurs indicateurs prometteurs suggérant que les commerçants seraient prêts à adopter des solutions mobiles si celles-ci étaient présentées avec un produit désirable d'une source fiable avec des niveaux de service performants. Les applications de comptes mobiles pourraient servir d'outil de gestion financière pour les commerçants. Plus de 77 % des commerçants formels et informels pensaient que l'affichage des activités financières sur leur téléphone leur permettrait de diriger leur entreprise avec plus d'efficacité. Les avantages offerts par un compte de commerçant mobile pourraient inclure :

- contrôle des finances **plus faciles** ;
- sécurité des fonds **et assistance financière plus importantes** en développant une stratégie d'épargne ;



- **l'amélioration des coûts et de la gestion des temps**, réduisant le besoin de se déplacer vers leur établissement financier, leurs fournisseurs et d'autres installations pour effectuer et recevoir des paiements, des dépôts et des retraits ;
- meilleure compréhension générale de la santé financière de leur entreprise avec **les reçus et l'historique des transactions** ;
- avantage concurrentiel pour attirer plus de clients, et
- minimiser la charge de la gestion des liquidités et variation quotidienne.

Les commerçants formels avec un excès de liquidité sont de bons candidats pour devenir des agents tiers de cash-out en plus de fournir des paiements pour des services par mobile : plus de 25 % des commerçants formels s'inquiétaient de disposer d'un supplément d'espèces à la fin de la journée, parmi lesquels **85 % ont exprimé leur intérêt de devenir un agent de cash-out**. Des partenariats mutuellement bénéfiques entre établissements financiers et commerçants formels permettraient de réduire les coûts de gestion d'espèces pour les établissements financiers (FI) et le commerçant tout en renforçant un écosystème de services bancaires mobiles à distance.

Cas d'utilisation et fonctions de produit potentielles

Plus de 75 % des commerçants formels et informels ont déclaré être intéressés ou très intéressés par les fonctions d'application et de services mobiles suivants qui permettraient d'aborder certaines des situations névralgiques opérationnelles actuelles, en augmentant les cas d'utilisation pour l'adoption mobile :

- Virements P2P :
 - Les virement P2P permettent au commerçant de recevoir les paiements mobiles des clients, ce qui réduit la charge de gestion quotidienne de petite monnaie et liquidités
 - Les commerçants formels et informels étaient prêts à avoir un compte formel en s'inscrivant avec une identification gouvernementale valide, en supposant que cela permettrait d'augmenter le nombre de transactions quotidiennes sur TchoTcho et Lajan Cash
- Comptes multi-devises
 - De nombreux commerçants acceptent et utilisent les Euros, Pesos et Dollars Américains. en plus des Gourdes.
- Compte épargne
 - Stocker des fonds reçus en toute sécurité au lieu de dépôts nocturnes et de retraits de jour
 - Exploiter les comptes épargnes pour faire une demande de crédit ou établir des marges de crédit plus importantes afin de développer l'entreprise
 - Stocker des fonds de grande valeur pour rembourser les grossistes ou économiser pour des achats importants pour l'entreprise



- **Crédit mobile**
 - Recevoir des décaissements du prêt via le compte mobile
 - Utiliser les fonds reçus comme paiements par mobile pour rembourser un prêt
 - Rembourser des prêts et des marges de crédit via un dispositif mobile sans se rendre dans une succursale de leur établissement financier
- **Paiements personne à entreprise (P2B) et entreprise à personne (B2P)**
 - Payer les grossistes avec un virement mobile (P2B)
 - Recevoir une paie ou des revenus par mobile (B2P)
 - Traiter la paie des employés pour les commerçants informels comme P2P via mobile et les commerçants formels avec B2P via mobile et tablette
- **Contrôle des transactions et des reçus**
 - Fournir des reçus instantanés aux clients via mobile
 - Conserver un enregistrement numérique des activités commerciales via téléphone portable
 - Conserver un historique des transactions mensuelles/quotidiennes pour des rapports d'affaires et à des fins fiscales

Établir un réseau de commerçants solides nécessitera le développement de produits jugés fiables par la communauté commerciale et une proposition de valeur qui est aussi pratique et sécurisée que les espèces ou qui les favorise d'une manière que ne peuvent le faire les espèces. En plus de développer des solutions mobiles simples et faciles à utiliser, des programmes d'enseignement solides adaptés au niveau de formation des commerçants sont essentiels pour favoriser l'adoption de solutions mobiles parmi les commerçants et les entreprises.

Méthode de recherche

Dans cette recherche, l'environnement commercial haïtien est catégorisé en deux groupes :

- Micro, petites et moyennes entreprises informelles (MPME) : Une MPME est définie par ses activités commerciales informelles et emploie habituellement un maximum de 9 personnes. La plupart des petites entreprises d'Haïti sont informelles sans siège ni bureaux. Elles sont habituellement :
 - Revendeurs/négociants de marchandises
 - Agriculteurs/producteurs alimentaires
 - Prestataires de transport
- Petites et moyennes entreprises (PME) formelles (inscrites légalement) : Une PME formelle est définie comme des activités commerciales légalement reconnues et employant habituellement 10 employés ou plus.¹⁰ Un grand nombre de petites entreprises formelles comprennent :
 - Importateurs/Exportateurs
 - Prestataires de services professionnels (docteurs/dentistes, etc.)
 - Commerçants de magasins de détail (épicerie, vêtements, quincaillerie, etc.)

Tout au long du rapport, les MPME informelles sont considérées comme des commerçants informels et les PME formelles comme des commerçants formels.

Étant donné la diversité existante entre les commerçants informels et formels, DAGMAR a utilisé différentes méthodes et outils d'enquête pour effectuer les entretiens permettant de collecter les données pertinentes de la gestion commerciale et des propriétaires dans tous les 10 départements d'Haïti, afin de garantir que diverses opinions ont été capturées. Voir les appendices A et B pour les outils de recherche utilisés.

Conception de recherche Quantitative et Qualitative

Recherche qualitative était utilisée pour comprendre les comportements, les attitudes et les perceptions parmi les groupes cibles. Puisque les petites entreprises sont moins présentes dans les zones rurales que dans les zones urbaines, un plus grand nombre d'entretiens ont été effectués dans des zones urbaines et moins d'entretiens ont été effectués dans des zones rurales. En outre, puisque la plupart des petites entreprises fonctionnaient de manière informelle, plus d'entretiens ont été effectués au sein de cette catégorie. Une méthode groupe de discussion a été évitée en raison de la difficulté à organiser et collecter un plus grand nombre de réponses individuelles.

¹⁰Des institutions formelles comme le gouvernement, les usines, etc., qui comptent habituellement plus de 100 employés étaient comprises à l'origine dans le cadre de la recherche ; toutefois, les chercheurs étaient incapables d'obtenir l'accès à des informations suffisantes de ces acteurs dans les délais accordés.



d.a.g.m.a.r.

Haiti Mobile Money - Résultats d'enquête sur les commerçants

Recherche quantitative a été utilisée pour mesurer la disponibilité et la portée des services d'argent mobiles, ainsi que les comportements et attitudes parmi les groupes ciblés. Des entretiens d'une heure ont été effectués face à face avec des participants de villes rurales et urbaines dans les dix départements. DAGMAR a développé des questionnaires de sélection pour identifier les répondants commerçants admissibles. Étant donné l'absence d'une base d'échantillonnage fiable des entreprises informelles, nous les avons approchées et interrogées dans des zones comme les marchés ouverts et les trottoirs. Cinq cents et vingt-six entretiens ont été complétés à partir des résultats et des analyses des pages suivantes.

Analyse et résultats clés

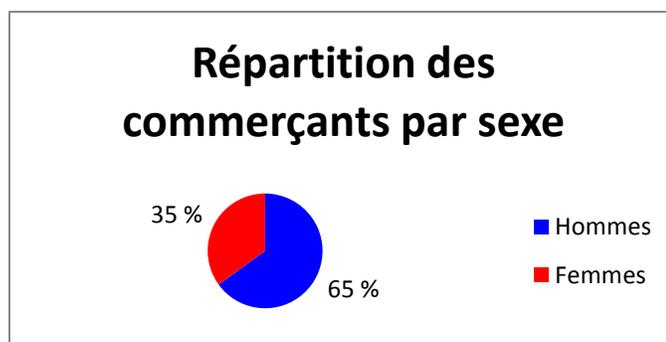
Cette section présente une synthèse de l'enquête et les réponses des divers groupes de commerçants informels et formels représentant un échantillon de l'économie commerciale d'Haïti. Ils ne représentent pas toutes les entreprises d'Haïti, mais plutôt, donnent une indication de la gamme des besoins et des comportements du secteur commerçant pour offrir un aperçu de son potentiel commercial pour ceux qui s'intéressent à de l'argent mobile. Les données sont censées aider à fournir une base de création d'initiatives de recherche supplémentaires dans le secteur financier, au besoin, avant de développer des solutions et applications de banque mobile améliorées ou supplémentaires.

Section I. Variables des commerçants interviewés

La composition de l'échantillon des entreprises et commerçants interviewés au sein de cette étude est présentée sur la base de 526 répondants. Les variables fournies par les commerçants au début, notamment le sexe, l'emplacement et le type de l'entreprise, de l'entretien ont été comparées aux données comme un moyen de filtrer et de disséminer les résultats. Des comparaisons ont été effectuées et des modèles de comportements ont été identifiés pour connecter les réponses sur des variables pour souligner les besoins de marché potentiels et actuels.

Sexe (homme ou femme)

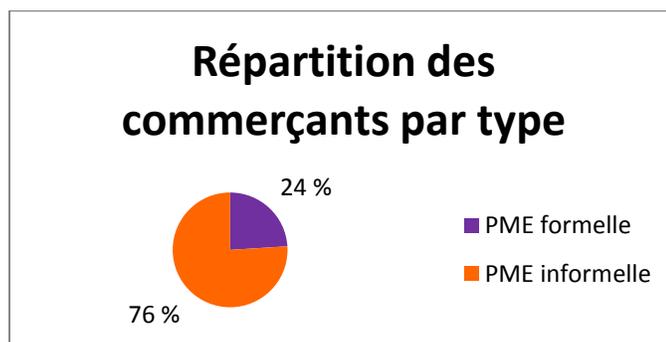
Cinq cent vingt-quatre données de répondants ont été utilisées dans l'analyse des tendances de sexe.¹¹ **186 femmes (35 %) et 338 hommes (65 %) ont participé à l'enquête**, avec une disparité de deux tiers des propriétaires d'entreprises ayant participé étant des hommes. Dans les graphes ci-dessous, et chaque fois que possible, les données représentant les femmes sont en rouge, et celles représentant les hommes en bleu.



¹¹Toutes les données divisant les hommes et les femmes sont basées sur 524, au lieu de 526 répondants, comme deux enquêtes n'ont pas inclus le sexe du répondant ; toutefois, les données pour formel versus informel, et urbain versus rural sont toujours basées sur une totalité de 526 répondants.

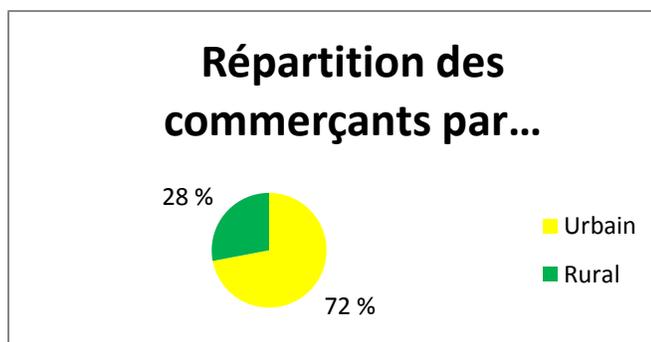
Type d'entreprise (commerçants formels versus commerçants informels)

Les données de cinq cent vingt-six répondants ont été catégorisées en formel versus informel comme défini sur la base du type d'entreprise, le nombre des employés et si elle était sous licence ou non. Parmi les répondants interviewés dans les 10 départements, **127 étaient des PME formelles (24 %) et 399 étaient des MPME informelles (76 %)**. Dans les graphiques ci-dessous, chaque fois que possible, les données représentant les commerçants informels sont en orange, et celles représentant les commerçants formels sont en violet.



Emplacement de l'entreprise (rural, urbain, ou département spécifique)

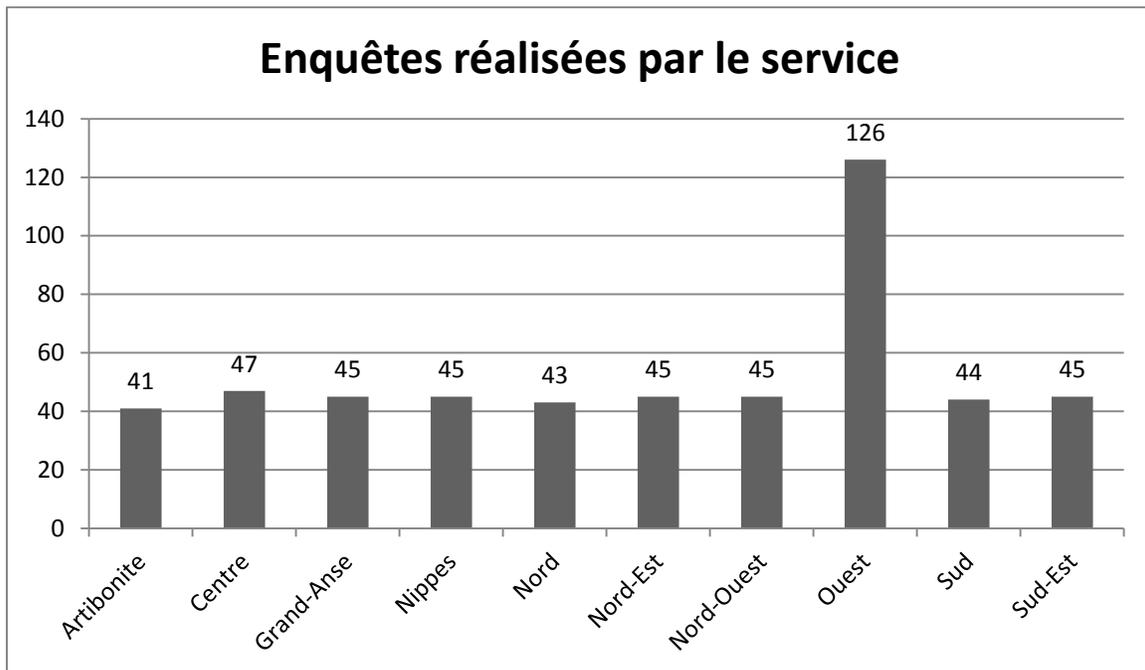
Les données des cinq cent vingt-six répondants ont été divisées entre emplacements urbains versus ruraux ainsi que divisées sur la base de 10 départements (Artibonite, Centre, Grand-Anse, Nippes, Nord, Nord-Est, Nord-Ouest, Ouest, Sud et Sud-Est), le cas échéant. **381 commerçants interviewés (72 %) travaillent dans des zones urbaines et 145 commerçants (28 %) travaillent dans des zones rurales**. Dans les graphes ci-dessous, le cas échéant, les données représentant les commerçants des zones urbaines sont en jaune, et les données représentant les commerçants des zones rurales sont en vert.



Environ 45 commerçants (8-9 %) ont été interviewés dans chaque département à l'exception de l'Ouest, où 126 commerçants ont été interviewés. En conséquence des populations concentrées et des réseaux de commerçants mobiles en plein essor dans l'Ouest, la décision a été prise d'interviewer plus de commerçants de ce département dans



l'espoir de trouver plus de commerçants avec une meilleure sensibilisation d'argent mobile et ses avantages potentiels aux petites et moyennes entreprises. Comme l'échantillon de chaque département est si petit, il est difficile d'identifier des comportements ou des caractéristiques spécifiques à un département.



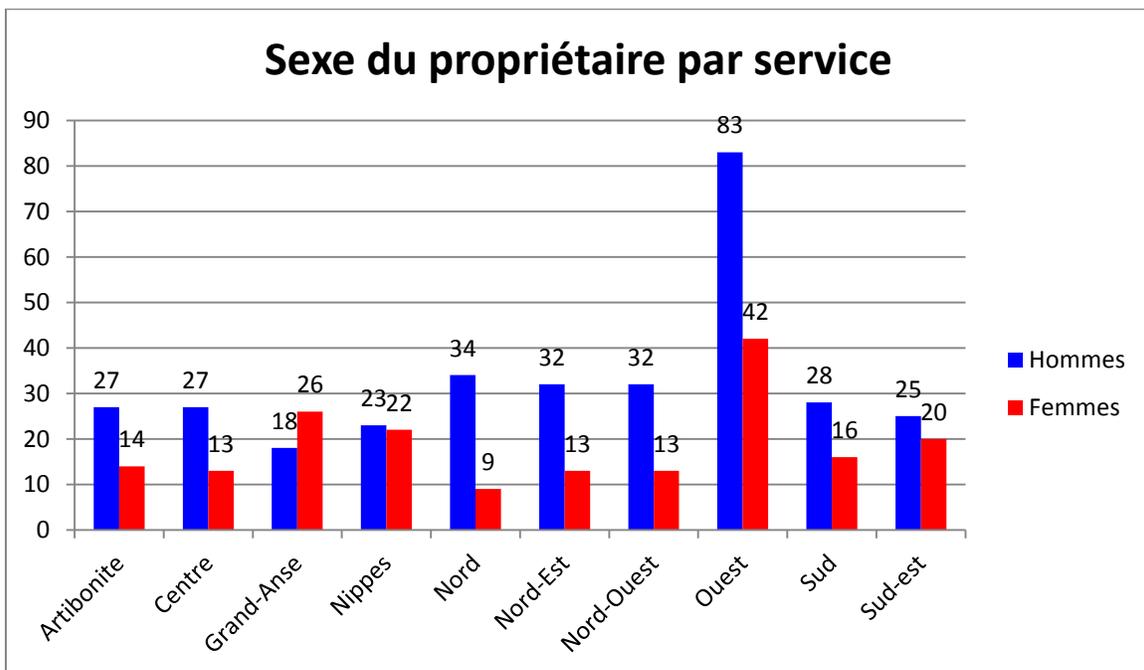
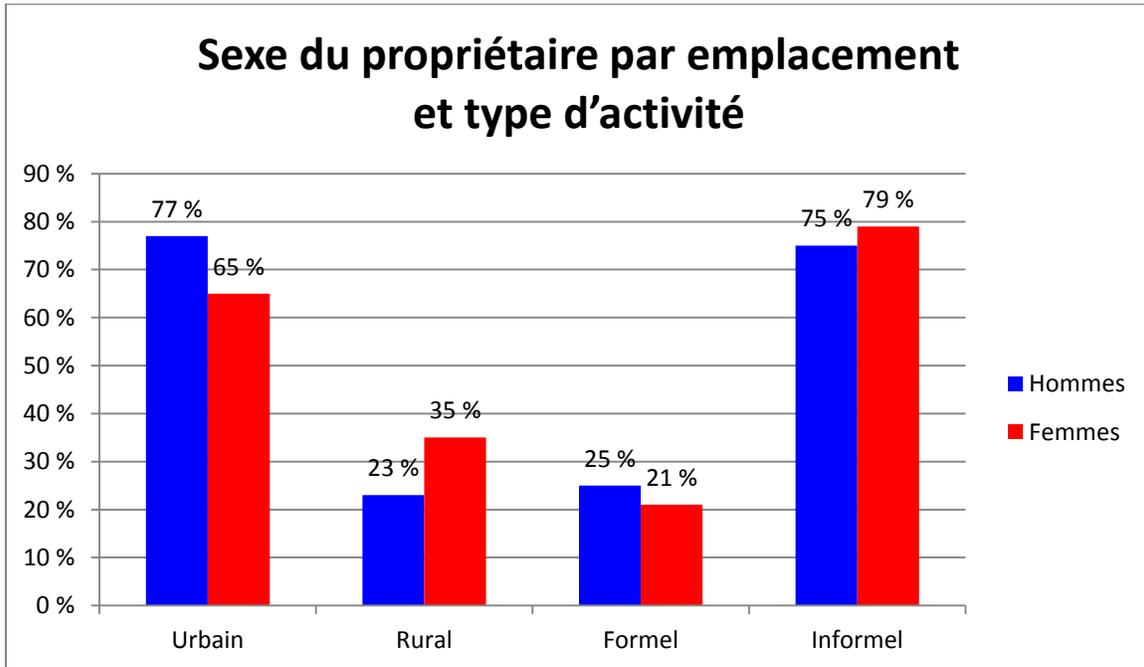
Sexe, urbain versus rural, formel versus informel

Comparer les variables clés permet d'identifier rapidement certaines caractéristiques sur le groupe de commerçants interviewés et la façon dont les réponses ont varié selon le sexe, le type ou l'emplacement du commerçant.

Les premières observations abordent la manière dont le sexe diffère selon le type ou l'emplacement de l'entreprise. Bien que plus d'hommes en général aient été interviewés, concernant le pourcentage, il semblerait que les femmes composent la majorité des commerçants informels et ruraux, par rapport aux hommes qui composent la majorité des commerçants formels et urbains. Les femmes chefs d'entreprise semblaient être mieux représentées dans les zones rurales, composant 35 % des femmes interviewées, par rapport aux 23 % des hommes interviewés. En revanche, 77 % des hommes interviewés dirigent leurs activités dans des zones urbaines, alors que seulement 65 % des femmes travaillent en zone urbaine. En outre, 75 % des hommes et 79 % des femmes interviewés dirigent des activités informelles ; 25 % des hommes et 21 % des femmes ont établi des entreprises formelles sous licence.

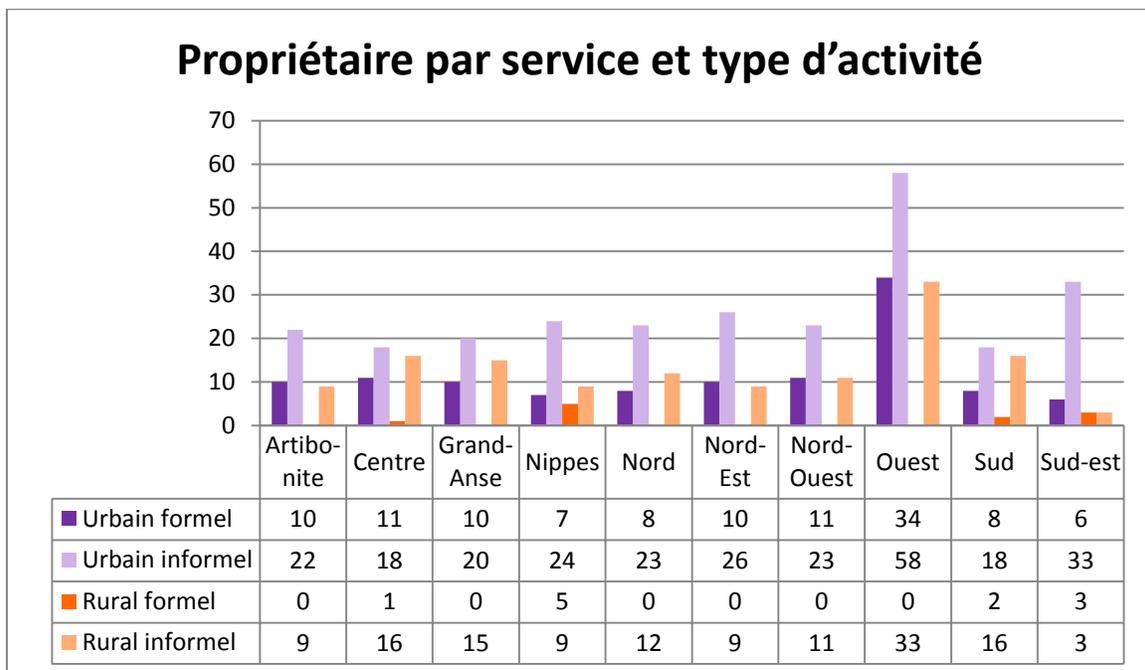
Lorsque le sexe est divisé selon les départements, les résultats ont démontré qu'un plus grand nombre de femmes que d'hommes ont été interrogées à Grand-Anse, indiquant ainsi que plus de commerçants de cette zone sont des femmes. Les seuls départements qui

disposaient d'une répartition presque égale entre les sexes selon les commerçants interviewés étaient Nippes et Sud-Est. Dans tous les autres départements, environ deux fois plus d'hommes que de femmes ont été interviewés.



Les PME formelles et informelles séparées selon rural versus urbain et selon le département

Sans regarder le sexe, vous pouvez également identifier rapidement par département les différents types de commerçants dans chaque région. Dans tous les 10 départements, les commerçants formels ruraux étaient les types de commerçants les plus exclus, alors que les commerçants urbains étaient les plus faciles à retrouver et à interviewer.



Ces données indiquent que la majorité des réponses et pourcentages seront affectés par la majorité des commerçants étant des commerçants informels dirigeant leurs entreprises dans des zones urbaines.

En outre, en ce qui concerne le sexe, le sexe des MPME et l'emplacement de l'entreprise, des variables telles que le niveau d'éducation du commerçant et le type de téléphone permettent de filtrer et de comprendre l'alphabétisation technologique d'un commerçant.

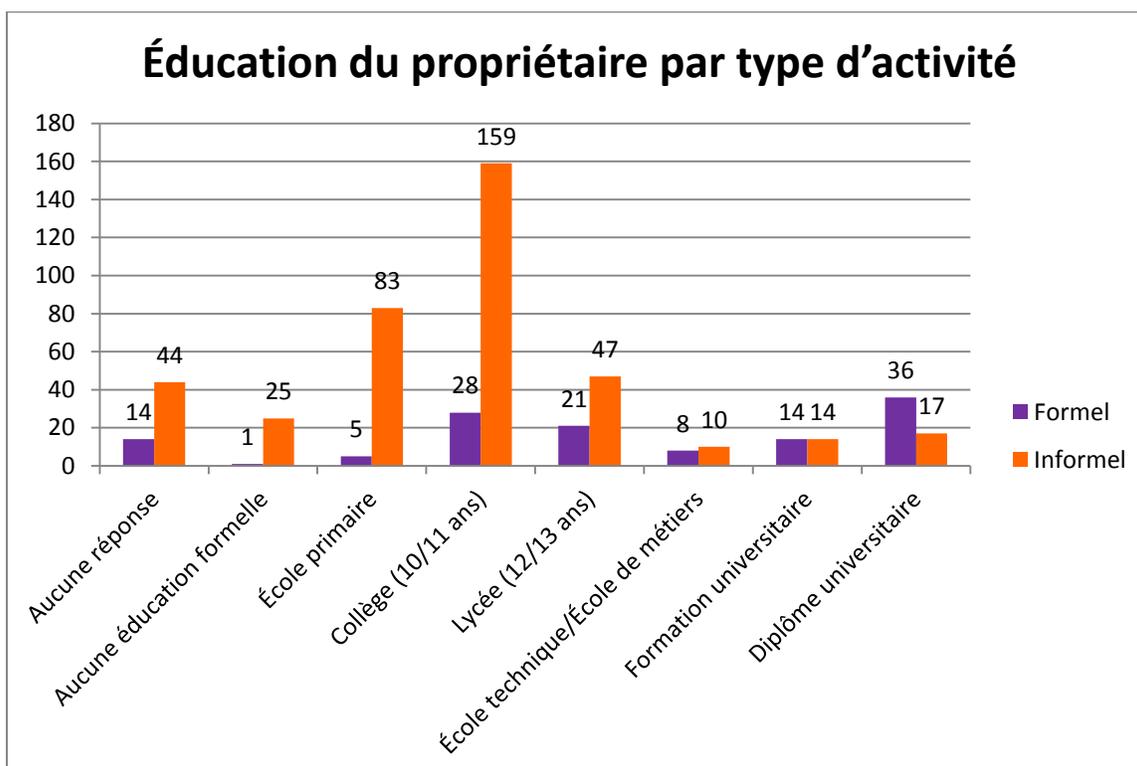
Niveau d'éducation

Puisque l'éducation peut avoir une incidence positive sur la compétence commerciale d'un individu, l'alphabétisation technologique et l'alphabétisation financière, il était important de comprendre le niveau d'éducation dont les commerçants d'Haïti ont bénéficié. Le statut éducationnel des commerçants a révélé que (36 %) ont reçu un diplôme d'enseignement moyen, 13 % ont obtenu un diplôme d'études secondaires, 5 % sont allés à l'université et environ 5 % n'ont aucune éducation formelle. Le manque d'éducation atteignait les niveaux les plus élevés chez les répondants ruraux à (9 %) que chez ceux interviewés dans le secteur informel (6 %).

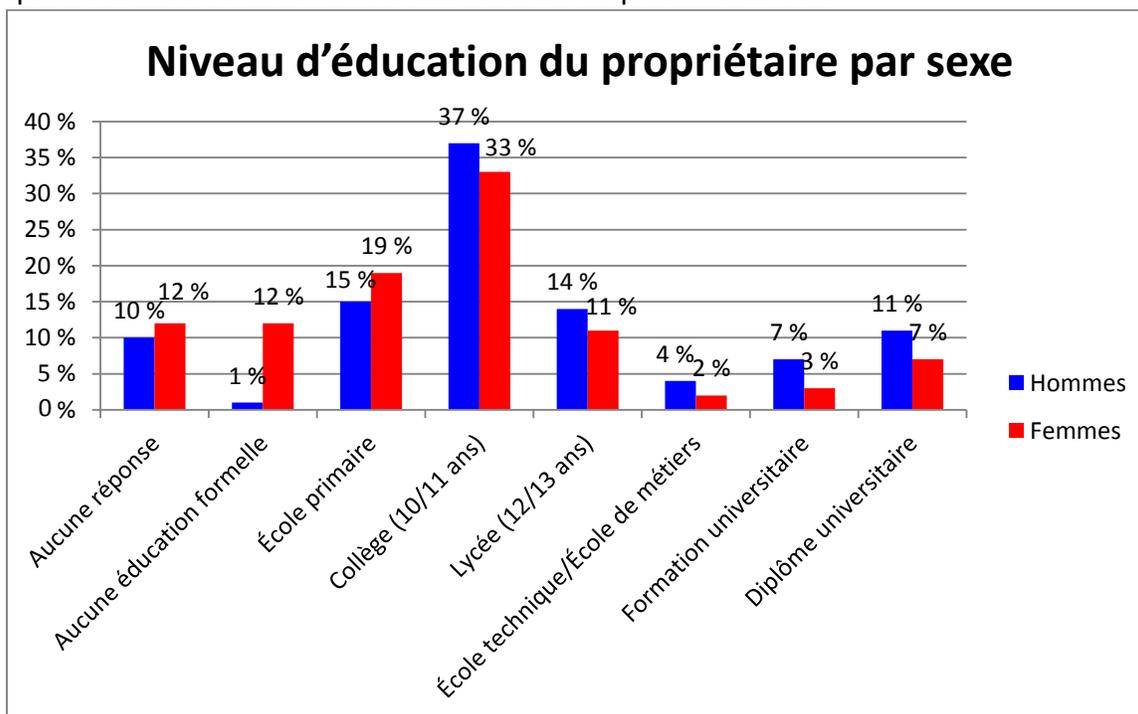


Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé ?	Tout	Zone		Catégorie d'entreprise		Sexe	
		Urbain	Rural	Formel	Informel	Homme	Femme
Aucune éducation formelle	5 %	3 %	9 %	1 %	6 %	1 %	12 %
École primaire	17 %	15 %	21 %	4 %	21 %	15 %	19 %
Collège (10/11 ans)	36 %	36 %	33 %	22 %	40 %	37 %	33 %
Lycée (12/13 ans)	13 %	12 %	17 %	17 %	12 %	14 %	11 %
École technique/ École de métiers	3 %	3 %	3 %	6 %	3 %	4 %	2 %
Formation universitaire	5 %	6 %	4 %	11 %	4 %	7 %	3 %
Diplôme universitaire	10 %	11 %	6 %	28 %	4 %	11 %	7 %
Études supérieures	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Aucune réponse	11 %	12 %	7 %	11 %	11 %	10 %	12 %

Ce qu'il est important de reconnaître est que même au sein du secteur formel, plus de 50 % des commerçants n'ont jamais dépassé un diplôme d'études secondaires. La majorité des commerçants informels n'a jamais terminé ses études secondaires, ce qui représente un désavantage dans le cadre du développement et de la gestion d'une entreprise. Leur base de formation restreinte risque également de limiter leur compétence et leur alphabétisation technologique et financière.



Le niveau d'instruction semblait également dépendre du sexe du commerçant. Les femmes sont moins susceptibles de bénéficier d'un niveau d'éducation plus élevé que les hommes ; la plupart des femmes ne dépassent pas le niveau intermédiaire et seulement 12 % ont indiqué avoir suivi une formation universitaire ou professionnelle.



Ces tendances démontrent l'importance de l'éducation des commerçants et les consommateurs autant que possible lorsque de nouveaux produits et services sont présentés. Il est important d'avoir recours à des solutions simples et faciles à utiliser lorsque la majorité des utilisateurs a un niveau d'éducation et de compréhension moins élevé. Cela souligne également une limite dans le pays, où l'éducation des jeunes hommes et des jeunes femmes reste une lutte qui affecte l'économie présente et future.

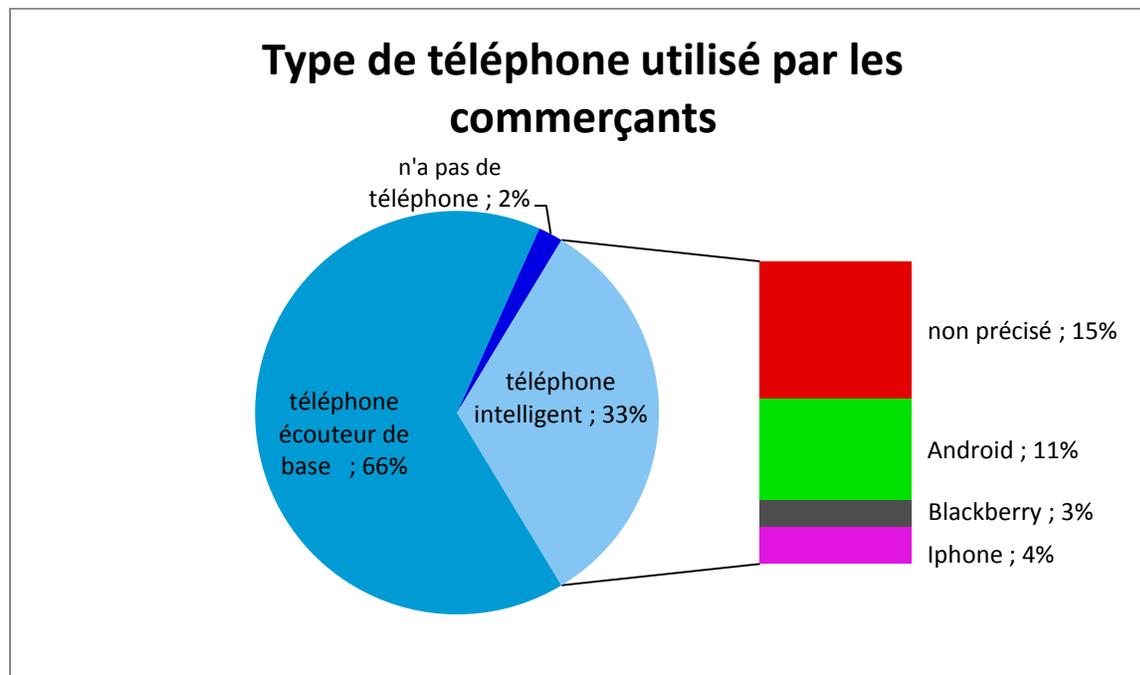
Commerçants et téléphones mobiles

En plus de l'éducation formelle d'un commerçant, des questions ont été également posées pour tenter de mieux comprendre leur capacité technologique d'utilisation des applications et téléphones mobiles. Un facteur important dans la compréhension de la capacité technique mobile d'un commerçant, consiste à comprendre le type de dispositif qu'il possède, qu'il puisse ou non accéder à l'Internet, et le type de téléphone qu'il possède, indiquant les habitudes et l'usage téléphonique des utilisateurs.

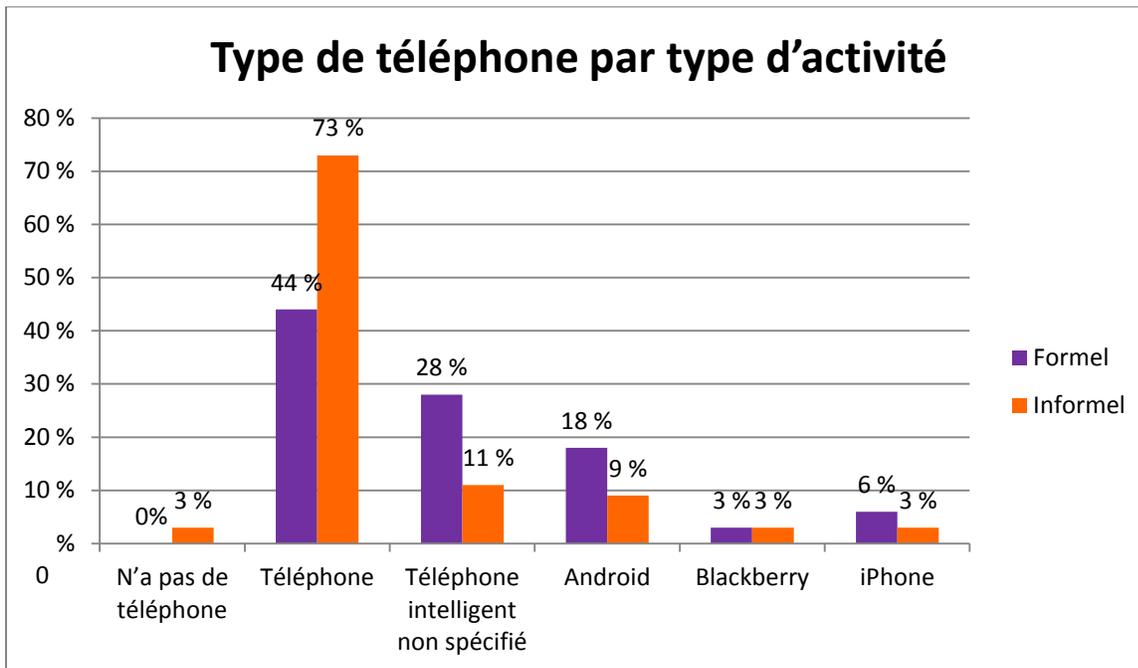
Types de téléphone

La pénétration du téléphone mobile parmi les propriétaires d'entreprise est très élevée et presque tous les répondants (98 %) ont un téléphone mobile, seulement 2 % n'en

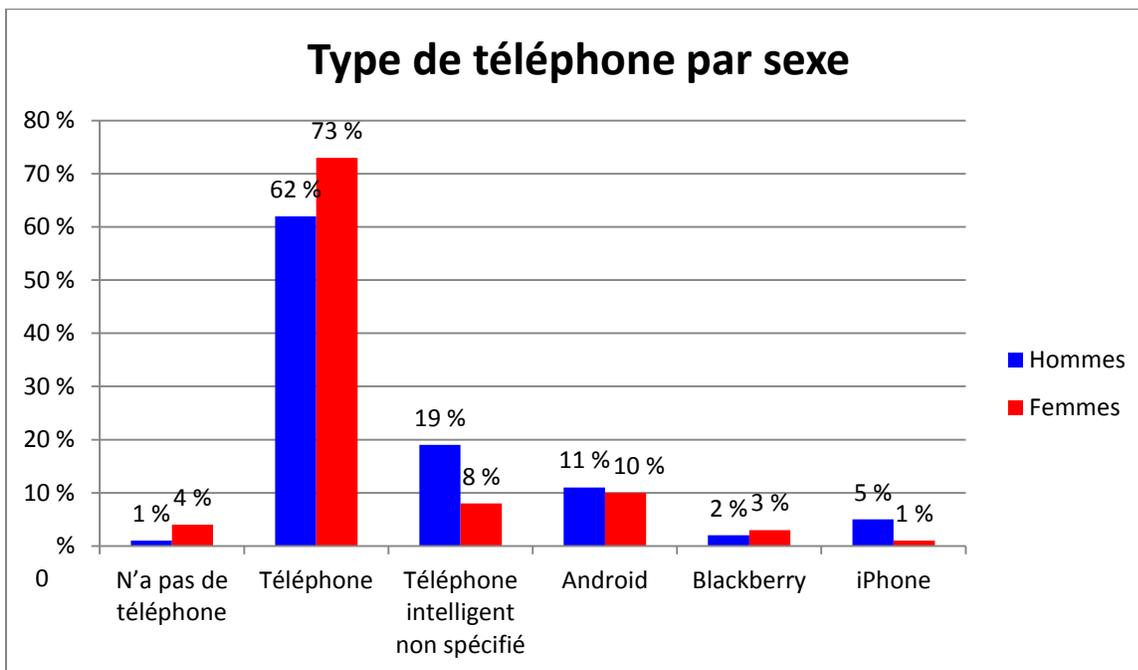
possèdent pas. Il faut noter que les 2 % qui n'ont pas de téléphone font partie du secteur informel et que 100 % des commerçants formels ont indiqué avoir un téléphone.



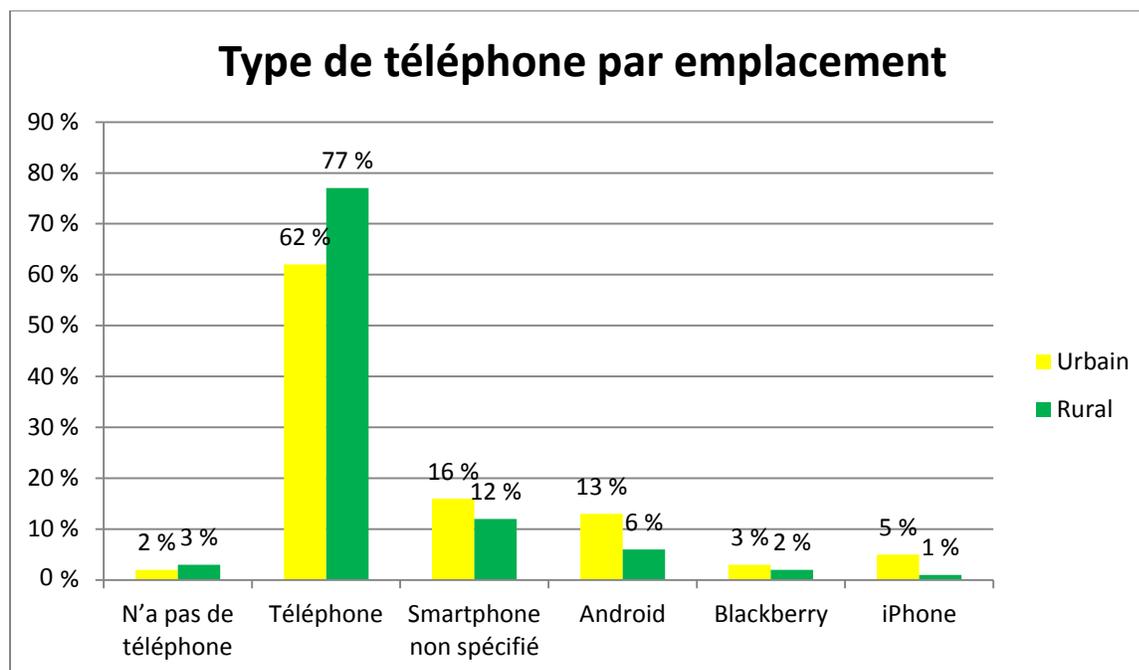
La majorité des répondants qui possèdent un téléphone disposent d'un écouteur de base. C'est particulièrement vrai pour les commerçants informels et les commerçants qui vivent en zone rurale. Il faut noter que 56 % des répondants du secteur formel ont accès à un téléphone intelligent (Blackberry, Android, iPhone, ou autre marque) par rapport aux répondants commerçants informels, dont 3 % ont indiqué ne pas avoir de téléphone, et 73 % n'avaient accès qu'aux fonctions de base.



Les hommes étaient plus susceptibles d'avoir un smartphone que les femmes. 1 % seulement de tous les hommes interrogés n'avaient pas de téléphone, contre 4 % de l'ensemble des femmes.



Alors que la pénétration des smartphones était faible dans l'ensemble, un commerçant urbain était plus susceptible de posséder un smartphone qu'un commerçant rural.



Ces données indiquent qu'il faut encore trouver un type de smartphone dominant à Haïti, ce qui rend difficile aux opérateurs bancaires mobiles actuels de ne dépendre que d'un seul détaillant face à une application de smartphone. Un grand nombre de commerçants qui possèdent des smartphones étaient incapables d'indiquer le type de leur smartphone.

La pénétration et l'usage du téléphone parmi les commerçants indiquent que pour une planification et un développement à court terme, les solutions téléphoniques restent cruciales pour effectuer une adoption généralisée.

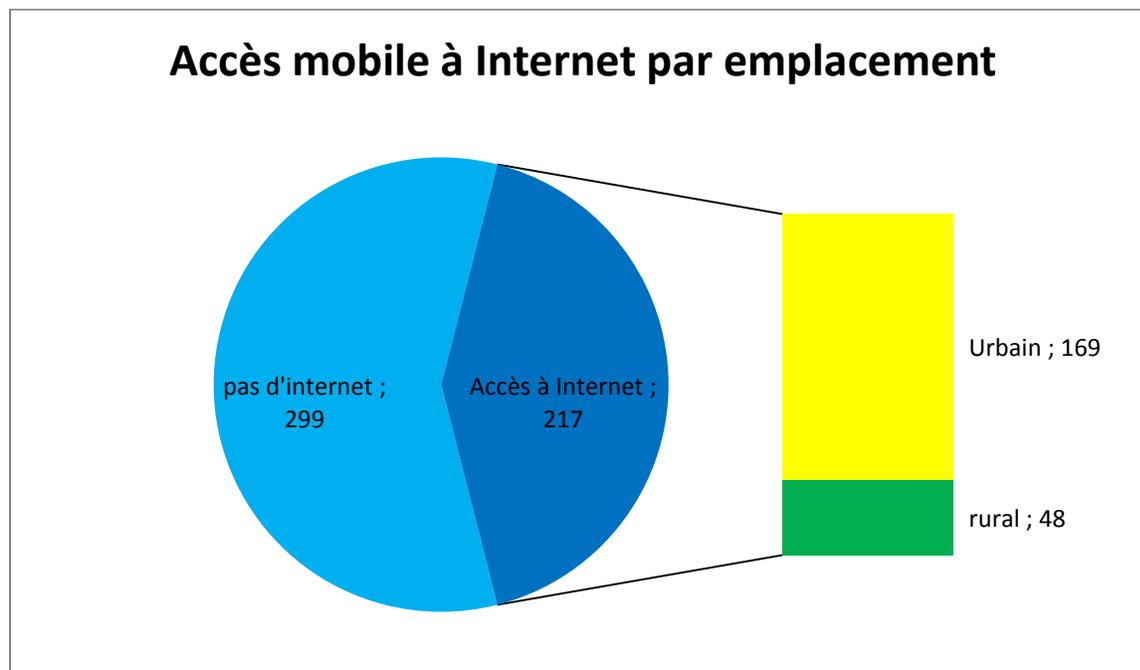
Téléphones capables d'accéder à Internet

En plus du type de téléphone utilisé par les commerçants, il est important de comprendre quels sont les téléphones qui peuvent potentiellement se connecter à Internet pour des applications financières potentielles comme la fonctionnalité bancaire en ligne basée sur mobile. Sur la base de 516 commerçants avec téléphone, 42 % peuvent naviguer sur Internet à partir de leur téléphone, alors que 58 % ne le peuvent pas. 17 % des commerçants avec des téléphones ont indiqué pouvoir naviguer sur Internet. Il n'est pas surprenant que 94 % des commerçants avec des smartphones aient indiqué pouvoir également naviguer sur Internet à partir de leurs téléphones. Sur les 6 % qui ont indiqué ne pas pouvoir naviguer, ils bénéficient tous de forfaits prépayés, et la limite peut ainsi être liée à leur forfait, et non à la capacité de leur téléphone.

Cela indique une forte probabilité peuvent exploiter de nouvelles technologies mobiles et des services en ligne pour certains commerçants via leur téléphone afin de gérer au mieux leurs finances et leur entreprise. Pour mieux comprendre quel est le groupe de

commerçants qui en profitera le plus, les données ont été réparties selon la zone et le type du commerçant.

Sur les 217 commerçants ayant des téléphones capables d'accéder à Internet, 78 % se trouvent dans des zones urbaines contre 22 % qui se trouvent dans des zones rurales. Comme pour les types de commerçants, sur ceux avec Internet, 37 % étaient formels et 63 % étaient des commerçants informels.



Fréquence de changement ou de perte des SIM et/ou téléphones

L'une des difficultés des services financiers mobiles est de trouver la fréquence à laquelle les utilisateurs changent leur téléphone, leur numéro de téléphone ou la carte SIM. Dans la plupart des cas, les propriétaires commerciaux interrogés gardent leurs téléphones pendant de longues périodes. 84 % des commerçants avec téléphones n'ont pas perdu ni remplacé leur téléphone ou carte SIM au cours de l'année passée, alors que 16 % l'ont remplacé. Sur les 16 % (85 commerçants) qui ont remplacé leur carte SIM ou téléphone, 55 % (47 commerçants) ont changé leur carte SIM/téléphone une fois au cours de l'année dernière, 27 % (23 commerçants) ont remplacé leur carte SIM/téléphone deux fois au cours de l'année dernière, et 18 % (15 commerçants) ont remplacé leur carte SIM/téléphone une fois par mois tous les quelques mois.

Puisque tous les services financiers mobiles sont liés au numéro de téléphone mobile d'un utilisateur, cela indique qu'il y a un sous-ensemble d'utilisateurs qui nécessiteront une formation spéciale pour garantir qu'ils comprennent l'importance de conserver leur numéro de mobile ou de signaler au fournisseur au cas où il changerait. C'est également un rappel aux prestataires de service de planifier soigneusement et de concevoir leurs produits et

opérations pour prendre en charge le cas d'utilisation de modification des cartes SIM des numéros de téléphone.

Type de forfait téléphonique

Alors que la pénétration des téléphones mobiles s'est accrue au cours des dernières années à Haïti, les forfaits « payez au fur et à mesure », prépayés ou les prix des appareils sont devenus plus abordables. Très peu de commerçants interrogés possèdent actuellement des forfaits postpayés. Sur les 516 commerçants avec des téléphones, seuls 11 des commerçants (2 %) ont des forfaits postpayés par rapport à 98 % des répondants qui disposent de forfaits prépayés.

Ces données soulignent le fait que parmi de nombreux prestataires de services mobiles du monde entier, les plans rechargeables pour les forfaits prépayés restent un cas d'utilisation pour les services financiers mobiles. Si les commerçants avaient des comptes mobiles, ils pouvaient payer leurs minutes avec plus de facilité et de commodité.

Section II. Inclusion financière des commerçants haïtiens

En complément des variables soulignées ci-dessus, comprendre le niveau actuel d'inclusion financière d'un commerçant est important pour comprendre ce qui détermine leurs besoins commerciaux actuels et quelles sont les institutions qui seront plus à même de transformer les clients existants en détenteurs de comptes mobiles. Un résultat prévu du questionnaire était d'identifier de quelle manière les solutions technologiques mobiles peuvent mieux servir les commerçants, et pour ce faire, il était important de comprendre comment les commerçants utilisent actuellement les services financiers.

Les commerçants détenteurs de comptes auprès d'établissements financiers

316 commerçants (60 % de tous ceux interrogés) ont indiqué posséder un compte financier auprès d'une banque, d'un organisme de crédit ou d'une institution de microfinance. Cela montre qu'un plus grand nombre de commerçants détiennent un compte par rapport à la moyenne nationale de seulement 20 % des Haïtiens.

Néanmoins, il existe une différence entre l'inclusion financière pour les propriétaires d'entreprises rurales et leurs contreparties urbaines : 54 % des commerçants ruraux disposent d'un compte, contre 62 % des commerçants urbains. En outre, il existe des différences entre les sexes : 61 % de tous les hommes par rapport à 58 % de toutes les femmes possèdent un compte auprès d'un établissement financier. Sur les 316 détenteurs de comptes, 100 étaient des commerçants formels (32 %) et 216 étaient informels (68 %) ; toutefois, 79 % des commerçants formels possèdent des comptes et 54 % des commerçants informels possèdent des comptes.

Comptes selon le sexe	HOMME	%	FEMME	%
A un compte	207	61 %	107	58 %
Aucun compte	131	39 %	79	42 %
TOTAL	338	100 %	186	100 %

Comptes selon l'emplacement	URBAIN	%	RURAL	%
A un compte	238	62 %	78	54 %
Aucun compte	143	38 %	67	46 %
TOTAL	381	100 %	145	100 %

Comptes par type	FORMEL	%	INFORMEL	%
A un compte	100	79 %	216	54 %
Aucun compte	27	21 %	183	46 %
TOTAL	127	100 %	399	100 %

Les 316 détenteurs de compte comptaient un total de 321 comptes auprès d'organismes de crédit, d'institutions de microfinance et de banques.¹² Sur les 321 comptes, 232 (72 %) étaient détenus auprès d'une banque, 64 (20 %) auprès d'un organisme de crédit et 25 (8 %) auprès d'une IMF.

Si vous détenez un compte auprès d'une institution financière, de quel type d'institution s'agit-il ?								
Département	Par nombre				Par pourcentage ¹³			
	Banque	Caisse Populaire	IMF	Nombre de comptes selon le département	Banque	Caisse Populaire	IMF	Pourcentage des comptes selon le département
Artibonite	19	8	0	27	6 %	2 %	0 %	8 %
Centre	28	4	5	37	9 %	1 %	2 %	12 %
Grand-Anse	22	5	8	35	7 %	2 %	2 %	11 %
Nippes	26	3	2	31	8 %	1 %	1 %	10 %
Nord	18	5	0	23	6 %	2 %	0 %	7 %
Nord-Est	25	6	3	34	8 %	2 %	1 %	11 %
Nord-Ouest	16	4	0	20	5 %	1 %	0 %	6 %
Ouest	46	8	6	60	14 %	2 %	2 %	19 %
Sud	15	10	1	26	5 %	3 %	0 %	8 %
Sud-Est	17	11	0	28	5 %	3 %	0 %	9 %

¹² Certaines personnes détiennent des comptes auprès de plusieurs institutions financières, ainsi il y avait 321 comptes pour 316 commerçants.

¹³ La somme des pourcentages dans les institutions financières selon le département n'est pas nécessairement égale au pourcentage total par département en raison des arrondissements.

Comptes selon le type d'établissement financier	232	64	25	321	72 %	20 %	8 %	100 %
---	-----	----	----	-----	------	------	-----	-------

La majorité des commerçants ont établi des comptes auprès des banques, et cela semble être la préférence dans les 10 départements. Même dans les zones rurales où les banques sont moins présentes, les hommes et les femmes sont deux fois plus susceptibles de détenir un compte auprès d'une banque, d'une caisse populaire ou d'une IMF. Les comptes dans les zones rurales sont détenus auprès de trois banques principales : BNC, Sogebank et Unibank, ainsi que les IMF, Fonkoze et MCN, ainsi qu'une variété des caisses populaires. Il est important de souligner que les organismes de crédit sont limités et n'ont pas de portée nationale ; la majorité des organismes de crédit nommés par les répondants font partie de la Fédération Le Levier des organismes de crédit.¹⁴

Comptes avec des types spécifiques d'institutions financières

Banques

Unibank a été souvent mentionnée au sein de cet échantillon : 42 % des entreprises formelles et 49 % des entreprises informelles, ont indiqué respectivement qu'elles détenaient un compte auprès d'Unibank, suivi par Sogebank avec 25 % de formel et 27 % d'informel, et BNC avec 25 % de formel, mais seulement 19 % d'informel.

Département	Répartition en % des détenteurs de comptes bancaires des commerçants par département	Répartition en % de la banque du commerçant Détenteurs de comptes par catégorie commerciale	
		Formel	Informel
Centre	12 %	42%	58%
Grand-Anse	9 %	39%	61%
Nippes	11 %	41%	59%
Nord	8 %	23%	77%
Nord-Est	11 %	44%	56%
Nord-Ouest	7 %	36%	64%
Ouest	20 %	38%	63%
Sud	6 %	46%	54%
Sud-Est	7 %	33%	67%
Total	100 %	35%	65%

¹⁴ Le Levier est une fédération d'organismes de crédit haïtiens. Elle comprend 29 organismes de crédit fédérés sur tout le territoire national desservant plus de 430 000 Haïtiens répartis sur les 10 départements.

Unibank était également la banque la plus fréquemment mentionnée dans tous les départements, suivie par Sogebank et BNC.

Département	Banque la plus fréquemment mentionnée	Deuxième Banque plus mentionnée
Artibonite	Unibank	BNC
Centre	Unibank	BNC
Grand-Anse	Sogebank	Unibank
Nippes	Unibank	BNC
Nord	Unibank	Sogebank
Nord-Est	BNC	Sogebank
Nord-Ouest	Unibank	Sogebank
Ouest	Unibank	Sogebank
Sud	Unibank	BNC
Sud-Est	Unibank	BNC & Sogebank

Caisses Populaires

Les Caisses populaires les plus fréquemment mentionnées auprès desquels les commerçants détenaient des comptes étaient SUCCES dans le Sud-Est, CPF au Nord, SOCOLAVIM dans Artibonite et CAPOSAC au Sud.

Seuls 15 % des détenteurs de comptes auprès d'une Caisse Populaire étaient formels, démontrant une préférence marquée par les commerçants informels. Cela indique également l'opportunité manquée des organismes de crédit à servir des entreprises formelles au sein des communautés locales. Avec les caisses populaires desservant seulement 20 % des détenteurs de compte, il existe un fort potentiel de croissance.

Département	Répartition en % des détenteurs de comptes des organismes de crédit des commerçants par département	Répartition en % de Caisse Populaire du commerçant Détenteurs de comptes par catégorie commerciale	
		Formel	Informel
Artibonite	12 %	3 %	9 %
Centre	6 %	0 %	6 %
Grand-Anse	8 %	3 %	5 %
Nippes	5 %	2 %	3 %
Nord	8 %	0 %	8 %
Nord-Est	9 %	0 %	9 %
Nord-Ouest	6 %	2 %	5 %
Ouest	14 %	5 %	9 %
Sud	15 %	2 %	14 %
Sud-Est	17 %	0 %	17 %
Total	100 %	15 %	85 %

Département	Caisses Populaires les plus fréquemment mentionnées
Artibonite	SOCOLAVIM
Centre	COOPECLAS
Grand-Anse	CAPAJ
Nippes	COTEM
Nord	CPF
Nord-Est	CPD
Nord-Ouest	S/O (diverses caisses populaires mentionnées par tous les répondants)
Ouest	MAMEV
Sud	CAPOSAC
Sud-Est	SUCCES

Institution de microfinance (IMF)

Il est important de noter que les IMF ne sont pas conçues pour accepter les dépôts, et par contre, les IMF sont limitées dans leurs offres de service. Les commerçants sont peu susceptibles de sélectionner une IMF pour un compte épargne, mais comme il est noté plus tard dans la recherche, elles sont plus populaires lorsque des endroits de prêts sont envisagés. Parmi les IMF, Fonkoze était l'institution la plus souvent mentionnée, en particulier en raison de son emplacement dans le Centre et Grand-Anse. Tout comme les caisses populaires, moins de 7 % des détenteurs de compte IMF faisaient partie des commerçants formellement inscrits. Il semblerait que les IMF ne soient pas extrêmement populaires parmi l'échantillon des commerçants, mais il est recommandé d'effectuer des recherches supplémentaires pour mieux comprendre si les IMF servent actuellement le secteur des commerçants dans plus de zones rurales et parmi les femmes ou si davantage pouvait être accompli en vue d'atteindre la cible démographique.

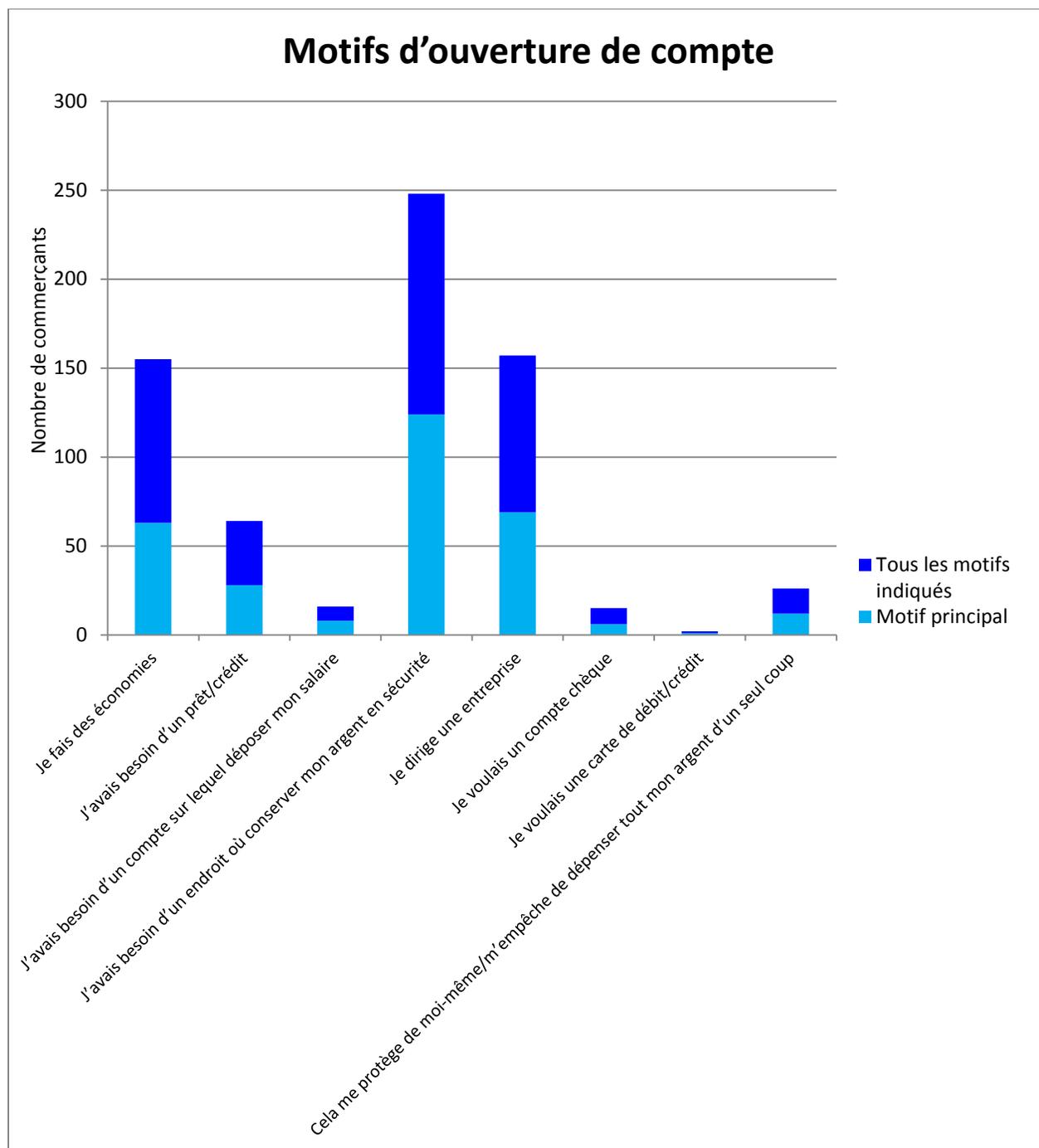
Département	Répartition en % des détenteurs de comptes IMF des commerçants par département	Répartition en % des comptes IMF des commerçants Détenteurs de comptes par catégorie commerciale	
		Formel	Informel
Artibonite	0 %	0 %	0 %
Centre	20 %	4 %	16 %
Grand-Anse	32 %	0 %	32 %
Nippes	8 %	4 %	4 %
Nord	0 %	0 %	0 %
Nord-Est	12 %	0 %	12 %
Nord-Ouest	0 %	0 %	0 %
Ouest	24 %	4 %	20 %
Sud	4 %	0 %	4 %
Sud-Est	0 %	0 %	0 %
Total	100 %	12 %	88 %

Département	IMF les plus fréquemment mentionnées
Artibonite	Aucun
Centre	Fonkoze
Grand-Anse	MCN et Fonkoze
Nippes	Différentes caisses populaires mentionnées par tous les répondants
Nord	Aucun
Nord-Est	Fonkoze
Nord-Ouest	Aucun
Ouest	ACME
Sud	Fonkoze
Sud-Est	Aucun

Comportements actuels des commerçants utilisant des services financiers

Motifs d'ouverture de compte

Les répondants étaient invités à identifier les raisons pour lesquelles ils détiennent un compte auprès d'une institution financière. Parmi les motifs liés à l'ouverture d'un compte, la majorité des répondants ont indiqué le besoin de conserver leur argent en sécurité ou à des fins d'épargne ou commerciales. Une autre réponse populaire est la nécessité de détenir un compte pour diriger leur entreprise. En outre, certains commerçants ouvrent des comptes, car ils ont besoin d'une ligne de crédit.

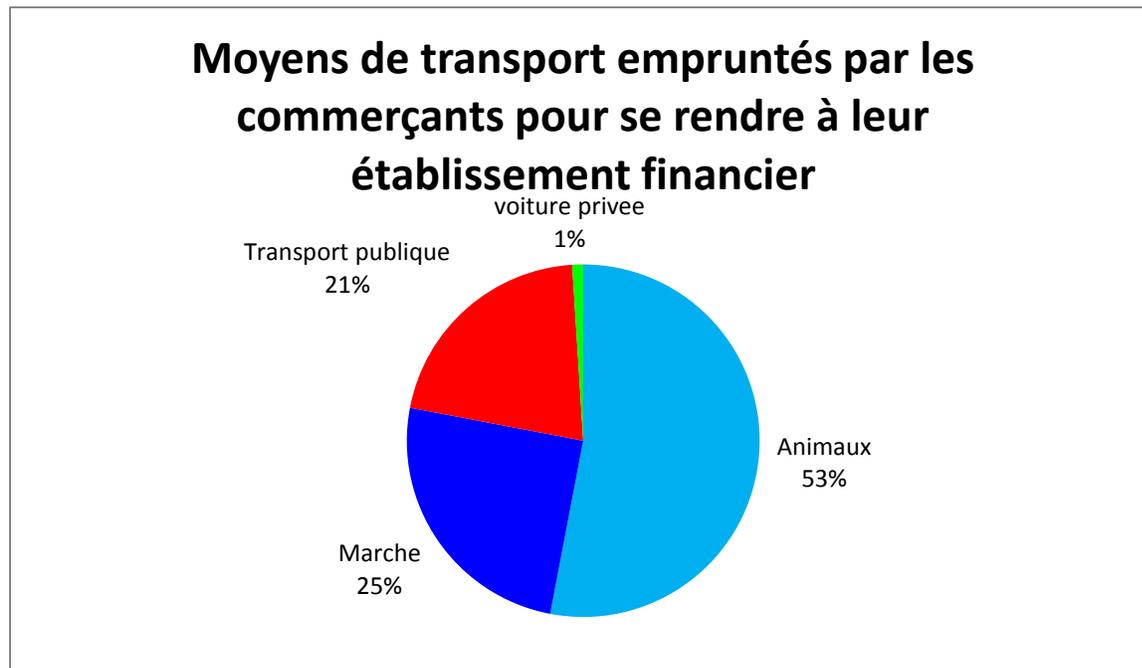


Méthode de transport pour visiter l'établissement financier

En interprétant les données des 316 commerçants détenant des comptes financiers, la variable a été comparée à la méthode de déplacement utilisée par les commerçants pour se rendre à leurs institutions financières. Les recherches précédentes portant sur l'inclusion et les services financiers d'Haïti avaient démontré que pour certains consommateurs, le coût et la charge relatifs au déplacement en provenance ou à destination de l'établissement

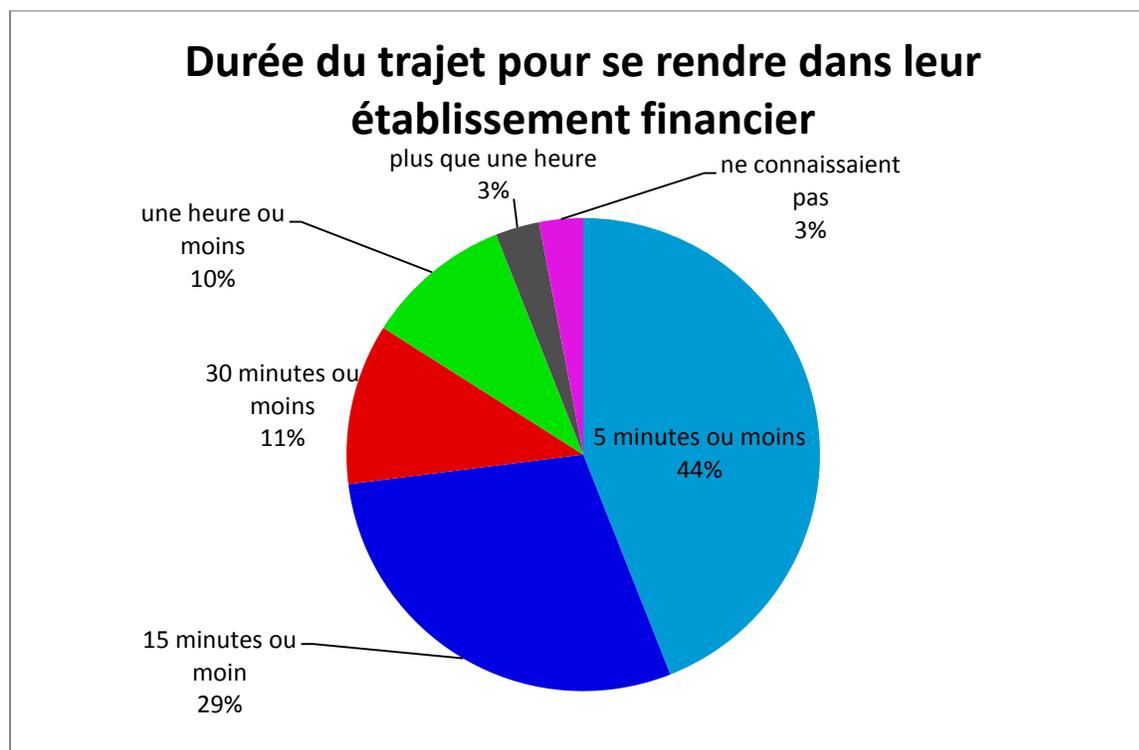
financier le plus proche empêchaient les consommateurs d'utiliser un établissement financier en faveur de la gestion de leurs propres liquidités. Par conséquent, dans le cadre de l'enquête, les commerçants étaient invités à indiquer leur méthode de déplacement vers leur établissement financier et la durée du voyage aller en vue d'établir une meilleure compréhension sur l'utilité de disposer d'un compte en relation à la durée du trajet et aux coûts de déplacement.

Sur la base des réponses des commerçants, 54 % de tous les commerçants détenteurs de comptes se déplacent vers leur établissement financier à dos de cheval, âne ou mule, alors que 25 % d'entre eux s'y rendent à pied. Seuls 21 % utilisent les transports publics et moins de 1 % se déplace en voiture. Sur la base de cet échantillon, on peut spéculer que les coûts connexes liés au transport sont en fait relativement faibles pour 75 % des commerçants détenteurs de comptes.



Durée du trajet en direction d'une succursale

Le coût était mesuré dans le cadre de la durée de déplacement vers l'établissement financier. Sur les 316 commerçants détenteurs de comptes, 44 % ont répondu qu'un aller simple vers leur établissement financier durait 5 minutes ou moins, 29 % ont déclaré 15 minutes ou moins, 11 % ont répondu 30 minutes ou moins, 10 % ont déclaré 1 heure ou moins, 3 % plus d'une heure, et 3 % ne connaissaient pas la durée du trajet. Étant donné que la majorité des commerçants se déplacent à pied ou à dos d'animal, et que les temps de déplacement sont principalement de 15 minutes ou moins, ceci indiquait que trois quarts des commerçants détenteurs de comptes financiers sont desservis par des établissements financiers situés dans leur propre ville ou lieu de travail à distance de marche.

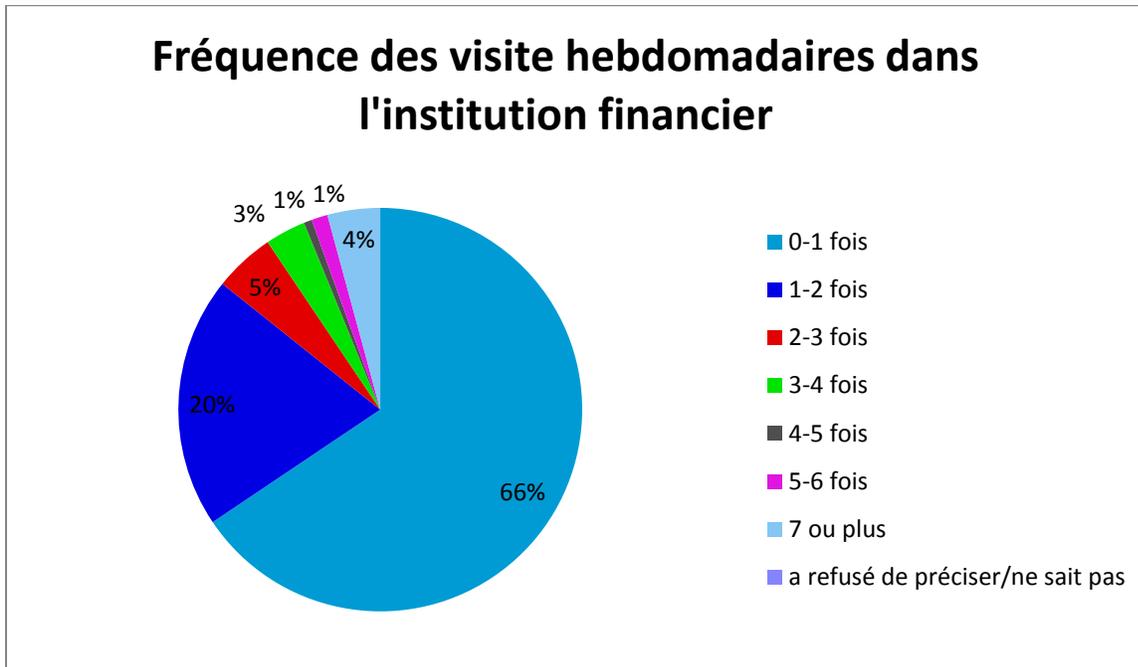


Sur les 316 commerçants détenteurs de comptes, 31 % se déplacent à dos d'animal et se trouvent à 5 minutes de leur établissement financier, et 15 % se déplacent à dos d'animal et se trouvent à 15 minutes de leur établissement financier. De tous les commerçants détenteurs de comptes qui utilisent les transports publics (21 %), seuls 7 % se trouvent à 5 minutes et 8 % à 15 minutes. Les cas isolés spécifiques comprennent 4 commerçants qui se déplacent plus d'une heure à dos d'animal, 5 commerçants qui utilisent les transports publics et 3 commerçants qui se déplacent à pied pendant une heure ou plus pour se rendre à leur établissement financier.

Fréquence des visites auprès d'une succursale

Ensuite, l'enquête a indiqué la fréquence des visites auprès de leur établissement financier. Pour être aussi précis que possible, la fréquence des visites a été comparée à la durée du trajet jusqu'à l'établissement financier.

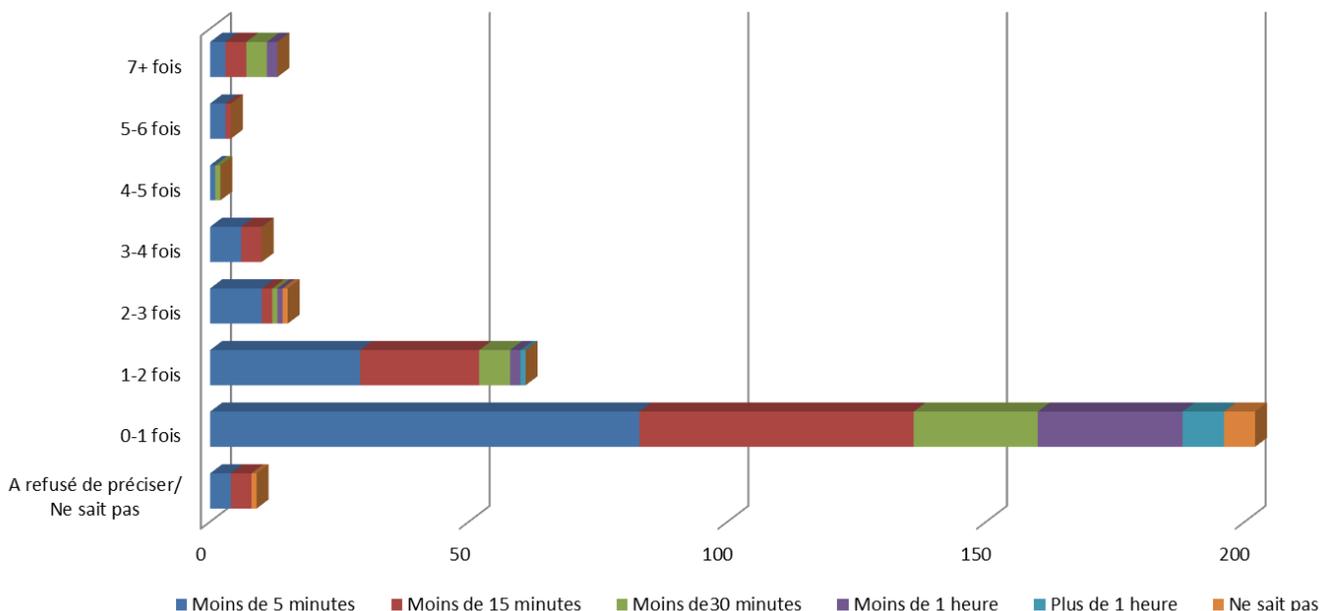
Les résultats ont indiqué qu'il n'y avait aucune corrélation démontrant que les commerçants habitant tout à côté de leur établissement financier étaient plus susceptibles de s'y rendre fréquemment. Les institutions financières qui souhaitent servir des pourcentages plus élevés de communautés marchandes, s'inquiètent d'une plus grande congestion de la succursale et de la gestion de trésorerie de liquidité. Toutefois, la majorité des commerçants détenteurs de comptes (64 %) visitent leur établissement financier entre 0 et 1 fois par semaine. Un petit pourcentage (4 %) des commerçants se rendent dans leur établissement financier tous les jours, malgré leur temps de déplacement.



Il est évident que la majorité des commerçants visite leur institution financière ou moins 2 deux fois par semaine. Lorsque cela est comparée à la distance des commerçants à leur institution financière, la majorité des commerçants étaient à 5 minutes de leur institution financière. Ainsi, étant à proximité d'une institution financière, ne signifie pas nécessairement que les marchands sont intéressés à faire de fréquentes petites transactions monétaires. De même les commerçants qui sont à 30 minutes ou plus de leur institution financière, visitent avec presque la même régularité que ceux qui sont à cinq minutes.

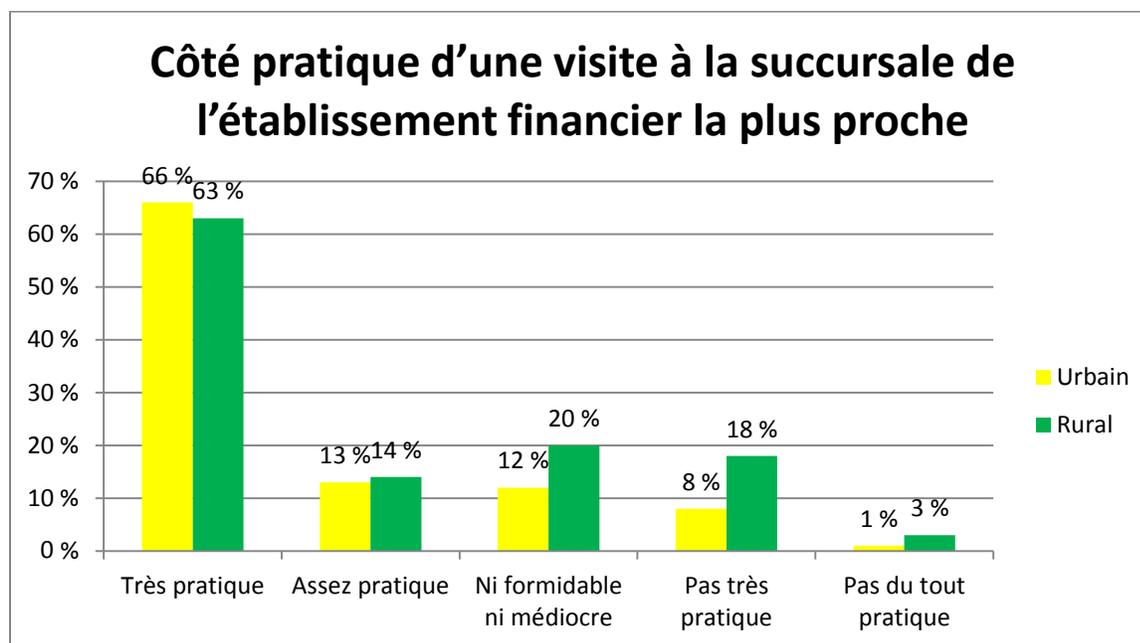
Ceci est important car il reflète le fait que la plupart des commerçants utilisent les institutions financières à proximité de leur maison et de leur entreprise, mais l'encombrement rencontré par de nombreuses institutions financières pour les petites transactions monétaires n'est probablement pas le résultat de la présence des commerçants

Durée du trajet pour se rendre à l'institution financière comparée à la fréquence des visites hebdomadaires



Utilité de visiter une succursale

En règle générale, 63 % des commerçants des zones rurales détenteurs de comptes, et 66 % des commerçants des zones urbaines considèrent les succursales de leur établissement financier très pratiques.



Les données concernant les commerçants détenteurs de comptes indiquent que les commerçants ne comptent pas uniquement sur les visites aux succursales pour gérer leurs finances, mais s'y rendent au besoin lorsque la situation le permet. Ainsi, ces commerçants deviennent de parfaits candidats pour essayer de nouvelles technologies permettant de réduire leurs visites aux succursales, sans oublier toutefois que leur succursale se trouve à proximité au cas où un soutien ou un service supplémentaire serait nécessaire.

Facteur de confiance

Les entreprises qui ont accès à un compte financier ont exprimé clairement leur confiance dans le système financier. Lorsqu'on leur demande s'ils font confiance aux établissements financiers pour prendre soin de leur argent, 91 % du total des répondants ont répondu par l'affirmative. Un niveau de confiance légèrement plus élevé existe parmi les commerçants informels et les commerçants urbains (92 %), et un niveau de confiance légèrement moins élevé parmi les commerçants formels (87 %) et les commerçants ruraux (85 %).

	Pensez-vous que votre argent est en sécurité dans l'établissement financier dans lequel vous disposez d'un compte ? Réponse affirmative.	
	Catégorie	Oui
Type d'entreprise	Formel	87 %
	Informel	92 %
Emplacement	Urbain	92 %
	Rural	85 %

Les résultats démontrent que 61 % de l'ensemble des entreprises et des commerçants font confiance en théorie à un établissement financier plutôt qu'à un opérateur mobile en ce qui concerne les services d'argent mobile, en particulier 75 % des entreprises formelles. En ce qui concerne les commerçants informels, 57 % des entreprises informelles font confiance à un établissement financier plutôt qu'un opérateur mobile. Aucune différence n'est démontrée au niveau de la préférence au cours de l'analyse des données par les commerçants urbains versus commerçants ruraux.

	En général, à quelle institution faites-vous le plus confiance au niveau du service d'argent mobile ?					Total
	Catégorie	Établissement financier	Opérateur de réseau mobile	Autre	Aucune réponse	
Type d'entreprise	Formel	75 %	18 %	2 %	5 %	100 %
	Informel	57 %	35 %	3 %	5 %	100 %
Emplacement	Urbain	61 %	31 %	3 %	5 %	100 %
	Rural	61 %	31 %	3 %	5 %	100 %

Étant donné ces réponses, il semble qu'offrir des comptes d'argent mobile par des établissements financiers de confiance au lieu de sociétés de téléphonie mobile est une option préférable pour la plupart des commerçants, mais un groupe de 35 % de commerçants informels et 18 % des commerçants formels préfèrent faire confiance à un compte d'argent mobile avec un opérateur mobile.

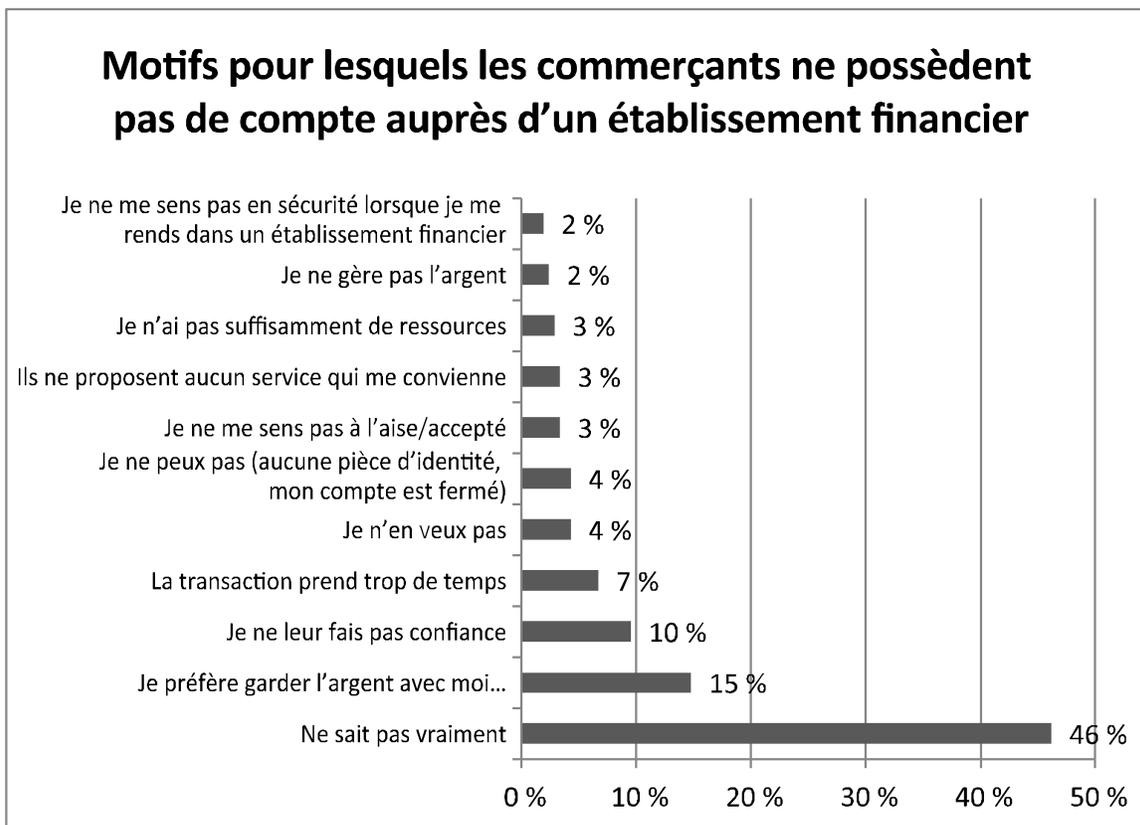
En outre, en ce qui concerne l'inclusion financière parmi les commerçants, il est important de savoir que 60 % des commerçants détenant des comptes formels dans des institutions financières sont généralement satisfaits du service qu'ils reçoivent, du côté pratique des succursales à proximité et de la durée du déplacement en direction de et en provenance des succursales. Ils ont développé un solide niveau de confiance avec leur établissement financier et sont persuadés que l'argent détenu dans leurs comptes épargnes est sécurisé. **Toutefois, sur 526 commerçants interrogés, 210 (40 %) ne sont pas bancarisés ou mal desservis.** C'est la partie de la population pour laquelle il est à espérer que la banque mobile peut fournir l'inclusion et l'accès aux services financiers par le biais de technologies mobiles.

Section III. Exclusion financière : Motivations et comportements des personnes non bancarisées

Qu'est-ce qui empêche les commerçants non bancarisés de détenir un compte et de continuer à opérer en utilisant uniquement des espèces ? Sur les 526 commerçants, 210 (40 %) ne sont pas bancarisés et par conséquent sont considérés comme financièrement exclus. Lorsqu'ils sont divisés par département, les commerçants de l'Ouest et du Nord-Ouest sont plus susceptibles de ne pas avoir de compte, et 54 % de tous les commerçants de l'Ouest ne détiennent pas de compte auprès d'un établissement financier et 51 % de tous les commerçants du Nord-Ouest ne détiennent pas de compte. Alors que le Nord-Ouest est plus isolé et compte moins d'établissements financiers, l'Ouest propose aux commerçants une variété d'options, et malgré tout, la moitié des commerçants de cette zone, malgré l'accès, favorisent toujours les liquidités dans le cadre de leurs habitudes financières.

Les motifs pour lesquels les commerçants ne détiennent pas de compte auprès d'un établissement financier

Pour mieux comprendre pourquoi ces commerçants ne sont pas bancarisés, les commerçants ont été invités à fournir leur propre réponse sur les motifs de leur non-bancarisation. Leurs réponses ont ensuite été groupées sur la base de réponses identiques. Sur les 210 commerçants non bancarisés, 46 % ne savent pas vraiment pourquoi ils ne détiennent pas de compte. 15 % préfèrent gérer leur argent eux-mêmes, 10 % ne font pas confiance aux établissements financiers, 7 % estiment qu'effectuer une transaction dans un établissement financier prend trop de temps, et 4 % déclarent que les établissements financiers ne proposent pas de services pouvant leur être utiles. Quant au reste, seuls deux commerçants ont indiqué qu'ils sont trop loin, cinq d'entre eux n'ont aucune identification valide (nécessaire pour l'ouverture d'un compte), cinq qu'ils n'ont pas besoin de gérer leur argent, quatre qu'ils ne se sentent pas en sécurité et le reste ont fourni des motifs uniques qui n'ont pas été répétés par les autres. Ces petits cas isolés sont mentionnés dans le tableau ci-dessous, car bien qu'ils semblent insignifiants parmi l'échantillon des 526 commerçants, lorsque la population entière est prise en compte, ces réponses peuvent représenter un pourcentage plus élevé des commerçants, en particulier ceux qui se trouvent dans des zones rurales.

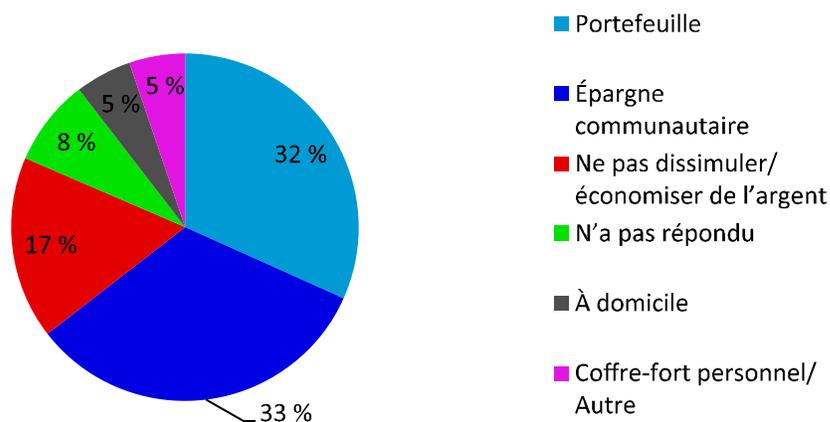


Les établissements financiers doivent envisager de rechercher les obstacles des commerçants en plus de détail. Peu de commerçants de cet échantillon mentionnent la distance comme un obstacle aux établissements financiers, mais il est évident qu'il existe des zones à Haïti qui ne comptent aucun établissement financier ou des services financiers limités. Un grand nombre de ces obstacles sont liés à la perception que les établissements financiers devront dépasser à l'aide de recherches supplémentaires au sein de leurs communautés. Quant aux 7 % qui pensent que les transactions prennent trop de temps, il s'agit d'un obstacle abordable que les établissements bancaires peuvent suivre, mesurer et améliorer.

Où les commerçants non bancarisés conservent leur argent

La plupart des commerçants non bancarisés auprès d'une institution formelle conservent l'argent dans un programme d'épargne communautaire (33 %) ou conservent leur argent dans leur portefeuille (32 %). 17 % ont indiqué qu'ils n'épargnent pas/dissimulent leur argent. 8 % ont préféré ne pas répondre, alors que 5 % gardent leur argent chez eux ou sous leur matelas, et 5 % le conservent dans un coffre-fort personnel ou autre méthode.

Méthodes utilisées par les commerçants pour protéger leur argent sans compte



En sachant que presque le même pourcentage de commerçants non bancarisés préfèrent un programme d'épargne communautaire plutôt qu'un portefeuille, on comprend que le désir d'épargner existe, mais ces commerçants se situent peut-être au bas de l'échelle économique et ont besoin d'aide pour pénétrer dans le monde des services financiers. Les organisations non gouvernementales (ONG) axées sur des programmes d'épargne communautaire peuvent collaborer avec les caisses populaires et les IMF pour permettre à ce secteur de commerçants de passer de l'épargne communautaire à l'épargne individuelle au fil du temps par l'intermédiaire des technologies de comptes mobiles.

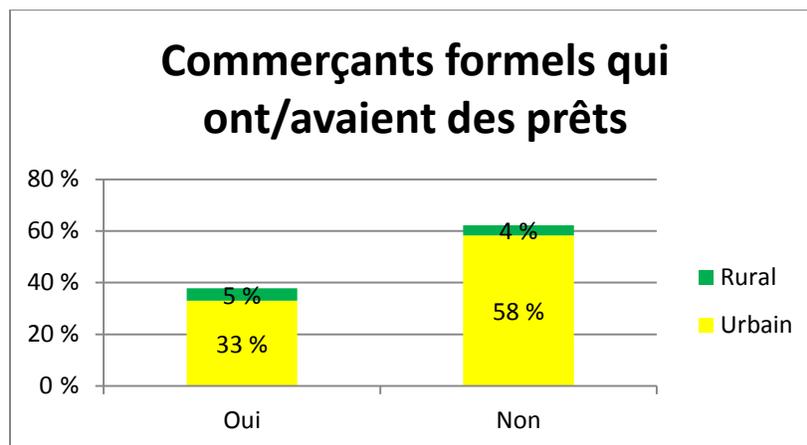
Comment les comptes mobiles peuvent favoriser l'inclusion financière

Spécifiques aux obstacles mentionnés par les commerçants non bancarisés, les comptes mobiles offrent une opportunité de servir les personnes mal desservies. Le désir d'épargner existe parmi les commerçants non bancarisés, mais le montant que certains commerçants détiennent à des fins d'épargne n'est pas suffisant pour de nombreux établissements financiers. Pour un grand nombre des personnes mal desservies, les technologies mobiles proposent une méthode d'augmentation de l'alphabétisation financière et d'amélioration des comportements d'épargne au fil du temps. L'une des façons consiste à améliorer l'option d'épargne communautaire par le biais de virements P2P et de comptes de groupe. Alors que les membres du groupe d'épargne communautaire prouvent leur capacité à contribuer régulièrement, les établissements financiers peuvent travailler pour établir des microprêts au fur et à mesure que la confiance en leur capacité de se conformer aux exigences de paiement augmente. Les utilisateurs qui dépendent de leurs portefeuilles, et stockent leur argent à domicile sous le matelas, ou laissent leurs espèces dans d'autres endroits secrets, sont susceptibles d'adopter un compte mobile, tant que leur argent numérique est

facilement disponible Les comptes mobiles, comme indiqué plus tard dans l'enquête, sont considérés comme sûrs pour stocker des financements.

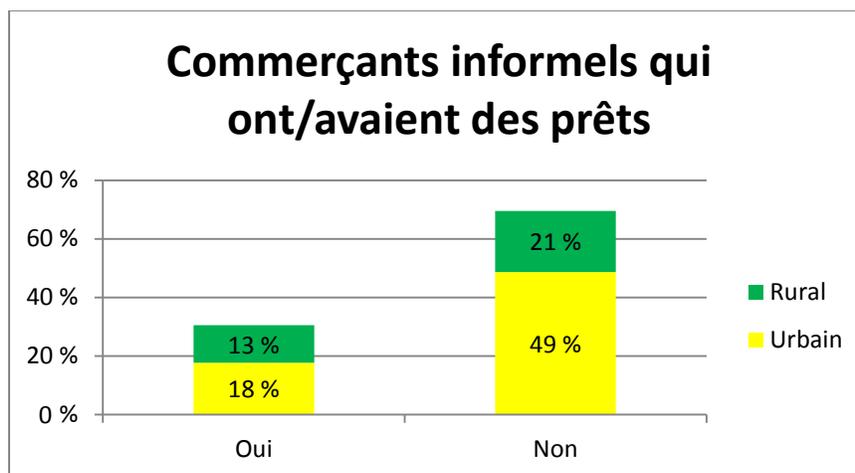
Section IV. Services de crédit et Prêts des commerçants

Au-delà des comptes d'épargne, les commerçants devaient également parler de leurs expériences avec les prêts. Lorsqu'on leur pose la question, 62 % (79) des commerçants formels ont indiqué ne pas détenir ou n'avoir jamais détenu de prêt et 38 % (48) des commerçants formels en ont un ou en ont eu un. Dans le secteur formel, 88 % des 38 % des commerçants qui ont ou ont eu des prêts se situent dans les zones urbaines, et 12 % se trouvaient dans les zones rurales, alors que 94 % des 62 % sans prêt se situent dans les zones urbaines par rapport aux 6 % des zones rurales.



En outre, sur les 48 répondants formels détenant des prêts, 23 % étaient des femmes et 77 % des hommes.

Sur les commerçants informels, 69 % (276) ne détiennent pas ou n'ont jamais détenu de prêt, alors que 30 % (121) ont eu ou ont un prêt, et moins de 1 % (2) n'ont pas souhaité répondre. Parmi les commerçants informels qui détiennent ou détenaient des prêts, 42 % étaient des ruraux et 58 % des urbains, par rapport aux 30 % des commerçants ruraux sans prêt et 70 % des commerçants urbains sans prêts.



En outre, sur les 121 répondants informels détenant des prêts, 36 % étaient des femmes et 64 % des hommes.

Un récapitulatif des commerçants ayant eu des prêts et réparti par catégorie commerciale, domaine et zone, est présenté ci-dessous :

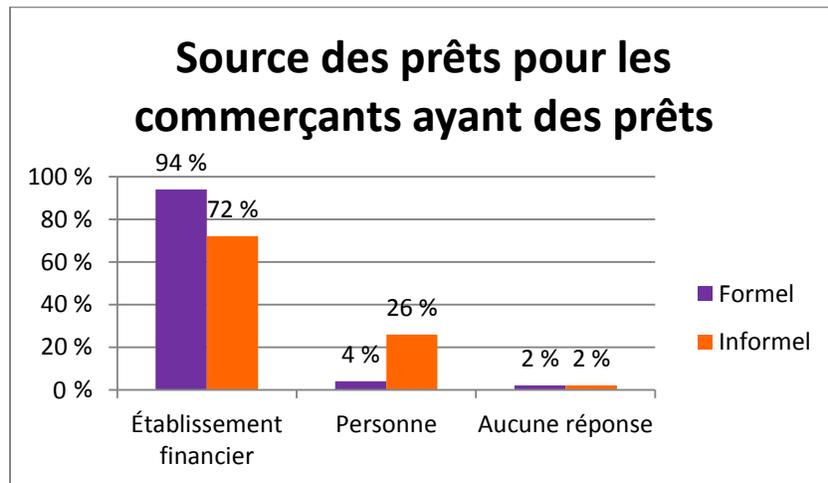
		Détenez-vous actuellement ou avez-vous déjà détenu un prêt ?
		Oui
Catégorie d'entreprise	Formel	38 %
	Informel	30 %
Zone	Urbain	29 %
	Rural	39 %
Zone	Zone métropolitaine	29 %
	Grand nord	21 %
	Grand centre	40 %
	Grand sud	39 %

Source des prêts

Concernant l'ensemble des répondants, seuls 132 commerçants interrogés (25 %) ont des prêts ou ont eu des prêts auprès d'une institution financière. Trente-trois commerçants (6 %) ont obtenu des prêts auprès d'individus, et le 1 % restant n'a pas souhaité donner une réponse.

Dans le secteur informel, 72 % des commerçants avec des prêts les ont obtenus auprès d'une institution financière, 26 % auprès d'une personne et 2 % n'ont pas souhaité répondre.

Dans le secteur formel, 94 % des commerçants ont obtenu des prêts auprès d'institutions financières, alors que 4 % ont obtenu des prêts auprès d'un individu et seuls 2 % n'ont pas souhaité révéler leur source de financement.



En ce qui concerne les commerçants formels et informels ayant des prêts, ceux-ci sont susceptibles d'obtenir un prêt auprès d'un établissement financier où ils ont leur compte-épargne.

Institutions financières proposant des prêts les plus populaires

Lorsqu'on demande aux commerçants quelles sont les institutions qui ont fourni le prêt, contrairement aux comptes épargnes, la tendance penchait du côté des organismes de prêt et des IMF plutôt que des banques.

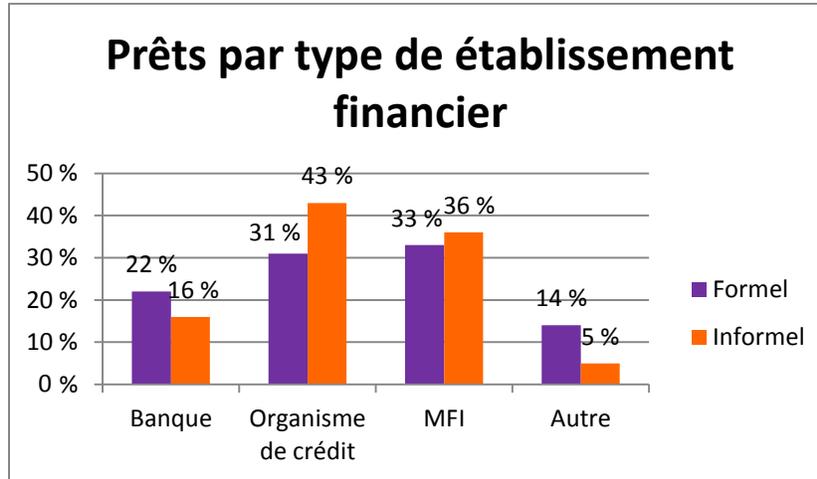
Parmi les 45 commerçants formels ayant obtenu des prêts auprès d'un établissement financier, 31 % ont obtenu des prêts auprès d'une IMF, 33 % auprès d'un organisme de crédit et 22 % auprès d'une banque. 13 % supplémentaire n'ont pas souhaité répondre à la question. Parmi les commerçants formels, les institutions les plus souvent mentionnées sont les suivantes :

- Banques : Capital Bank, Unibank, Sogebank
- Caisses populaires : Capaj, Cotem
- IMF : MCN, Acme, Sogesol, et Fonkoze

Parmi 121 commerçants informels ayant obtenu des prêts auprès d'un établissement, 43 % ont obtenu des prêts auprès d'un organisme de crédit, 36 % auprès d'une IMF, 16 % auprès d'une banque, et 5 % ont des prêts auprès d'une organisation différente ou ne savaient pas auprès de quelle institution. Parmi les commerçants informels, les institutions les plus souvent mentionnées sont les suivantes :

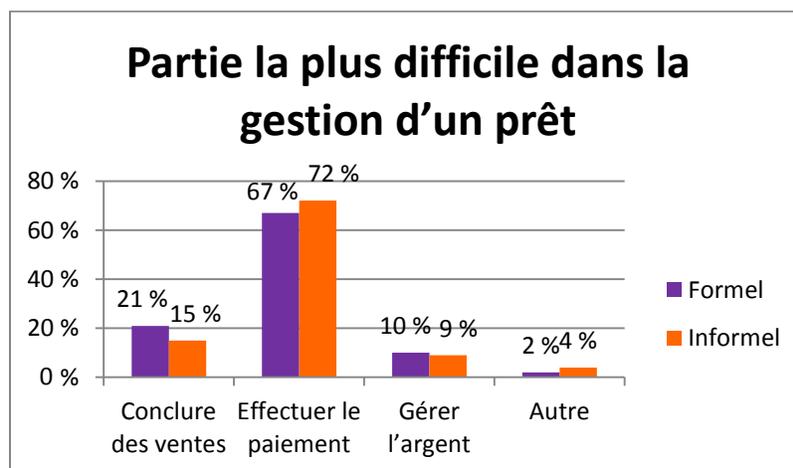
- Banques : Unibank, Sogebank, BNC

- Caisses populaires : Succes, Caposac, Socolavim, Coopeclas
- IMF : Acme, Sogesol, MCN, et Fonkoze



Difficulté dans la gestion des prêts

Bien que la majorité des commerçants avec des prêts pensent que ceux-ci ne sont pas difficiles à gérer, les commerçants du secteur formel et informel sont tombés d'accord sur les trois aspects les plus difficiles de la gestion d'un prêt : 67 % des commerçants formels et 72 % des commerçants informels pensaient que les prêts étaient difficiles à gérer, que le paiement constituait la partie la plus difficile et qu'il faisait en quelque sorte partie du processus. D'autres questions soulevées par les commerçants comprenaient les ventes permettant de gagner les revenus nécessaires au remboursement du prêt, la gestion des fonds une fois reçus et la réception d'un prêt de taille adéquate.



En prenant en compte les services financiers mobiles, les processus utilisés actuellement par les institutions financières peuvent être améliorés grâce à la technologie. Le processus de paiement d'un prêt peut devenir plus facile pour l'emprunteur et le prêteur. En outre, les

outils de gestion, les rappels et les traqueurs peuvent faire partie des applications permettant de favoriser l'institution financière assurant le suivi des prêts et les taux de remboursement, tout en aidant les commerçants à mieux gérer leurs fonds et comprendre comment leurs prévisions de ventes actuelles affecteront de manière positive ou négative la probabilité d'un paiement dans les délais. La technologie peut suivre les tendances et supprimer les approximations liées aux décisions d'octroi de nouveaux prêts, et prévoir la probabilité du remboursement des prêts dans les délais.

Programme de prêts des commerçants

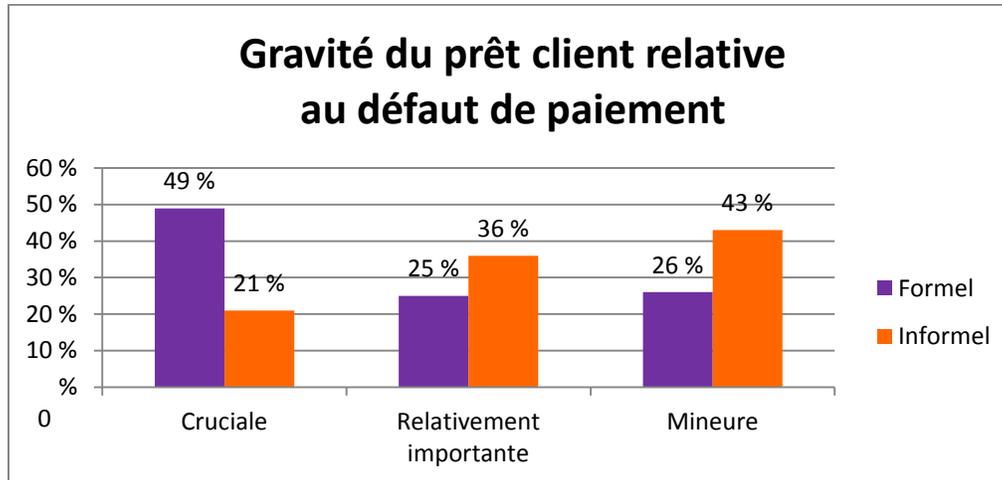
En plus de l'adoption des habitudes des commerçants, on a découvert que des habitudes de prêts intéressantes existent également. Au total, 66 % des répondants ont déclaré que parfois ils prêtent de l'argent à leurs clients ou leur offrent un crédit. 66 % des commerçants informels et 68 % des commerçants formels prêtent de l'argent ou offrent des crédits à leurs clients. On a également identifié que 68 % de tous les commerçants des zones urbaines et 61 % de tous les commerçants des zones rurales prêtent de l'argent ou offrent des crédits à leurs clients.

		Prêtez-vous parfois de l'argent à vos clients ? Ou offrez-vous des articles à crédit ?
		Oui
Type	Formel	68 %
	Informel	66 %
Emplacement	Urbain	68 %
	Rural	61 %
Zone	Zone métropolitaine	52 %
	Grand nord	66 %
	Grand centre	71 %
	Grand sud	75 %
Échantillon total		66 %

Toutefois, les prêts ou les marchandises offerts aux clients sans recevoir de paiement immédiat entraînent des problèmes pour certains commerçants. 91 des commerçants formels (72 %) déclarent prêter de l'argent ou des marchandises aux clients, toutefois parmi ceux qui prêtent, 72 (80 %) ont déclaré rencontrer des problèmes de paiement. Parmi ceux qui signalent des problèmes de non-paiement, 49 % déclarent que le non-paiement est une question cruciale, 25 % déclarent que cette question est relativement importante et 26 % déclarent que la question est mineure.

287 des commerçants informels (72 %) déclarent prêter de l'argent ou des marchandises aux clients, toutefois parmi ceux qui prêtent, 246 (86 %) ont déclaré avoir des problèmes de paiement. Parmi ceux qui rapportent des problèmes de non-paiement, 21 % déclarent que

le non-paiement est une question cruciale, 36 % déclarent que cette question est relativement importante et 43 % déclarent que la question est mineure.



Avec tant de commerçants jouant le rôle de prêteurs d'institutions financières et de prêteurs informels auprès des clients, il existe une chaîne de valeur solide qui pourrait être exploitée à l'avantage des institutions financières et des prestataires de solutions mobiles qui souhaitent développer leurs services dans des prêts mobiles. À la place des virements P2P, il existe un besoin plus important pour les prêts P2P.

Section V. Comprendre les entreprises des commerçants

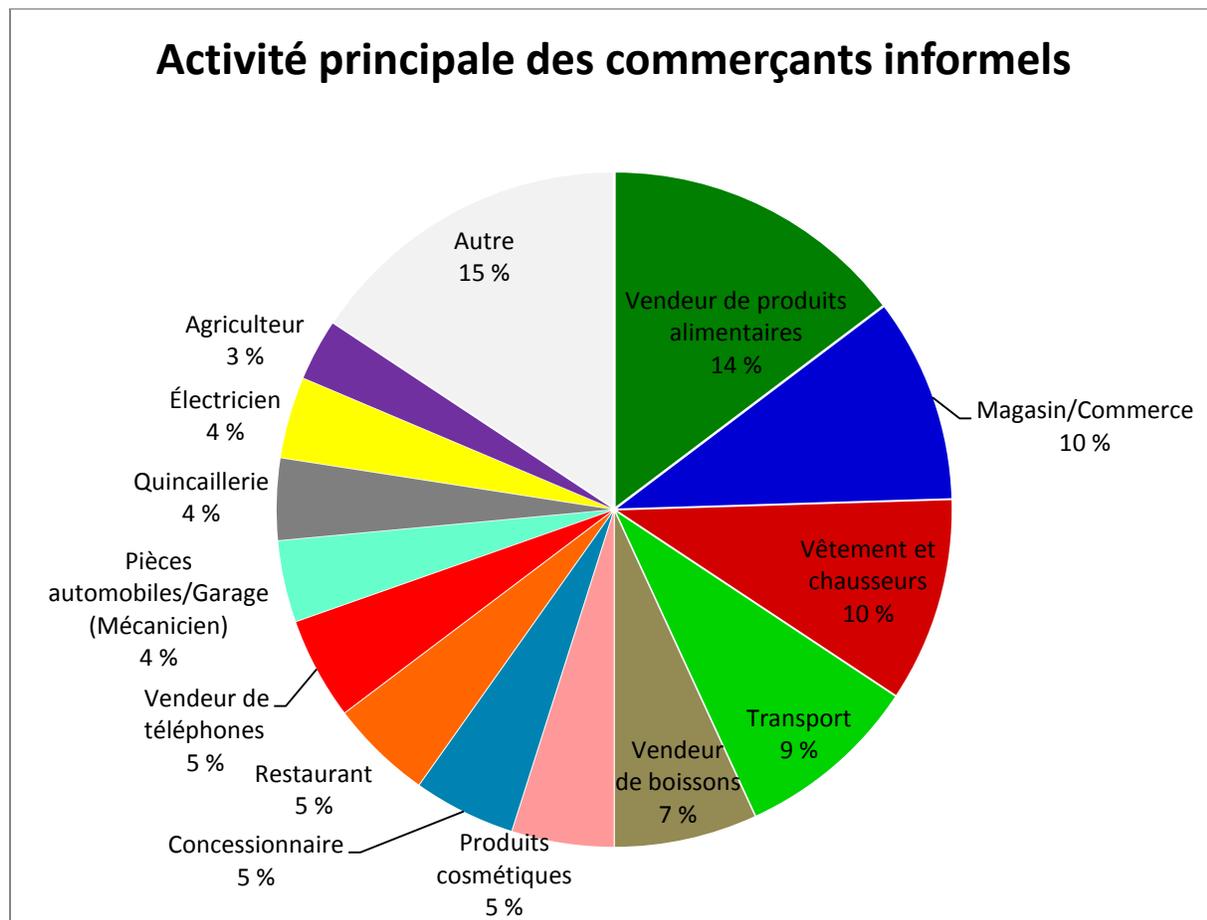
Au sein de la catégorie des commerçants formels et informels, les sous-catégories ont été définies pour permettre de comprendre les besoins et demandes catégorisés sur la base du type d'entreprise ou de service. Le tableau ci-dessous indique la composition détaillée des entreprises formelles et informelles.

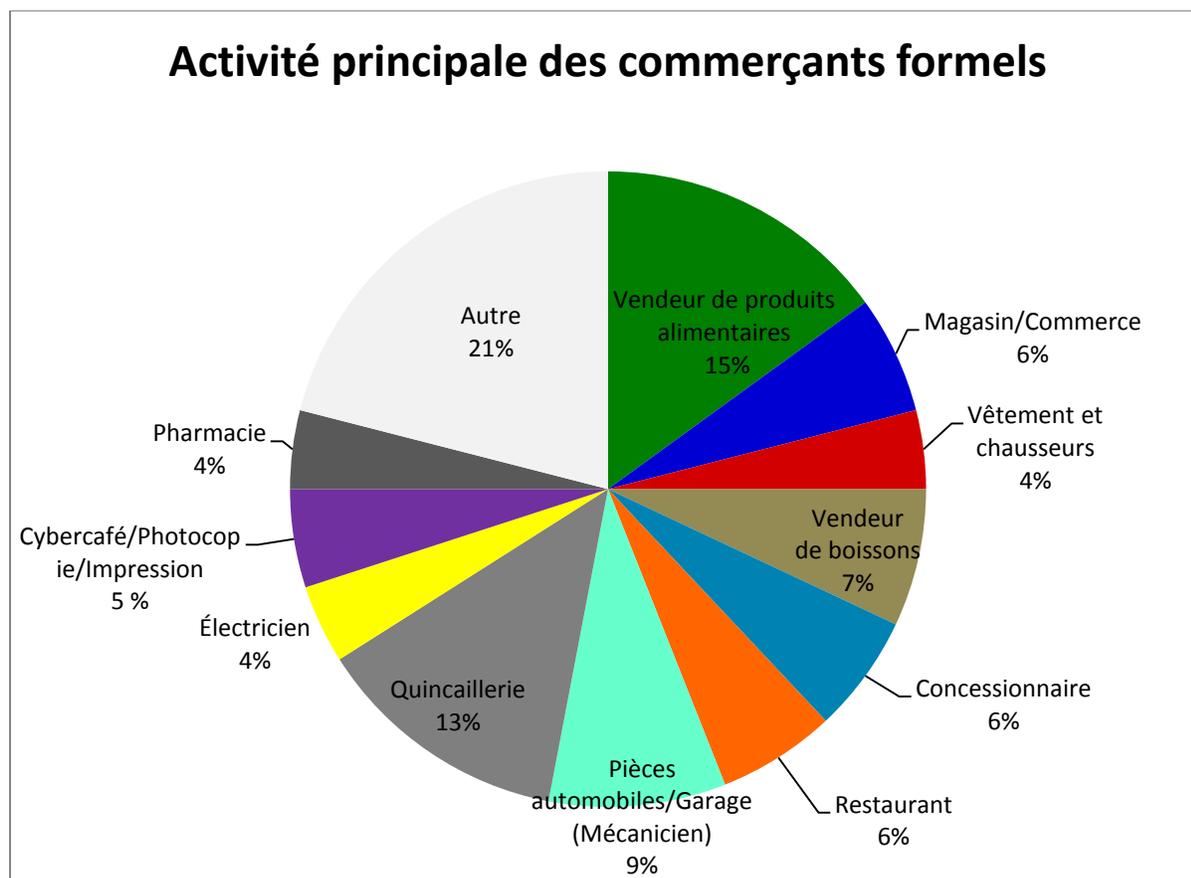
Type de commerçant		Domaine d'activité		
		Urbain	Rural	Total
Formel	Revendeurs/Négociants de marchandises	6	2	8
	Transport	2	0	2
	Importateurs/Exportateurs	11	0	11
	Prestataires de services professionnels	24	2	26
	Détaillants/Épicerie/Quincaillerie	73	7	80
	Total	116	11	127
Informel	Revendeurs/Négociants de marchandises	225	111	336
	Agriculteurs/Producteurs alimentaires	5	11	16
	Transport	33	12	45
	Autre	2	0	2
	Total	265	134	399
TOTAL DES ENTRETIENS		381	145	526



Activité commerciale principale des commerçants interrogés

L'activité commerciale principale des répondants est la revente de produits. 15 % des répondants des secteurs formels et informels vendent des produits alimentaires, 10 % des agents informels vendent des vêtements et des chaussures, 13 % des entreprises formelles sont des quincailleries. Toutefois, la part des activités de service n'est pas négligeable : 9 % du secteur informel est consacré au transport et 9 % du secteur formel propose des pièces automobiles et des services auto mécaniques. Les types d'entreprises détenues par les personnes interrogées sont récapitulés dans les tableaux ci-dessous.





Nombre d'employés

Seuls 30 % des entreprises ont des employés ou du personnel. Dans le secteur informel, seuls 20 % ont un ou plusieurs employés en dehors d'eux-mêmes, alors que 61 % des entreprises formelles ont des employés. Les commerçants formels ont trois fois plus de chance d'avoir des employés, avec 78 % des commerçants informels qui travaillent pour eux. Les hommes sont également plus susceptibles d'avoir des entreprises avec des employés avec 35 % des hommes rapportant avoir des employés et seulement 22 % des femmes rapportant avoir des employés. On note que la zone rurale indique le taux de réponse le plus élevé avec des entreprises gérées uniquement par le propriétaire (74 %) et ceux de la région sud obtiennent le niveau le plus élevé avec 80 %.

		Avez-vous des employés ou d'autres personnes travaillant pour votre entreprise ?			
		Oui	Non	Aucune réponse	Échantillon du total des entreprises
Type	Formel	61 %	39 %	0 %	127
	Informel	20 %	78 %	2 %	399
Emplacement	Urbain	32 %	66 %	1 %	381
	Rural	24 %	74 %	2 %	145

Sexe	Homme	35 %	63 %	2 %	186
	Femme	22 %	78 %	0 %	338

**Dans certains cas, le pourcentage total des oui ou des non ne totalise pas 100 % en raison des réponses manquantes au sein de l'échantillon général. Ceux qui ont préféré ne pas répondre sont indiqués dans la colonne « Aucune réponse ».*

Très peu de commerçants interrogés ont indiqué avoir plus de quatre employés. Moins de 25 % de tous les types de commerçants comptent plus de quatre employés et la majorité des commerçants ne comptent qu'un ou deux employés salariés.

Nombre d'employés	Type		Emplacement	
	Formel	Informel	Urbain	Rural
1-2	52 %	74 %	61 %	71 %
3-4	23 %	18 %	21 %	18 %
5-6	8 %	5 %	7 %	6 %
7-8	3 %	1 %	3 %	0 %
9-10	7 %	1 %	4 %	3 %
>11	8 %	0 %	4 %	3 %
Total	75	76	117	34

Nombre d'employés	Zone			
	Zone métropolitaine	Grand nord	Grand centre	Grand sud
1-2	63 %	52 %	81 %	64 %
3-4	17 %	30 %	15 %	15 %
5-6	11 %	4 %	0 %	9 %
7-8	2 %	4 %	0 %	0 %
9-10	7 %	2 %	4 %	3 %
>11	0 %	7 %	0 %	9 %
Total	46	46	26	33

Ces informations sont extrêmement utiles ; la plupart des commerçants, en particulier informels, sont les seuls propriétaires de leur entreprise et les commerçants avec du personnel, embauchent de très petits nombres de travailleurs.

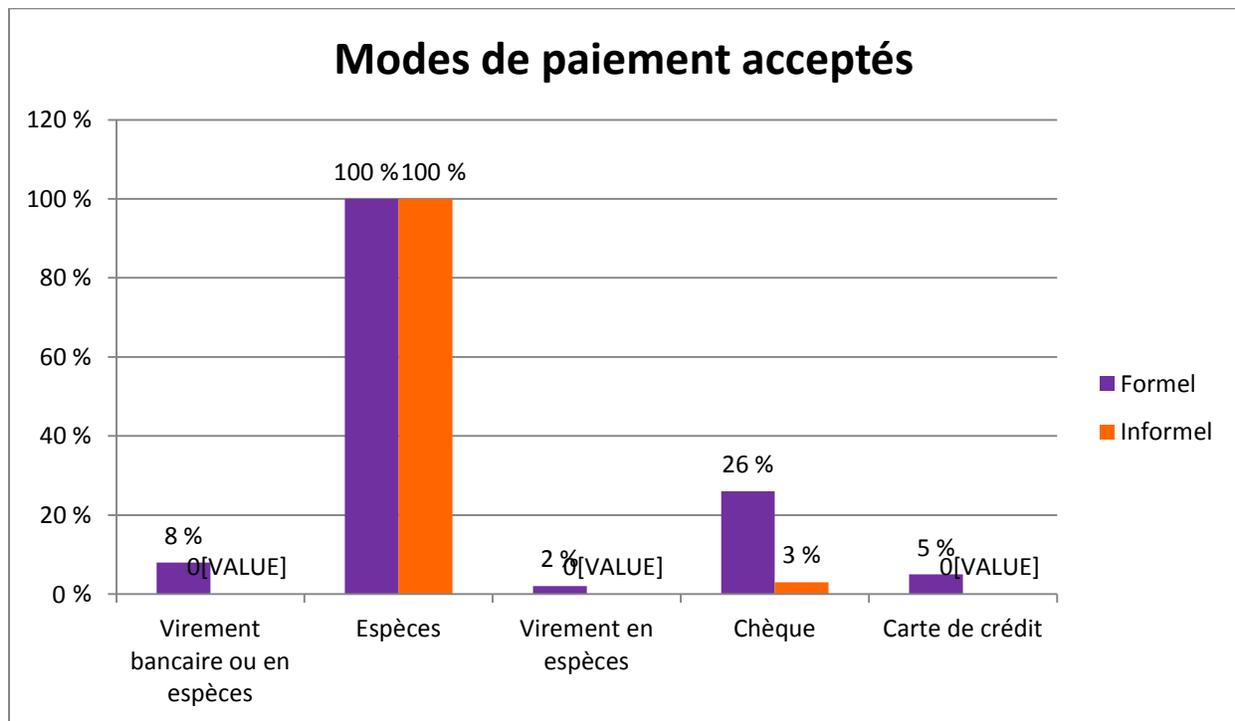
Dans le cadre des services de paie, les petits commerçants ne représentent pas un groupe cible, mais afin de créer des solutions pour les commerçants, la technologie ne doit être vendue qu'à un seul utilisateur. Puisque des solutions mobiles dépendent d'une seule référence de compte, comme le numéro de téléphone mobile, sachant que les commerçants travaillent souvent seuls, cela reste à l'avantage des prestataires de plateformes mobiles souhaitant exploiter ces modèles et comportement.

Méthodes de paiements effectués et acceptés

Les réseaux de commerçants et l'économie haïtienne sont dominés par les liquidités. L'importance accordée aux espèces rend la tâche difficile aux nouvelles solutions qui ont du mal à s'implanter. Pour mieux comprendre cette dominance des liquidités, les commerçants ont été invités à indiquer les méthodes de paiements qu'ils utilisent dans la gestion de leurs entreprises.

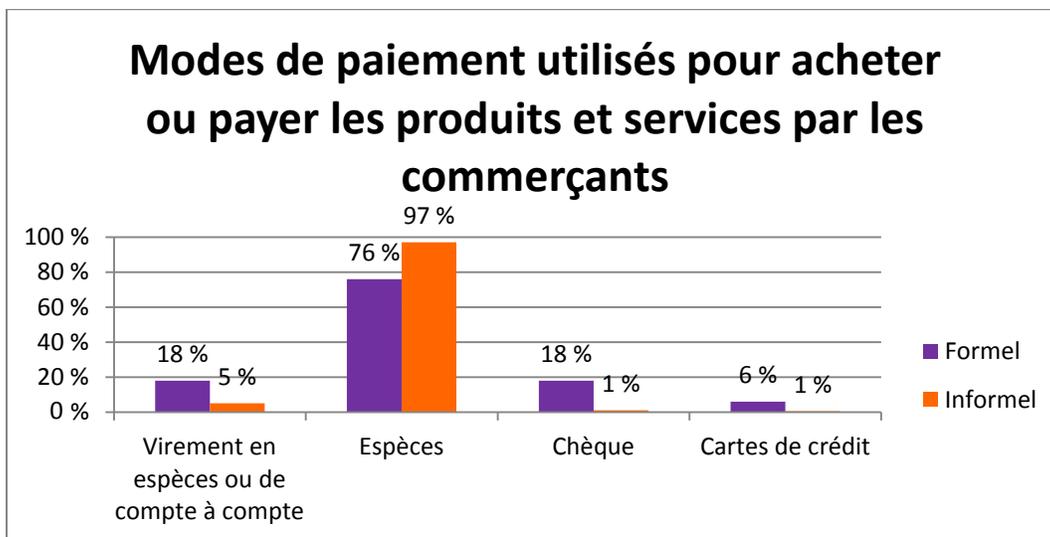
Méthodes de paiement effectué

Il n'est pas surprenant que 100 % des commerçants formels et informels ayant participé à l'enquête acceptent des espèces. Sur les 393 commerçants informels qui ont fourni une réponse, seuls 3 % acceptent des chèques en plus des espèces, mais aucune autre méthode de paiement n'est acceptée. Sur les 125 commerçants formels qui ont fourni une réponse, 26 % supplémentaires acceptent des chèques, 8 % acceptent des virements en espèces ou bancaires et seuls 5 % acceptent les cartes de crédit ou de débit.



Cela démontre que parmi les commerçants, au-delà des espèces, les méthodes de paiement acceptées nécessitent le montant le plus faible de l'infrastructure à soutenir. Les chèques sont aussi faciles à échanger que les espèces, mais nécessitent que les commerçants visitent une succursale pour recevoir leur paiement, et les cartes de crédit et de débit nécessitent des terminaux de points de vente et des relations avec les prestataires du traitement des cartes de crédit.

Au niveau des méthodes, les commerçants eux-mêmes utilisent les espèces pour payer les grossistes et pour payer pour les marchandises et services ; les espèces dominent également avec l'utilisation occasionnelle de chèques, de cartes de crédit et de virements. Seuls 119 commerçants formels et 345 commerçants informels ont répondu à cette question. Les commerçants formels dans leurs propres transactions commerciales sont 18 % plus susceptibles d'utiliser des méthodes de paiement autres que les espèces, comme les virements de banque à banque, les virements en espèces ou les chèques. Les cartes de crédit sont encore utilisées comme méthode de paiement, soutenant le point antérieur relatif au fait que l'infrastructure d'Haïti ne prend pas très bien en charge ce mécanisme de paiement.



Afin que les solutions financières mobiles puissent entrer en concurrence avec les espèces, le niveau d'utilité doit être extrêmement élevé et le traitement du paiement doit être très rapide et facile sans avoir besoin d'infrastructures complexes. Les solutions mobiles sont idéales pour atteindre cet équilibre et pourraient facilement dominer les chèques et les cartes de crédit à Haïti, en particulier en raison d'une pénétration si faible des consommateurs ayant accès à ces types de mécanismes de paiement.

Degré de sophistication de la gestion commerciale

L'enquête avait comme objectif de poser des questions approfondies afin de mieux comprendre comment les commerçants dirigent et gèrent leurs entreprises. L'une des questions liées aux finances était de savoir si les commerçants disposaient d'un système formel de suivi des transactions. La plupart des entreprises utilisent un système manuel de comptabilité, à l'aide d'un registre sur support papier pour suivre les transactions ou donner des reçus.

Le registre manuel sur papier est plus commun parmi les commerçants formels, dont 51 % utilisent cette méthode pour suivre leur entreprise plutôt que de compter les espèces à la fin

de chaque journée. Seuls 19 % des commerçants informels utilisent cette méthode comme la manière principale de suivre l'activité de leur entreprise. Les commerçants formels comptent les espèces ou suivent les reçus, la méthode la plus courante. Tandis que seulement 19 % des commerçants formels comptent leurs espèces comme méthode principale de la surveillance des transactions. 15 % des commerçants formels suivent les reçus comme méthode principale de surveillance des transactions, 6 % l'utilisent comme méthode secondaire, et 2 % l'utilisent comme méthode tertiaire.

Les commerçants informels comptent principalement leurs espèces, avec 48 % indiquant qu'il s'agit de leur méthode principale de suivi. 4 % des commerçants informels comptent l'inventaire comme la méthode principale et 1 % l'utilise comme outil secondaire de vérification. 2 % des commerçants informels comptent les reçus comme méthode principale et 4 % utilisent des reçus de comptage comme méthode secondaire.

Une partie considérable, 22 % des entreprises informelles et 6 % des entreprises formelles ne suivent pas leurs transactions.

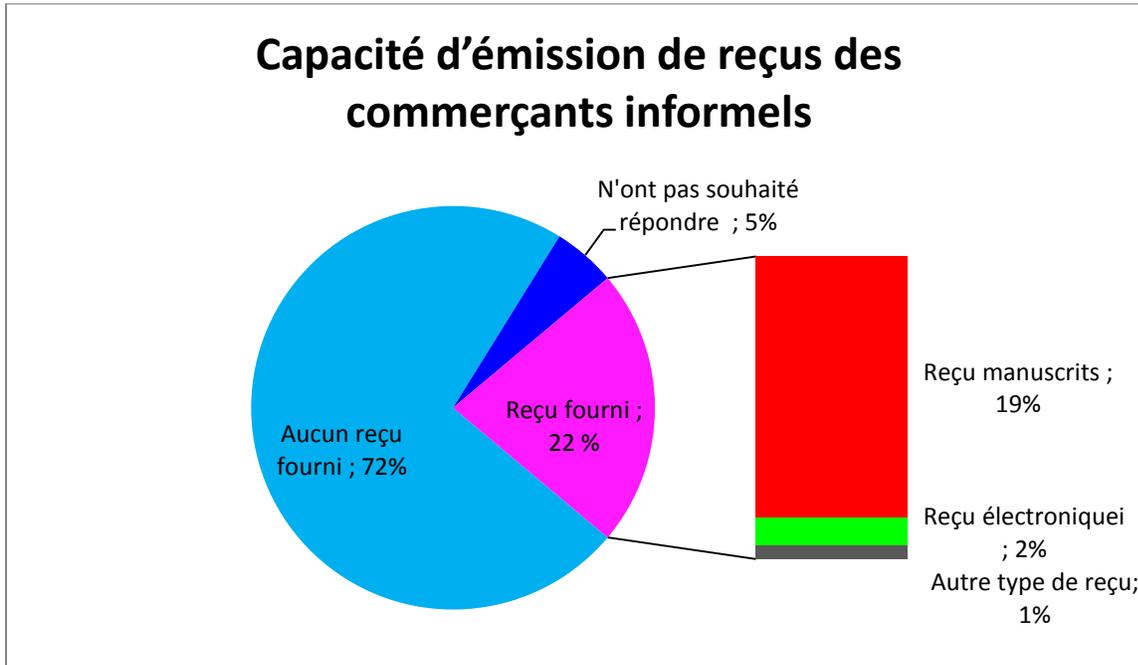
Dans le cadre de systèmes plus avancés, moins de 1 % des entreprises informelles et 6 % des entreprises formelles utilisent un système point de vente électronique.¹⁵

Système de comptabilité existant		Formel	Informel
Pas de comptabilité	Je ne surveille pas	6 %	22 %
Système de comptabilité manuelle	J'utilise un système de comptabilité manuelle	51 %	19 %
	Je compte simplement l'argent	19 %	48 %
	Je compte l'inventaire	2 %	4 %
	Je surveille les reçus	15 %	2 %
Comptabilité électronique	J'utilise un système de point de vente électronique	6 %	1 %
	Aucune réponse	1 %	4 %
	Total	127	399

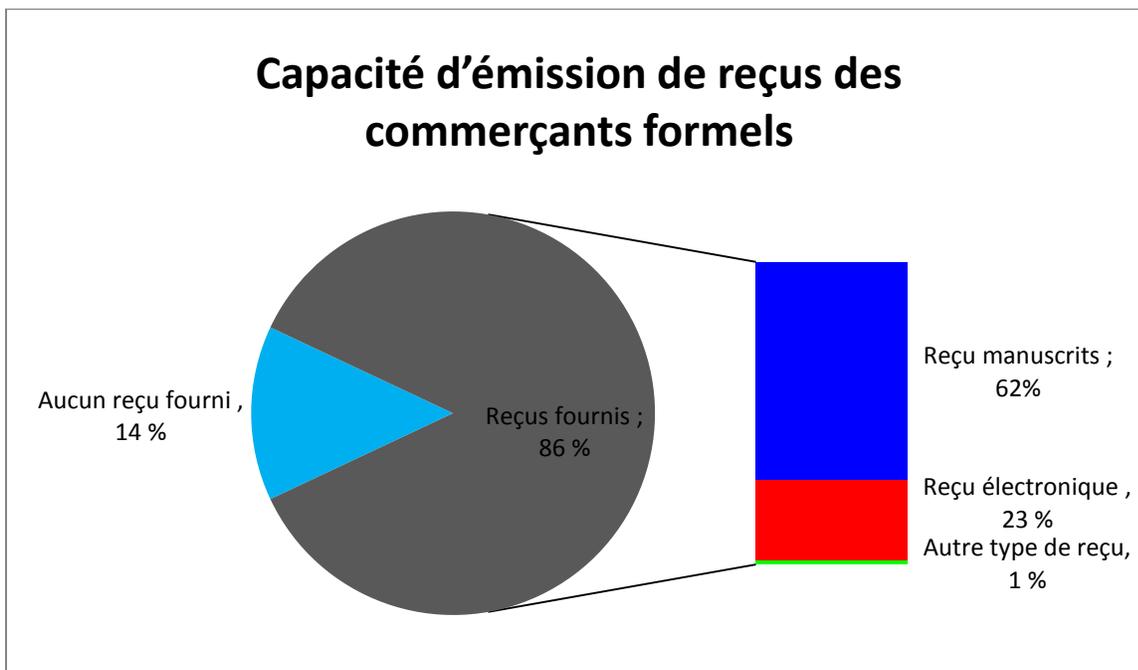
Reçus

Vu le nombre de commerçants utilisant les reçus comme moyens de suivi, il est également important de comprendre combien de commerçants peuvent fournir des reçus aux consommateurs, ou obtenir des enregistrements à des fins commerciales. Sur les 399 commerçants informels, seuls 22 % peuvent fournir des reçus à leurs clients. Sur les 89 commerçants informels qui fournissent des reçus, 85 % proposent des reçus manuscrits, 10 % des reçus électroniques et 5 % n'ont pas souhaité répondre.

¹⁵ Les détails des systèmes utilisés n'ont pas été fournis.



Sur les 127 commerçants formels, 109 (86 %) fournissent des reçus. Sur les commerçants informels qui fournissent des reçus, 72 % proposent des reçus manuscrits, 27 % des reçus électroniques et 1 % n'ont pas souhaité répondre.



Puisqu'un si grand nombre d'entreprises dépendent des reçus papier et des espèces, il n'est pas surprenant que la majorité des entreprises d'Haïti demeurent informelles : le fait

que les commerçants éprouvent des difficultés à enregistrer correctement les transactions quotidiennes peut entraîner des difficultés de gestion, d'inventaire, de bénéfices et retour sur investissement, et risque de rendre presque impossible le paiement des impôts sur le revenu. Les conséquences sur le comportement commerçant et sur la gestion des impôts seront abordées plus tard dans le rapport.

Suivi et inventaire commercial

En plus du contrôle des transactions, un autre composant crucial dans la gestion d'une petite entreprise impliquant la revente des marchandises est le suivi et la gestion de l'inventaire. L'objectif de l'enquête était de comprendre la sensibilisation d'un commerçant quant à son inventaire et la sophistication de ses outils de suivi. 50 % des commerçants informels et 62 % des commerçants formels n'ont pas fourni de réponse concernant la valeur de leur inventaire, soit, car ils ne se sentaient pas à l'aise, soit parce qu'ils ne savaient vraiment pas.

D'après les répondants les valeurs d'inventaire de l'entreprise formelle atteignent en moyennent presque 600 000 HTG (12 766 USD), environ 10 fois plus qu'une entreprise informelle à 60 000 HTG (1 277 USD). Les entreprises formelles des zones urbaines indiquent une valeur d'inventaire moyenne d'environ 600 000 HTG (12 766 USD).¹⁶ On a découvert que les commerçants du Nord et du Centre disposaient d'un inventaire moyen élevé, supérieur à 700 000 HTG (14 894 USD), par rapport à la région métropolitaine qui indique une moyenne de 624 833 (13 294 USD). Le Sud disposait de l'inventaire moyen le plus bas avec 387 083 HTG (8 236 USD). Les commerçants formels des zones rurales ont été incapables de fournir cette information.

Dans les entreprises informelles, l'écart entre les niveaux d'entreprise urbains et ruraux n'est pas très considérable avec une différence inférieure à 10 000 HTG (213 USD). Toutefois, dans ce cas, la région Métropolitaine a indiqué la moyenne d'inventaire la plus basse avec 40 092 HTG (853 USD) et la région Centre a indiqué les niveaux les plus élevés avec 114 583 HTG (2 438 USD).

Alors que les valeurs de l'inventaire sont influencées par les types de produits et de services vendus, les valeurs fournies permettent de présenter aux établissements financiers et prestataires mobiles la valeur possible de ces commerçants comme clients et utilisateurs.

¹⁶ Cela suppose un change d'environ 47 HTG = 1 USD

FORMEL	Emplacement	Total des commerçants	Minimum (HTG)	Maximum (HTG)	Moyenne (HTG)
Emplacement	Urbain	116	2 500	3 772 000	601 410
	Rural	11	S/O	S/O	S/O
Zone	Zone métropolitaine	34	2 500	3 772 000	624 833
	Grand nord	31	50 000	3 500 000	729 427
	Grand centre	21	15 000	2 790 000	728 125
	Grand sud	41	20 000	1 000 000	387 083
INFORMEL	Emplacement	Total des commerçants	Minimum (HTG)	Maximum (HTG)	Moyenne (HTG)
Emplacement	Urbain	265	1 100	750 000	64 409
	Rural	134	900	750 000	73 699
Zone	Zone métropolitaine	90	900	300 000	40 092
	Grand nord	107	2 000	750 000	77 920
	Grand centre	64	2 500	750 000	114 583
	Grand sud	138	1 500	350 000	59 766

Sur la base de ces valeurs, les établissements financiers et les prestataires de plateforme mobile doivent axer des recherches supplémentaires sur la manière dont les services financiers peuvent permettre de minimiser le risque des commerçants lorsqu'ils doivent maintenir des valeurs élevées d'inventaire. Les commerçants ayant des investissements importants dans l'inventaire peuvent constituer des perspectives intéressantes pour des prêts commerciaux, alors que les commerçants avec un inventaire à faible valeur qui donne de bons résultats peuvent devenir des perspectives intéressantes pour les prêts pour petites entreprises auprès d'organismes de crédit et IMF.

Parmi tous les commerçants interrogés, un système de suivi mobile pour des transactions et inventaire constituerait une amélioration par rapport aux méthodes actuelles susceptibles d'être exposées à l'erreur humaine. Puisqu'on sait déjà que la plupart des commerçants ne disposent pas d'une éducation supérieure et de services financiers suffisants, les solutions bancaires mobiles proposent une opportunité unique permettant d'améliorer les vies des commerçants au niveau de la gestion de leur trésorerie. Toutefois, les nouvelles solutions doivent être faciles à utiliser et utiles, sinon la nouvelle technologie sera considérée comme étant plus encombrante, déroutante et dangereuse que leurs comportements coutumiers qui dépendent des liquidités.

Activité des ventes et clients

Une autre façon de mesurer la valeur d'un commerçant auprès d'un établissement financier ou d'un écosystème mobile commerçant consistait à déterminer le niveau des transactions traitées au quotidien et le niveau du trafic pour un type d'entreprise spécifique.

Nombre moyen de clients par jour

Parmi les commerçants interrogés, 41 % des entreprises informelles et 35 % des entreprises formelles reçoivent un maximum de 10 clients par jour. Toutefois, 58 % des entreprises informelles et 65 % des entreprises formelles servent au moins 11 clients, alors que 8 % des entreprises informelles et 17 % des entreprises formelles servent plus de 51 clients par jour. Nombre de clients	Formel		Informel	
	#	%	#	%
1-10	29	35 %	116	41 %
11-20	20	24 %	83	29 %
21-30	8	10 %	30	11 %
31-40	1	1 %	9	3 %
41-50	11	13 %	18	6 %
51 et +	14	17 %	23	8 %
Ne sais pas	0	0 %	4	1 %
Total	83	100 %	283	100 %

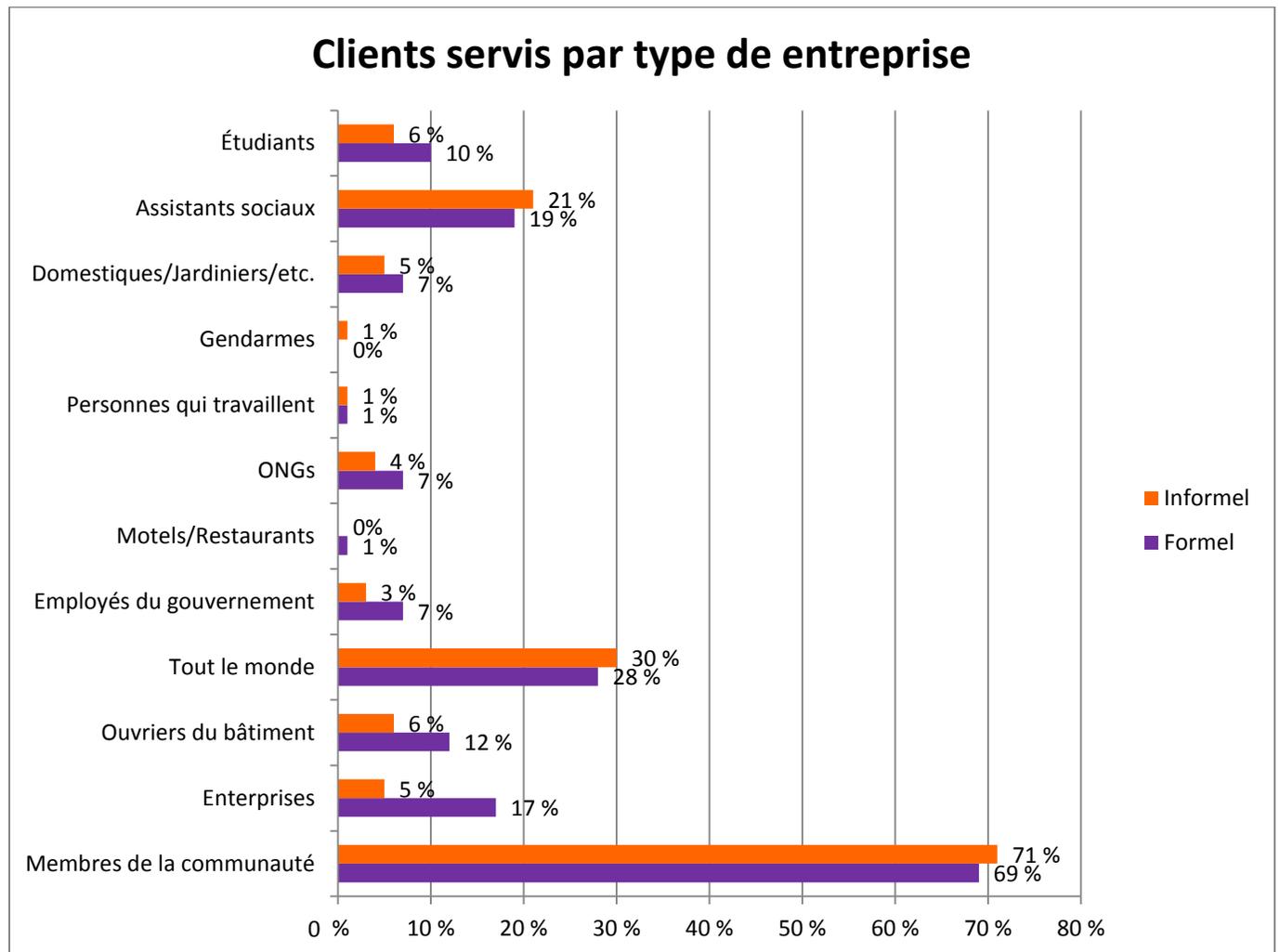
En se concentrant sur les commerçants servant plus de 30 clients par jour, 75 commerçants informels servent plus de 30 clients par jour, et 85 % d'entre eux sont des revendeurs de marchandises et de services avec une répartition quasi égale entre les commerçants urbains et ruraux. Les hommes représentent 72 % des commerçants informels avec plus de clients.

Quant aux commerçants formels, seuls 33 pensent servir plus de 30 clients par jour, parmi ce groupe, 45 % sont des commerçants de quincailleries/épicerie/détaillants. Contrairement au secteur informel, tous les commerçants du secteur formel servant plus de clients se trouvent dans les zones urbaines, mais cette situation peut être liée au groupe d'entrevues. En outre, 73 % des commerçants formels servant plus de 30 clients par jour étaient des hommes.

Données client

Pour mieux comprendre la chaîne d'approvisionnement, les commerçants ont été invités à indiquer qui étaient leurs clients principaux. Les réponses permettent de déterminer la base des consommateurs qui pourrait éventuellement être acquise indirectement comme résultat de l'adoption des solutions commerçantes.

Les commerçants informels et formels vendent principalement des marchandises et services aux membres de leur communauté. Une fois invités à décrire le type de clients qu'ils servent, en règle générale, 69 % des propriétaires d'entreprises formelles et 71 % des propriétaires d'entreprises informelles ont indiqué que les clients sont des membres de la communauté.



Découvrir que la plupart des commerçants servent leurs communautés signifie que leur écosystème est contenu au sein d'une petite zone à proximité de leur lieu de travail. Il s'agit d'un rappel selon lequel si les commerçants disposent de solutions mobiles adaptées à leurs besoins commerciaux, il existe une forte probabilité que ceux-ci puissent commencer à convertir les clients à l'utilisation d'une devise numérique, en supposant que les produits et les solutions soient aussi pratiques ou avantageux pour le commerçant et le client.

Section VI. Comportements et points sensibles des commerçants formels et informels

Gestion de la trésorerie et liquidité

Avec un si grand nombre de commerçants utilisant des comptes d'établissements financiers comme endroit sûr pour stocker et épargner leur argent, des questions supplémentaires ont été posées en vue de comprendre la liquidité des commerçants, et leur perception de la sécurité et de la manipulation de leur liquidité.

Fréquence des dépôts

Dans le secteur formel, sur 127 commerçants, seul 1 commerçant a indiqué qu'il gagnait suffisamment d'argent au cours d'une journée pour justifier le déplacement vers un établissement financier pour effectuer un dépôt. 44 % des commerçants formels ramènent chez eux la trésorerie quotidienne. 20 % des commerçants formels indiquent qu'ils conservent l'argent des ventes de la journée sur leur lieu de travail. 35 % ne se sentaient pas à l'aise pour répondre à la question.

Bien que les établissements financiers ne souhaitent pas encourager plus de circulation dans leurs succursales pour des retraits et dépôts quotidiens, le nombre de commerçants qui prennent des risques en transportant leurs bénéfices en espèces constitue un argument convaincant pour l'utilisation de comptes numériques comme méthode de sécuriser les fonds.

Quant au secteur informel, 73 commerçants sur 399 (18 %) pensent qu'ils gagnent suffisamment d'argent au cours d'une journée pour justifier le déplacement vers un établissement financier pour effectuer un dépôt. Malgré leur volume élevé de transactions, la valeur par transaction est vraisemblablement inférieure. Néanmoins, cela signifie que 82 % des commerçants informels n'ont aucun moyen de stocker leur liquidité en toute sécurité à la fin de la journée.

Au total, 23 % des commerçants pensent qu'ils gagnent suffisamment d'argent au cours d'une journée pour effectuer un dépôt auprès d'un établissement financier, disposant d'un niveau supérieur dans le secteur formel avec 36 %.

Sûreté et sentiment de sécurité au niveau du transport d'argent pour un commerçant

Lorsqu'on leur demande de décrire leur sentiment de sécurité en rentrant chez eux avec la trésorerie, seuls 105 commerçants formels ont voulu répondre à la question. Sur les 105 commerçants qui reconnaissent transporter leur trésorerie eux-mêmes, 55 % se sentent en sécurité, alors que 45 % n'aiment pas transporter des espèces.

Dans le secteur informel, lorsqu'ils sont invités à indiquer dans quelle mesure ils se sentent en sécurité en rentrant chez eux avec des espèces, 387 commerçants sur 399 ont répondu

à la question. Sur les 387, 79 % des commerçants informels se sentaient en sécurité, alors que 21 % n'aiment pas transporter des espèces.

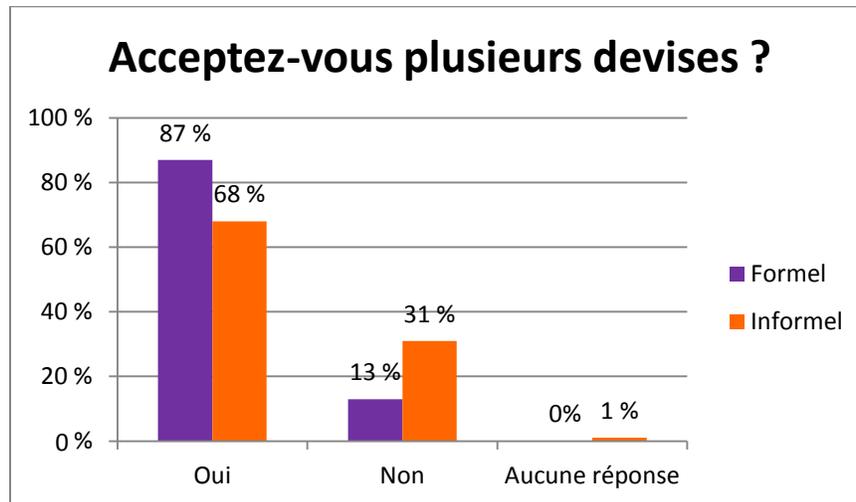
La différence entre les types de commerçants quant à la liquidité et à la sécurité est essentiellement liée au montant des espèces qu'ils manipulent ainsi que leurs environnements. Ceux qui ne se sentent pas en sécurité sont presque également répartis entre les zones rurales et urbaines, et l'impression de sécurité peut être influencée par d'autres facteurs externes qui ne sont pas mesurés dans cette recherche.

Toutefois, l'enquête s'est penchée spécifiquement sur le nombre de commerçants qui ont été dévalisés lorsqu'ils faisaient des affaires ou au cours d'un déplacement de, ou vers leur entreprise. Le cambriolage est une réalité à laquelle 44 commerçants informels sur 399 (11 %) et 26 commerçants formels sur 127 (20 %) ont été confrontés. Tous ces commerçants font des affaires dans des zones urbaines, et ces événements soulignent une préoccupation qui existe dans le segment de la population. Malgré le risque, la plupart des commerçants considèrent toujours que la manipulation et le transport des espèces sont plus pratiques que le déplacement dans un établissement financier pour stocker leurs fonds en toute sécurité.

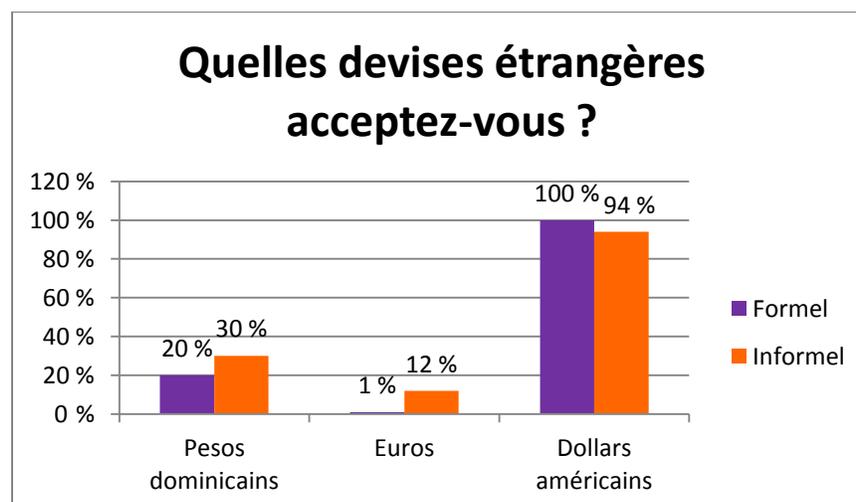
		Pensez-vous que vous gagnez suffisamment d'argent au cours de la journée pour justifier un dépôt d'argent dans un établissement financier ?	Vous sentez-vous en sécurité pendant la journée malgré le montant d'argent que vous transportez ?	Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous rentrez chez vous en transportant de l'argent ?	Avez-vous déjà été dévalisé en exécutant des activités commerciales ? Par exemple, lorsque vous vous rendez à votre travail, dans un établissement financier, quand vous rentrez chez vous, achetez des marchandises
		Oui	Oui	Oui	Oui
Type	Formel	36 %	65 %	46 %	20 %
	Informel	18 %	76 %	77 %	17 %
Zone	Urbain	25 %	73 %	69 %	18 %
	Rural	17 %	74 %	70 %	18 %
Zone	Zone métropolitaine	23 %	60 %	56 %	25 %
	Grand nord	17 %	88 %	79 %	14 %
	Grand centre	29 %	60 %	54 %	19 %
	Grand sud	23 %	79 %	78 %	16 %

Devise

L'instabilité des gourdes haïtiennes peut également encourager le souhait de nombreuses entreprises à accepter de multiples devises. Une fois interrogés, 68 % des commerçants informels et 87 % des commerçants formels ont confirmé qu'ils acceptent de multiples devises.



La devise étrangère la plus populaire est le dollar américain qui est accepté par tous les commerçants formels et 94 % des commerçants informels. En deuxième place se trouve le peso dominicain accepté par 20 % des commerçants formels et 30 % des commerçants informels. L'euro n'est pas si largement accepté, avec seulement 1 % des commerçants formels acceptant la devise comme paiement, et 12 % à peine des commerçants informels acceptant des euros.



Alors que les services financiers se développent et continuent à concurrencer les espèces, posséder des solutions qui soutiennent l'utilisation et la réception de devises multiples



permettra de garantir que les produits et les solutions demeurent aussi pratiques et flexibles que les espèces. La conversion monétaire entre les gourdes haïtiennes et d'autres devises représente également une opportunité pour les parties prenantes de générer un profit sur les services et virements de change. Dans un pays où l'économie est essentiellement soutenue par le biais d'ONG et de l'aide internationale, disposer de produits et de solutions sur le marché qui prennent en charge de multiples devises permettra d'encourager l'adoption sur une échelle locale et mondiale.

Section VII. Intérêt et sensibilisation de la banque mobile

Les commerçants formels et informels sont confrontés à de nombreux défis en dirigeant une entreprise à Haïti. Les développeurs technologiques de finance mobile pensent généralement que les solutions offrant un meilleur contrôle des transactions, une meilleure surveillance et des paiements numériques peuvent réduire les difficultés liées à la gestion des espèces et offrir une plus grande sécurité aux commerçants. En même temps, les prestataires de services financiers souhaitent toucher les commerçants d'Haïti pour stimuler de meilleures habitudes d'épargne et de fournir à long terme des services de crédit à ceux ayant des antécédents de crédit ou une preuve de revenus stables. Si des services financiers étaient proposés pour les commerçants, cette situation pourrait être avantageuse pour les commerçants, les établissements financiers et les prestataires technologiques en réalisant un écosystème sans espèces avec une plus grande utilisation.

Toutefois, la sensibilisation de la banque mobile doit d'abord être diffusée parmi les commerçants et leurs clients. Par conséquent, l'enquête a tenté de mieux comprendre non seulement les perceptions actuelles des commerçants sur les services financiers, mais également d'entamer une conversation autour de la manière dont les technologies mobiles risquent d'avantager leur entreprise ; et sur la base de services potentiels, de recueillir les opinions des commerçants et d'évaluer l'intérêt.

Sensibilisation de la banque mobile

63 % des commerçants ont entendu parler des services de banque mobile. Le plus grand niveau de sensibilisation se trouve parmi les répondants dirigeant des entreprises formelles (75 %), des zones urbaines (65 %) et au sein du Grand centre (75 %).

		Avez-vous entendu parler du service d'argent mobile ?	
		Oui	Nombre d'entreprises
Type	Formel	75 %	127
	Informel	59 %	399
Emplacement	Urbain	65 %	381
	Rural	57 %	145
Zone	Zone métropolitaine	58 %	124
	Grand nord	66 %	138
	Grand centre	75 %	85
	Grand sud	57 %	179
Total		63 %	526

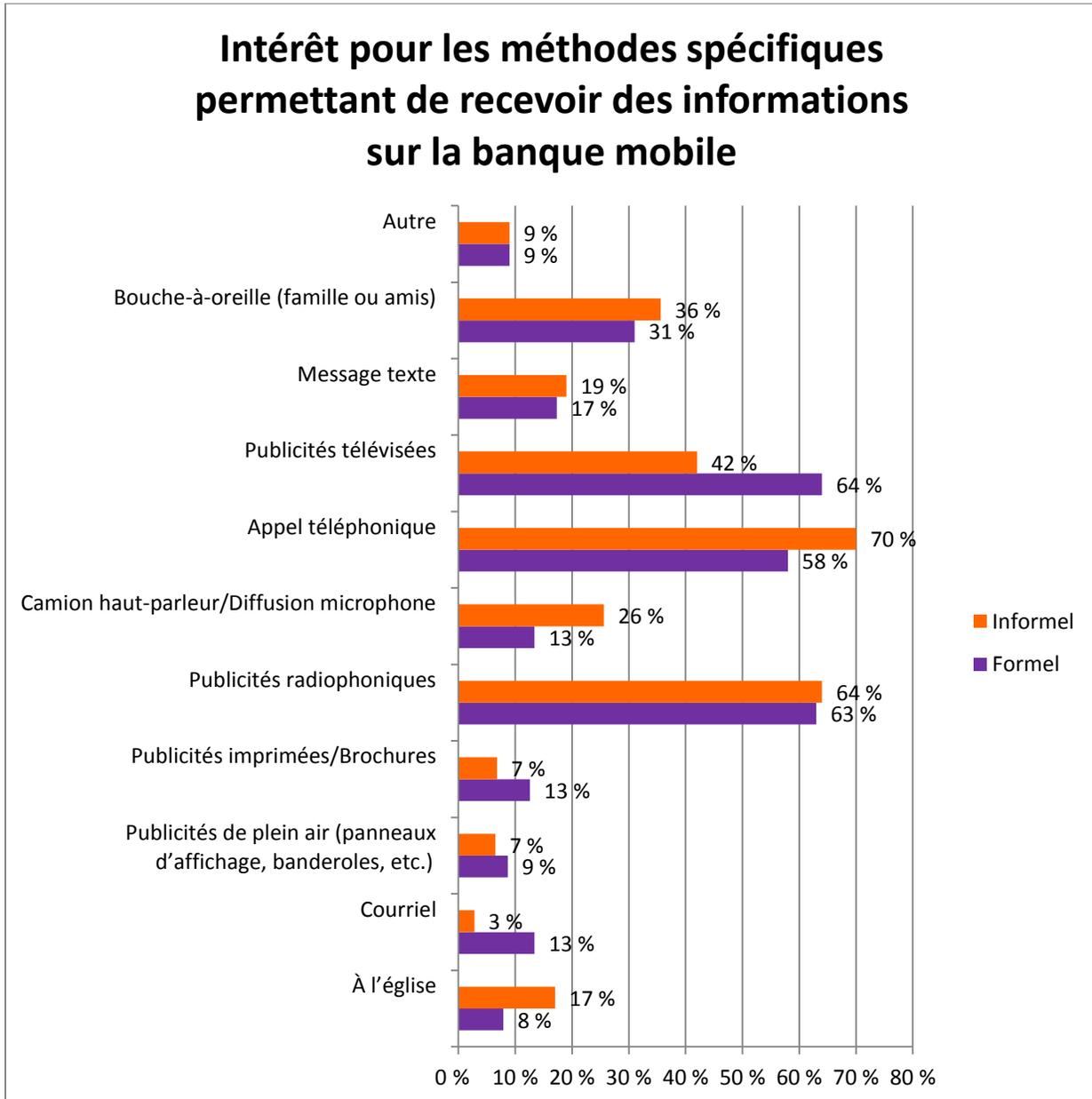
Il s'agit d'un début prometteur pour savoir que même si les taux d'adoption sont peu élevés, la sensibilisation a atteint des facteurs démographiques clés. Davantage de sensibilisation et d'éducation sont nécessaires, en particulier parmi les commerçants informels et dans toutes les zones rurales d'Haïti, qui représentent la majorité de la population susceptible de bénéficier de nouveaux canaux d'inclusion financière numérique.

Méthodes de marketing les plus efficaces permettant d'atteindre les commerçants

Alors que la radio reste le type de média le plus accessible à Haïti, les entreprises formelles préféreraient recevoir des informations sur les services de banque mobile par le biais de publicités télévisées (64 %) alors que les agents d'entreprises informelles préfèrent les appels téléphoniques (70 %). Les deux groupes ont un sentiment favorable sur la publicité radiophonique, avec 63 % des entreprises formelles et 64 % des entreprises informelles.. Les appels téléphoniques (appels automatisés) représentent le troisième média le plus populaire parmi les entreprises formelles à 58 %. Les messages textuels étaient considérablement moins populaires avec 17 % des commerçants formels et 19 % des commerçants informels ayant fait part de leur intérêt. Les courriels représentent une option pour 13 % du secteur formel par rapport à seulement 3 % des commerçants informels. Les médias de proximité comme les camions haut-parleurs représentent une option plus intéressante pour le secteur informel avec 26 % s'y intéressant et seulement 13 % pour le secteur formel. Une autre tactique de proximité populaire est représentée par les réunions religieuses avec 17 % des propriétaires d'entreprises informelles s'y intéressant par rapport à seulement 8 % pour le secteur formel. Voir graphique ci-dessous.

En envisageant les initiatives de marketing pour la sensibilisation aux services financiers mobiles, il faut prendre en compte les méthodes qui toucheront le plus grand nombre d'utilisateurs potentiels. L'électricité représentant une extrême restriction, il serait préférable que la plupart des prestataires de services se concentrent sur leurs efforts de marketing pédagogiques à la radio et pour les camions haut-parleurs, et ajoutent une sensibilisation à

la marque par le biais d'affiches, de panneaux publicitaires et autres initiatives de promotion de l'image de marque « hors domicile ».



Volonté d'essayer de nouvelles technologies

La majorité des répondants, 53 % sont désireux d'essayer une nouvelle technologie. Les répondants des entreprises formelles (65 %), des zones urbaines (55 %) et de la zone Grand centre (67 %) sont plus enclins à utiliser de nouvelles technologies. Entretemps, les plus récalcitrants face aux nouvelles technologies se trouvent dans les entreprises informelles (17 %), les entreprises rurales (20 %) et dans la zone métropolitaine (17 %).

		Envie d'essayer une nouvelle technologie ?			
		A très envie	Assez envie	Pas du tout envie	Nombre de répondants
Type	Commerçants informels	50 %	33 %	17 %	399
	Commerçants formels	65 %	29 %	6 %	127
Emplacement	Urbain	55 %	32 %	13 %	381
	Rural	48 %	32 %	20 %	145
Zone	Zone métropolitaine	52 %	30 %	18 %	124
	Grand nord	39 %	49 %	12 %	138
	Grand centre	67 %	19 %	14 %	85
	Grand sud	58 %	27	15 %	179
Échantillon total		53 %	32 %	15 %	526

La volonté forte de s'adapter aux nouvelles technologies est un signe extrêmement prometteur. De la même façon que lorsque les téléphones furent mis à la disposition du public, si une nouvelle technologie est abordable et permet d'améliorer la vie des personnes d'une quelconque manière, les Haïtiens sont fortement motivés pour s'adapter rapidement. Puisqu'il existe un effort de volonté, mais que les taux d'adoption sont encore bas, il est possible d'envisager le fait que les services actuels ne sont pas abordables ni ne constituent une amélioration par rapport aux espèces ; par conséquent, la tendance à résister ne concerne pas seulement les nouvelles technologies, mais également la croyance que celles-ci peuvent améliorer leur vie.

Dans le cadre de l'enquête, on a demandé aux commerçants s'ils souhaitaient recevoir plus d'informations sur les services financiers mobiles. 119 commerçants formels (94 %) et 300 commerçants informels (75 %) ont indiqué s'intéresser à des informations supplémentaires sur la banque mobile.

Obstacles supposés quant aux comptes de banque mobile

Lors de l'identification des raisons pour lesquelles l'utilisation des commerçants est si peu importante, chaque commerçant a dû proposer au maximum quatre raisons indiquant pourquoi ils n'aiment pas les solutions mobiles ou ce qui ne fonctionne pas avec le service les empêchant de l'utiliser.

Un grand nombre d'entre eux ont éprouvé des difficultés à trouver une raison précise ; 24 % parmi les commerçants informels et 17 % parmi les commerçants formels ont déclaré qu'il n'y avait aucun problème avec le service. Toutefois, les défaillances de réseau représentaient le problème/l'obstacle le plus important pour 17 % des commerçants formels et 13 % des commerçants informels, le mauvais traitement du service est un obstacle pour 13 % des commerçants formels et 9 % des commerçants informels, le manque de



confiance dans les produits étant un obstacle pour 12 % des commerçants formels et 10 % des commerçants informels.

En outre, 5 % de l'ensemble des commerçants ont indiqué que des problèmes majeurs étaient liés à l'électricité, 7 % s'inquiètent des problèmes potentiels liés à la perte de leur téléphone, 3 % ont peur des pirates informatiques, 3 % estiment que les services ne sont pas fiables, 3 % pensent que les besoins en service doivent être plus accessibles, et 2 % ne pensent pas que le système fonctionne en règle générale.

Des réponses ont été fournies, mais presque chaque commerçant a pu proposer une ou plusieurs raisons sur les raisons pour lesquelles ils n'utilisent pas les comptes mobiles. Bien que l'échantillon soit petit, la variété des réponses peut avoir un effet néfaste sur les perceptions négatives accumulées au cours des cinq dernières années. Toutefois, si davantage d'attention était accordée à proposer une expérience client de qualité basée sur une expérience agent et commerçant plus stable et fiable, la confiance dans le produit ainsi qu'une plus grande confiance dans l'ensemble du modèle bancaire seraient alors visibles. Une éducation renforcée dans la technologie et le service permettraient de gagner la confiance de ceux préoccupés par la perte de leur téléphone ou les pirates informatiques. Des problèmes de réseau et de mauvaises expériences clients empêchent au moins 30 % des commerçants d'envisager des solutions mobiles.

Avantages perçus des comptes de banque mobile

En plus des problèmes relatifs à la banque mobile, les commerçants ont été invités à proposer quatre avantages maximum de la banque mobile ou les caractéristiques qu'ils apprécient dans les produits actuellement disponibles sur le marché.

Malgré le fait qu'ils n'utilisent pas actuellement les comptes mobiles, les commerçants ont dû donner leur opinion sur les avantages des comptes mobiles par rapport aux espèces. 44 % des commerçants interrogés pensent qu'avoir un compte mobile permettrait de sécuriser leur argent, 14 % ont déclaré que cela faciliterait leurs transactions, 9 % pensaient que cela permettrait de réduire leurs déplacements auprès des succursales, et 7 % estimaient qu'ils pourraient ainsi gagner du temps dans leurs opérations. D'autres avantages identifiés par les commerçants concernaient le fait qu'accepter les paiements mobiles pour des marchandises permettrait d'augmenter leurs ventes, d'éliminer les problèmes associés à la manipulation des espèces et à l'élimination des risques associés au transport des espèces.

Avantages perçus de la banque mobile		
Avantage	Nombre de réponses	%
Aucun besoin de garder sur soi des espèces ou de la monnaie	33	6 %
Permet de progresser au niveau national	12	2 %
Améliore la sécurité	248	44 %
C'est une bonne idée	31	6 %
Facilite les transactions et les achats	76	14 %
N'a aucun point positif	28	5 %
Autre	15	3 %
Fournit un meilleur contrôle et une meilleure visibilité de mes finances	24	4 %
Nécessite moins de temps pour voyager	53	9 %
Économise du temps	38	7 %
Total	558	100 %

45 % des commerçants informels et 55 % des commerçants formels estiment que la sécurité de leur argent ainsi que la confidentialité de leur entreprise représentent l'avantage le plus important. 19 % des commerçants informels et 18 % des commerçants formels ont estimé que l'un des plus grands avantages était lié au fait que les comptes mobiles effectuent et acceptent les paiements, éliminant le besoin de disposer d'argent liquide ou de monnaie exacte. 18 % des commerçants informels et 9 % des commerçants formels pensaient que l'avantage était lié aux économies de temps, puisque les visites dans des succursales deviennent inutiles.

Commerçants informels

Les commerçants informels s'intéressent aux services financiers mobiles, avec 31 % indiquant qu'accepter et effectuer des paiements serait un facteur attractif pour les clients, et 50 % le considérant comme un facteur attractif pour les clients. Seuls 18 % pensaient que cela ne représente pas un facteur attractif et 1 % n'ont pas souhaité répondre. 30 % semblaient intéressés et 45 % semblaient très intéressés par les paiements mobiles de clients.

En général, 77 % des commerçants informels pensaient que l'utilisation d'un compte mobile est préférable à l'échange d'espèces. La raison principale pour laquelle ils pensaient que les comptes mobiles étaient préférables aux espèces était la sécurité (28 %).

Les commerçants informels comprennent et s'accordent à penser que l'avantage principal de la banque mobile est l'expérience sans succursale. 78 % des entreprises informelles pensent qu'il serait bénéfique de recevoir les paiements des clients en utilisant la banque mobile, puis d'utiliser cet argent électronique pour payer leurs propres prêts sans se déplacer vers un établissement financier. Cela n'est pas surprenant si l'on considère le fait que 54 % des commerçants informels possédant des prêts obtenus auprès d'un établissement financier ont déclaré que la difficulté d'un prêt résidait dans le processus de remboursement. Faciliter cette expérience et proposer des méthodes plus efficaces de

gagner de l'argent et de rembourser des prêts représentent un puissant facteur de motivation parmi les commerçants informels d'utiliser un compte mobile ou une solution de service financier mobile.

Considérant que seuls 31 % des commerçants ont des prêts, cela indique qu'il est possible que davantage de commerçants informels recherchent des services de prêts, sachant que le remboursement pourrait être géré via un établissement sans succursale.

En outre, près de 80 % des entreprises informelles ont manifesté leur intérêt d'utiliser de l'argent mobile pour payer leurs fournisseurs/grossistes électroniquement. 34 % d'entre eux sont très intéressés et 46 % sont intéressés. Cela dépend des grossistes adoptant des solutions mobiles, mais si les paiements peuvent être effectués en temps réel et suivis électroniquement, cela permettrait de réduire le temps et le coût du grossiste, et de fournir une forte incitation d'utiliser la nouvelle technologie. Des recherches supplémentaires sont nécessaires, mais l'échantillon limité démontre des indications positives et un potentiel prometteur pour de futures solutions.

Informel		Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise est préférable aux espèces ?	Supposez que vos clients vous paient en utilisant de l'argent mobile et que vous puissiez utiliser cet argent pour rembourser des prêts directement à partir de votre téléphone sans vous déplacer dans la succursale d'un établissement financier. Seriez-vous intéressé ?	Si vous aviez de l'argent dans votre compte d'argent mobile, seriez-vous prêt à payer votre grossiste par virement mobile s'il accepte ce type de transactions ?		Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?
		Oui	Oui	Très intéressé(e)	Intéressé(e)	Oui
Emplacement	Urbain	77 %	77 %	31 %	49 %	78 %
	Rural	76 %	80 %	40 %	40 %	78 %
Zone	Zone métropolitaine	73 %	76 %	28 %	46 %	71 %
	Grand nord	83 %	79 %	19 %	60 %	80 %
	Grand centre	53 %	75 %	39 %	42 %	67 %
	Grand sud	84 %	79 %	46 %	38 %	86 %
Total		76 %	78 %	34 %	46 %	78 %

78 % des commerçants informels apprécient l'idée de gérer leur historique de transaction à l'aide d'un compte mobile. Les raisons principales étant que cela aiderait les commerçants à mieux gérer leur entreprise, à contrôler leurs activités et leur argent, à gagner du temps.

Commerçants formels

Les commerçants formels s'intéressent vivement aux comptes mobiles, avec 80 % exprimant les avantages perçus de la banque mobile pour leur entreprise. 31 % des 127 personnes interrogées se montrent très intéressées, et 49 % sont intéressées. Sur les 20 % de commerçants formels qui ne sont pas intéressés, la moitié n'était pas capable de fournir une raison précise, alors que l'autre moitié a indiqué préférer les espèces ou ne pas faire confiance aux systèmes mobiles actuels.

En règle générale, 76 % des commerçants formels acceptent le fait que les services de compte mobile leur permettraient d'attirer une gamme plus large de clients. Une portion encore plus large, à savoir 83 %, pense que l'utilisation d'un compte mobile est préférable à l'acceptation et à l'échange d'espèces. Lorsqu'on leur demanda d'indiquer les raisons, 49 % des commerçants formels souhaitaient une meilleure sécurité pour leur argent, 23 % pensaient que cela faciliterait les transactions et 9 % estimaient qu'un compte mobile leur permettrait de mieux gérer leur temps. Parmi les réponses moins populaires, citons les comptes permettant de contrôler leurs activités et d'améliorer leurs ventes, de limiter le besoin de transporter des espèces, et de réduire les déplacements.

En ce qui concerne les prêts, 83 % de tous les commerçants formels s'intéresseraient à un compte mobile pour recevoir des paiements des clients et de rembourser les prêts par le biais d'un service mobile sans avoir besoin de visiter une succursale. 88 % s'intéressaient également à un compte mobile unique pour gérer les paiements pour leurs grossistes.

84 des commerçants formels appréciaient l'idée de gérer leur historique de transactions à l'aide d'un compte mobile. Lorsqu'on leur demande de citer les raisons, les réponses étaient réparties en quatre catégories : contrôle, temps, sécurité ou utilité.

Contrôle : 18% pensent que l'historique des transactions mobiles leur permettrait de mieux contrôler leur entreprise, 15 % indiquent que cela leur permettrait de mieux contrôler leur argent, et 1 % a déclaré que cela leur permettrait de mieux gérer leurs clients.

Temps : L'historique des transactions sur un compte mobile était perçu comme un gain de temps pour 11 % des répondants, et 4 % d'entre eux pensaient qu'ils pourraient économiser du temps. 2 % pensent qu'ils économiseraient du temps au niveau des calculs et 1 % supplémentaire économiserait du temps avec l'inventaire.

Sécurité : 5 % ont indiqué la sécurité comme étant un avantage des historiques des transactions, peut-être en raison de la visibilité et de la certitude des paiements.

Utilité : 9 % pensaient qu'un historique des transactions leur permettrait de diriger leur entreprise plus efficacement. 19 % des répondants estimaient qu'un historique des transactions mobiles serait bénéfique, mais n'avaient pas de raison précise.

Formel		Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise serait préférable à l'échange d'espèces ?	Supposez que vos clients vous paient avec de l'argent mobile. Vous pourriez utiliser cet argent pour rembourser les prêts directement à partir de votre téléphone sans vous rendre dans une succursale ou un établissement financier. Seriez-vous intéressé ?	Si vous aviez de l'argent sur votre compte mobile, dans quelle mesure souhaiteriez-vous payer votre grossiste par le biais d'un virement mobile s'il acceptait ce type de transaction ?		Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?
				Oui	Oui	
Zone	Urbain	84 %	83 %	38 %	52 %	84 %
	Rural	82 %	82 %	18 %	55 %	82 %
Zone	Zone métropolitaine	91 %	91 %	47 %	50 %	88 %
	Grand nord	87 %	81 %	29 %	58 %	90 %
	Grand centre	67 %	76 %	38 %	43 %	67 %
	Grand sud	83 %	81 %	32 %	54 %	85 %
Échantillon total		84 %	83 %	36 %	52 %	84 %

Intérêt pour devenir un agent pour les services mobiles

Pour garantir la réussite de la banque mobile sans succursales, l'une des exigences cruciales est la possibilité d'accéder à des espèces par le biais d'un réseau d'agents solide. Pour développer un réseau de commerçants solide, les commerçants doivent faire preuve de la compréhension des avantages liés aux paiements mobiles, mais également d'une volonté à développer les réseaux cash-in et cash-out. Cette partie de l'enquête comprenait uniquement des commerçants formels, car les agents informels ont peu de chance de réussir un processus de diligence raisonnable auprès des établissements financiers.

Bien que seuls 26 % des commerçants formels ont indiqué avoir un supplément d'argent à la fin de la journée, 28 % ont indiqué s'intéresser à la possibilité de devenir un agent cash-out. Dans l'intervalle, 26 % des commerçants formels déclarent également éprouver des difficultés à maintenir leur niveau d'espèces tout au long de la journée, mais lorsqu'on leur a posé la question sur leur volonté de devenir un agent cash-in responsable de collecter des espèces pour le compte d'un service mobile, 41 % se montraient intéressés, à supposer qu'une formation adéquate soit fournie.

Parmi un petit groupe de 127 commerçants, il est évident qu'identifier des agents pour développer l'écosystème sans succursales d'établissements financiers présente des obstacles au niveau de la volonté de l'agent. Les personnes les plus intéressées se trouvaient dans l'Ouest, le Sud-est et le Nord-est. Tous les commerçants formels intéressés se trouvaient dans les zones urbaines. Alors que l'Ouest présente l'obstacle le moins important dans le développement de l'écosystème mobile, trouver des commerçants formels dans les zones rurales sera plus difficile pour les établissements financiers à la recherche d'agents de cash-in et cash-out.

Devenir un agent mobile selon le département	
Département	Nombre de réponses
Artibonite	3
Centre	1
Grand-Anse	1
Nippes	3
Nord	1
Nord-Est	4
Nord-Ouest	2
Ouest	18
Sud	2
Sud-Est	4
Total	39

C'est la raison pour laquelle une approche à multi-étapes qui comprend des commerçants informels dans l'écosystème peut être décisive pour le développement d'un écosystème commerçant plus solide. Trouver des moyens de renforcer des commerçants informels via des technologies mobiles peut faciliter la transition des agents informels aux agents formels. 71 % des commerçants informels ont déclaré que s'ils bénéficiaient d'une opportunité, ils souhaiteraient avoir une entreprise formellement reconnue et sous licence.

Section VII. Préparer les commerçants informels à un développement commercial formel

Pour de nombreux commerçants, leur valeur dans l'écosystème présente un potentiel réel. Toutefois, les exigences liées aux réglementations et à la conformité ne leur permettent pas de développer facilement leur entreprise. Un meilleur accès aux services financiers et aux nouvelles technologies constitue une méthode leur permettant de jouer un rôle plus important au sein de l'économie.

399 entreprises informelles ont été interrogées au cours de cette recherche. Divers facteurs qui ne sont pas abordés dans cette enquête.¹⁷ affectent les raisons pour lesquelles les entreprises n'ont pas encore obtenu de licence, mais lorsqu'ils sont interrogés, 74 % des commerçants informels urbains et 66 % des commerçants ruraux déclarent que s'ils avaient l'opportunité, ils préféreraient être formels et reconnus.

Commerçants informels		Si on vous offrait l'opportunité, préféreriez-vous avoir une licence commerciale et être une entreprise formelle/reconnue ?
		Oui
Emplacement	Urbain	74 %
	Rural	66 %
Zone	Zone métropolitaine	63 %
	Grand nord	84 %
	Grand centre	57 %
	Grand sud	73 %
Total des échantillons informels		71 %

Préférences des commerçants Exigences KYC des comptes mobiles

Faire partie d'une entreprise légalement reconnue nécessite un compte financier enregistré avec des informations vérifiées (Connaître votre client) (KYC). La plupart des commerçants informels interrogés (94 %) préféreraient un compte exigeant une identification et ne limitant pas les transactions quotidiennes, de la façon dont les produits sont offerts par Mon Cash et Lajan Cash aux commerçants actuellement. La possibilité d'avoir un compte sans pièce d'identité et limitée n'est pas très populaire parce qu'il ne répond pas aux besoins des commerçants qui nécessitent des soldes plus élevés et ont besoin de la souplesse nécessaire pour faire plus de transactions par jour.

¹⁷ TchoTcho mini-portefeuilles ne nécessite pas d'inscription valide avec KYC, mais l'équilibre et quotidienne des transactions de la Mini portefeuille sont limitées à environ 100 \$ US (5000 HTG).



		Quel type de compte mobile préférez-vous ?	
Informel		Un compte mobile qui ne nécessite pas d'identification, mais limite votre activité à 10 transactions ou 4 000 HTG (Option 1)	Un compte mobile qui nécessite une identification, mais ne limite pas le montant ou la valeur de vos transactions (Option 2)
Zone	Urbain	5 %	94 %
	Rural	5 %	93 %
Zone	Zone métropolitaine	7 %	90 %
	Grand nord	7 %	94 %
	Grand centre	5 %	92 %
	Grand sud	1 %	96 %
Total		5 %	94 %

La majorité des commerçants interrogés ont une valeur d'inventaire supérieure aux limites fixées pour les mini portefeuilles. Beaucoup de commerçants ont des montants supérieurs à la valeur maximale du portefeuille de TchoTcho, Alors, il est difficile de déterminer si l'activité de l'entreprise ne devrait pas dépasser les limites acceptables de dépôts et de retraits quotidiens des solutions mobiles actuels qui leur sont offerts (option 1 dans le tableau).

Ces informations associées aux statistiques précédentes sur la plupart des commerçants ayant une identification valide sont importantes pour comprendre la valeur du mini-portefeuille actuel sur le marché d'Haïti. Le mini-portefeuille a été conçu pour les utilisateurs qui n'avaient pas d'identification et qui souhaitaient seulement stocker un petit montant dans leur compte numérique. Alors que les mini-portefeuilles demeurent le produit le plus utilisé via TchoTcho ; Boom et Lajan Cash ont indiqué la capacité et la volonté d'un utilisateur d'enregistrer un compte avec une identification valide. En examinant les produits marchands, il ya un désir apparent pour les comptes qui nécessitent le KYC, tant que les limites de compte soutiennent les besoins d'affaires du commerçant

Avantages d'une entreprise formelle règlementée/sous licence

Presque tous les commerçants informels ont exprimé un intérêt pour les entreprises formelles sous licence s'ils en avaient l'opportunité. Toutefois, malgré cet intérêt, les avantages d'avoir une entreprise enregistrée sont largement inconnus de la vaste majorité (81 %) des propriétaires d'entreprises informelles. Il existe un manque de compréhension évident de l'ensemble du système, des taxes, du cadre réglementaire et des avantages d'être enregistré. Pour des raisons identiques, ils ne mettent pas en place une comptabilité et des contrôles formels dans leurs entreprises. Sans comprendre précisément les avantages, il sera difficile de déterminer comment motiver les commerçants informels pour devenir des entités formelles sur la base des services d'argent mobile.

Autres considérations/Avantages potentiels : Conformité au droit fiscal

Les établissements financiers ne sont pas tenus de forcer les commerçants ou les détenteurs de compte de payer leurs impôts, en particulier puisque le gouvernement actuel ne fait pas grand-chose pour appliquer la loi fiscale dans le secteur informel. Toutefois, les comptes mobiles peuvent être bénéfiques si le gouvernement haïtien devait appliquer les paiements fiscaux.

Lorsqu'on leur demande s'ils imposent des taxes de vente ou des impôts supplémentaires aux clients, presque tous les commerçants ont déclaré que les clients ne sont pas imposés. En prenant en compte l'importance des taxes de vente et des impôts sur le revenu dans de nombreuses économies, Haïti ne collecte pas de taxe des clients et des commerçants qui effectuent la majorité des transactions quotidiennes, l'économie nationale souffre.

Compte tenu du fait que la plupart des commerçants ne détiennent pas de comptes formels et ne comprennent pas les réglementations fiscales, le gouvernement, les parties prenantes de l'argent mobile et leurs établissements financiers parrains devraient déployer des efforts considérables pour demander aux utilisateurs de se conformer et pour les former à cette fin. Alors que les prestataires de compte mobile ne sont pas tenus d'appliquer la réglementation fiscale, les technologies mobiles peuvent faciliter l'inclusion des taxes de ventes pour les commerçants tout en facilitant également l'audit de ces commerçants et de leurs entreprises. Des commerçants avec des enregistrements électroniques stockés et sauvegardés par l'établissement financier parrain seront mieux à même de se conformer aux demandes gouvernementales.

Si les organisations gouvernementales essaient de forcer les comptes mobiles des commerçants à imposer et payer des taxes sans appliquer les mêmes exigences aux commerçants de comptes de caisse, cela risquera de provoquer un désavantage supplémentaire au niveau de la mise en place de comptes financiers mobiles. Toutefois, si l'argent mobile était introduit correctement et par étapes auprès des commerçants informels parallèlement à une réforme nationale solide, l'argent mobile pourrait représenter une opportunité pour les autorités haïtiennes d'augmenter leurs revenus en officialisant ce secteur actuellement informel d'entreprises dominant le marché.

Conclusion

Les services financiers mobiles ont créé de nouvelles opportunités pour les commerçants formels et informels d'Haïti. Toutefois, l'obstacle lié à la diffusion de la sensibilisation et l'éducation dans ce secteur est toujours présent. Sans de fortes incitations et des produits qui motivent les commerçants à adopter les nouvelles technologies et permettent de développer le réseau, l'usage des consommateurs restera probablement bas.

En règle générale, les commerçants peuvent considérer les avantages de la banque mobile comme une méthode plus sûre pour traiter leurs espèces, économiser pour l'avenir et gérer les paiements et les achats commerciaux. Les comptes mobiles disposent de l'avantage supplémentaire d'aider les entreprises à mieux gérer leurs finances, suivre leurs transactions et inventaires, et économiser du temps tout en minimisant les coûts et les risques associés au transport et à la gestion des espèces. La plupart des commerçants souhaitent accepter des paiements mobiles de clients, car ils pensent que ceux-ci semblent plus sécurisés, permettront à leur entreprise de se développer et seront plus faciles pour les clients, car ils n'auront pas besoin de transporter autant d'espèces ou de disposer de la monnaie exacte. En outre, un grand nombre de commerçants formels ont exprimé leur intérêt de bénéficier des transactions cash-in, alors qu'une marge légèrement plus faible a exprimé un intérêt dans la fourniture de transactions cash-out pour les détenteurs d'un compte mobile.

Les commerçants ont indiqué une préférence pour les produits fournis par un établissement financier ; ils veulent pouvoir faire confiance au prestataire de services. Ils veulent savoir que la technologie et le réseau seront fiables, si eux et leurs clients peuvent faire confiance et utiliser le service. Tout comme les investisseurs des technologies financières mobiles, les commerçants souhaitent un réseau vaste et solide, car ils comprennent l'avantage de disposer d'un écosystème financier numérique avec un service bancaire sans succursales, des services financiers et une gestion de compte accessibles à partir d'un appareil mobile.

Cette recherche a fourni la première étape en recueillant des informations permettant de développer des produits et services axés sur la demande, offrant une alternative à la manière dont sont gérés actuellement leur entreprise et les paiements. Un réseau de commerçants national fiable constituera un avantage non seulement pour les commerçants, mais également pour leurs consommateurs ; grossistes ; grandes entreprises espérant profiter des services de paie ; les établissements financiers souhaitant attirer de nouveaux clients ; les entités gouvernementales souhaitant mieux appliquer les réglementations, ;et les prestataires technologiques souhaitant réaliser une adoption massive des services financiers numériques et des solutions de paiement supplémentaires.

Annexe A : Entretien Questionnaire

Questionnaire pour les entreprises informelles

METTRE LE RÉPONDANT À L'AISE et INTRO

- Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à une entrevue.
- Se présenter. Partager quelques informations personnelles (âges des enfants, sport favori, etc.).
- Détendez-vous, vous sentez-vous à l'aise ?
- Je suis ici pour parler de ce qu'est la vie d'un commerçant/d'un homme d'affaires/d'un trader/etc. Je le fais parce qu'il y a une société qui souhaite introduire quelques nouveautés, et nous souhaiterions vous demander ce que vous en pensez.

DIRE : C'est vraiment facile, nous allons seulement vous poser quelques questions sur vous et sur votre activité : nous parlerons ensuite d'une nouvelle idée qui pourrait bien se présenter et à propos de laquelle nous aimerions connaître votre avis. N'oubliez pas que c'est confidentiel.

EMPLACEMENT	CODE	Urbain	Rural
OUEST	1	1	2
NORD	2	1	2
NORD OUEST	3	1	2
NORD EST	4	1	2
ARTIBONITE	5	1	2
CENTRE	6	1	2
SUD EST	7	1	2
NIPPES	8	1	2
SUD	9	1	2

SEXE	
Masculin	4
Féminin	5

Nom du commerçant :
Numéro de téléphone :
Adresse :
Poste occupé dans l'entreprise : <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Directeur <input type="checkbox"/> Cadre

Type de commerçant		
PME (informelle)	PME (formelle)	Grande entreprise (formelle)
<input type="checkbox"/> Revendeurs/Négociants en marchandises	<input type="checkbox"/> Importateurs/Exportateurs	<input type="checkbox"/> Administration
<input type="checkbox"/> Agriculteurs/Producteurs alimentaires	<input type="checkbox"/> Prestataires de services professionnels	<input type="checkbox"/> Usines
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> Détaillants/Épiceries/Quincaillerie	<input type="checkbox"/> Autre

A PROPRIÉTÉ ET UTILISATION DU COMPTE BANCAIRE

Q1. Avez-vous un compte dans une institution financière comme une banque, une caisse de crédit, une institution de micro-crédit, etc. ?

1. Oui 2. Non (Si oui, allez à 1.4)

Q1.1 Sinon, pourquoi pas ? (sélectionnez tout ce qui s'applique)

Je ne leur fais pas confiance	1
Il n'y en a pas près de chez moi	2
Je passe trop de temps à exécuter une transaction	3
Je ne me sens pas à l'aise/non accepté dans la succursale	4
Je préfère garder l'argent sur moi (gérer l'argent moi-même)	5
Ils ne proposent aucun service qui me convienne	6
Je ne me sens pas en sécurité lorsque je me rends dans un établissement financier	7
AUTRE : (veuillez préciser)	8

Q1.2 En l'absence de compte, où gardez-vous votre argent ?

Portefeuille	1
Matelas	2
Épargne communautaire de la VSLA (Village Savings and Loans Association), société Sol	3
Coffre-fort personnel	4
AUTRE : (veuillez préciser)	5

Q1.3 En l'absence de compte, recourez-vous aux prêts d'usure ? 1. Oui 2. Non

Q1.3.1 Si oui, utilisez-vous cette méthode à l'obtention d'un prêt d'une institution financière ?

SINON, ALLER AU PARAGRAPHE B

Q1.4 Si vous avez un compte, pourquoi l'avez-vous ouvert ?

J'avais besoin d'un endroit où conserver mon argent en sécurité	1
J'avais besoin d'un prêt/crédit	2
Je dirige une entreprise	3
Je voulais un compte chèque	4
J'avais besoin d'un compte sur lequel déposer mon salaire	5
Je voulais une carte de débit/crédit	6
Cela me protège de moi-même/m'empêche de dépenser tout mon argent d'un seul coup	7
Je fais des économies	8

Q1.4.1. En cas d'épargne... quel est l'objectif de votre épargne ?

Q2. Où avez-vous votre compte ?

Dresser la liste des EF (sélectionner celles qui sont pertinentes)

Caisse de crédit (2) Nom : _____

MFI (3) Nom : _____

Banque (1) Nom : _____

Q2.1. Avez-vous déjà effectué une opération de dépôt 1. Oui 2. Non

Q2.2. Avez-vous déjà exécuté une opération de retrait 1. Oui 2. Non

Q3. Pensez-vous que votre argent est en sécurité sur ce compte ? 1. Oui 2. Non

Q4.	Comment entrez-vous en relation avec l'établissement financier où votre argent est déposé ? LAISSER L'INTERVIEWÉ RÉPONDRE SANS L'INTERROMPRE, ET SÉLECTIONNER TOUTES LES CASES APPLICABLES	1. Transport animal (par ex. cheval, âne, autre) 2. Marche 3. Transport public (tap tap, moto, etc.) 4. Véhicule privé (voiture, moto) 5. Autre _____
------------	---	---

Q5.	Combien de temps vous faut-il pour aller de chez vous/votre magasin jusqu'à l'établissement financier (trajet simple) ?	Réponse effective _____ (classer en conséquence) 1. Je ne sais pas 2. Moins de 5 min 3. Moins de 15 min 4. Moins de 30 minutes 5. Moins d'une heure 6. Plus d'une heure
Q6.	Combien de fois par semaine vous rendez-vous à l'institution financière ?	1. 0-1 2. 1-2 3. 2-3 4. 3-4 5. 4-5 6. 5-6 7. 7 ou plus
Q7.	Dans quelle mesure est-il commode pour vous de vous rendre dans votre succursale ?	1. Très commode 2. Quelquefois commode 3. Ni commode, ni mauvais 4. Pas du tout commode 5. Très incommode
Q8.	Comment noteriez-vous votre expérience de votre succursale ?	1. Excellente 2. Bonne 3. Moyens 4. Pas bonne 5. Très mauvaise 6. Je ne sais pas

B PROPRIÉTÉ ET USAGE DU TÉLÉPHONE PORTABLE

Q9.	Êtes-vous disposé à essayer une nouvelle technologie ?	1. Tout à fait disposé 2. Assez disposé 3. Pas du tout disposé
Q10.	Quel type de téléphone mobile possédez-vous ?	1. Je n'ai pas de téléphone Inscrivez le modèle du téléphone ici : 2. Ecoute de base 3. Téléphone intelligent 4. Blackberry 5. Android 6. iPhone
Q11.	Votre téléphone vous permet-il d'accéder à Internet ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
Q12.	Quel type de forfait utilisez-vous actuellement ?	<input type="checkbox"/> 1. Prépayé <input type="checkbox"/> 2. Postpayé

Q22.	Où vivent vos employés par rapport à la ou les positions géographiques de votre entreprise ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. À proximité du lieu de travail 2. Au sein de la même commune 3. Au sein de la même ville 4. Au sein de la même localité 5. Au sein de la même région 6. En dehors de cette région
-------------	--	---

FIN DU FILTRAGE

Je voudrais maintenant vous poser des questions sur les coûts habituels liés à la direction de l'entreprise.

(La devise est indiquée HTG dans les sections suivantes)

F COÛTS

		Devise locale	Entourez une réponse – PAR SEMAINE/PAR MOIS
1.	Quel est le montant du loyer de votre site ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
2.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'électricité ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
3.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'eau (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
4.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses en essence (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
5.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de salaire (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
6.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de transport ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
7.	Combien avez-vous dépensé pour votre licence commerciale ?	HTG	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
8.	Quel est le pourcentage de vos revenus que vous dépensez en impôts ?	_____%	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
9.	Avez-vous d'autres coûts opérationnels récurrents ?	HTG	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
10.	Si oui, veuillez préciser		Énumérez les coûts
11.	Si oui, quelle est votre estimation du total des coûts pour ces dépenses régulières ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre

G PRÊTS

1.	Détenez-vous actuellement ou avez-vous déjà détenu un prêt ? SINON, PASSEZ À LA QUESTION 6	1. Oui 2. Non
2.	Si oui, auprès d'une personne ou d'un établissement ?	1. Personne 2. Établissement
3.	S'il s'agit d'un établissement, lequel ?	(UTILISER LA CARTE D'EMPLACEMENT FI)
4.	Quel est l'aspect le plus difficile dans la gestion d'un prêt ?	Liste
5.	Quelle est la fréquence du remboursement de votre prêt ?	_____ fois par semaine _____ fois par mois
6.	Prêtez-vous parfois de l'argent à vos clients ? Ou offrez-vous des articles à crédit ?	1. Oui 2. Non
7.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Oui 2. Non
8.	Si oui, quelle importance accorderiez-vous au problème ?	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs

H SOURCE DES MARCHANDISES

1.	À quelle fréquence achetez-vous des marchandises ou inventaire	_____ jour _____ semaine _____ mois _____ trimestre
2.	Où achetez-vous vos marchandises ? LAISSEZ RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : <ul style="list-style-type: none"> • Dépôt • Autres marchés • Agriculteurs • Amis • Autre 	Notez la réponse

3.	Quels modes de paiement utilisez-vous pour acheter vos marchandises ?	Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent 1. Espèces 2. Chèque 3. Transfert de compte à compte 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Remise en argent
4.	Avez-vous passé des accords d'achats avec les grossistes ?	1. Oui 2. Non
5.	Si vous avez répondu oui à la question précédente, recevez-vous un crédit du grossiste ?	1. Oui 2. Non
6.	Si vous avez répondu oui à la question 4, les grossistes vous livrent-ils ?	1. Oui 2. Non
7.	Quel est l'aspect le plus difficile dans l'approvisionnement en marchandises ? LAISSEZ LE TEMPS DE RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : 1. Transport des marchandises 2. Gestion de l'inventaire 3. Disponibilité saisonnière	Notez la réponse

I VENTES

1.	Combien de clients servez-vous par jour en moyenne ?	
2.	Planifiez-vous le montant de la monnaie dont vous aurez besoin pour servir les clients au début de votre journée de travail ?	1. Oui 2. Non
3.	Pensez-vous que vous gagnez suffisamment d'argent au cours de la journée pour justifier un dépôt d'argent dans une institution financière ? <input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?
4.	Vous sentez-vous en sécurité pendant la journée malgré le montant d'argent que vous transportez ?	1. Oui 2. Non
5.	Vous sentez-vous en sécurité lorsque vous rentrez chez vous en transportant de l'argent ?	1. Oui 2. Non

6.	Avez-vous déjà été dévalisé en exécutant des activités commerciales ? Par exemple, lorsque vous vous rendez à votre travail, dans une institution financière, quand vous rentrez chez vous, quand achetez des marchandises	1. Oui 2. Non
7.	À qui vendez-vous vos marchandises/services ? (réponses multiples) Laissez la personne interrogée répondre sans inviter ; Si aucune réponse n'est fournie, proposez de l'aide <ul style="list-style-type: none"> • Membres de la communauté • Domestiques, gardiens (domiciles de tierces personnes) • Ouvriers du bâtiment • Travailleurs de rue • Fonctionnaires • ONG • Sociétés • Étudiants 	
8.	Disposez-vous d'autres sources de revenus ?	1. Oui 2. Non
9.	Si oui, lesquelles ?	
10.	Connaissez-vous la valeur de l'inventaire que vous gardez à disposition ? <input type="checkbox"/> Ne sait pas/A refusé de répondre <i>Kombyen kob machandiz ou kwe ou geyen la?</i> DÉPLACEMENT DE L. LOANS	HTG
11.	Quels modes de paiement acceptez-vous ? 1. Espèces, 2. Échange de marchandises, 3. Chèque, 4. Remise en argent	
12.	Acceptez-vous plusieurs devises ? <input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	
	Si oui, lesquelles ?	
13.	Existe-t-il des périodes creuses ou de pointe pour vos transactions commerciales ? En d'autres termes, votre entreprise traverse-t-elle des périodes difficiles ou prospères ?	Écrire :
14.	Diriez-vous que votre activité commerciale progresse, s'affaiblit ou est stable ?	1. Progresse 2. S'affaiblit 3. Stable
15.	Avez-vous la capacité de remettre des reçus à vos clients ?	1. Oui 2. Non

16.	Si oui, comment ? (papier, texte, ...)	
17.	Comment assurez-vous le suivi de vos transactions quotidiennes ?	1. Je ne surveille pas 2. J'utilise un système manuel de comptabilité 3. Je compte simplement l'argent 4. Je surveille les reçus 5. Je compte l'inventaire 6. Autre ...

Précédemment, nous avons abordé le sujet des services d'argent mobile. Nous souhaiterions également savoir : D'après vous, quelle pourrait-elle être l'utilité de ce service pour votre entreprise ?

L'entretien continue...

J DISPONIBILITÉ DU SERVICE D'ARGENT MOBILE

1. Quelles sont les 3 principales méthodes que vous souhaiteriez mettre en place pour recevoir des informations sur les services d'argent mobile ?

MONTRER LA CARTE (entourer les réponses)

Bouche-à-oreille amis/famille	1
Microphone/camion haut-parleur	2
Appel téléphonique	3
Publicités télévisées	4
Publicités radiophoniques	5
Publicités imprimées	6
Panneaux d'affichage/Publicités de plein air/images hors domicile/banderole	7
Leaders communautaires (pasteur, professeur, propriétaires d'entreprise, maire, conseiller municipal, sénateur, député)	8
Courrier physique/Message Haïti	9
Message texte	10
E-mail	11
À l'église	12

À l'école	13
Au travail	14
Autres (veuillez préciser)	15

K INTÉRÊT À UTILISER L'ARGENT MOBILE DANS VOTRE ENTREPRISE/TRANSACTION

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
1.	Quel niveau d'attractivité accorderiez-vous aux services d'argent mobile comme mode de paiement, parmi les consommateurs ?	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants
2.	Quels en sont les avantages, d'après vous ? Qu'est-ce qui vous plaît dans cette idée/ce service ?			
3.	Quels sont, selon vous, les problèmes majeurs ayant trait au service monétaire mobile ? Ce que vous n'aimez pas à propos de ce service ?	<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • • 	<ul style="list-style-type: none"> • • • •
4.	Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise est préférable aux espèces ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ? Sinon, pourquoi ?

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)		PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires		PME en F3. Transport	
5.	Seriez-vous prêt(e) à utiliser la monnaie mobile (mobile money) pour accepter les paiements provenant de vos clients ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)		LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)		LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	
6.	Supposez que vos clients vous paient en utilisant de la monnaie mobile et que vous puissiez utiliser cet argent pour rembourser des prêts directement à partir de votre téléphone sans vous déplacer dans la succursale d'une. Seriez-vous intéressé(e) ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non		<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non		<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	
7.	Si vous aviez de l'argent dans votre compte de monnaie mobile, seriez-vous prêt à payer votre grossiste par virement mobile s'il acceptait ce type de transaction ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)		LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)		LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
8.	Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?
9.	Et si vous pouviez recevoir directement les produits nets de vos récoltes au lieu de rendre visite au distributeur ; est-ce que cela réduirait vos coûts ou vous ferait gagner du temps ?		1. Oui 2. Non SI OUI Veuillez expliquer	
10.	En général, à quelle institution faites-vous le plus confiance concernant le service monétaire mobile ?	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	1. institution financière 2. Opérateur téléphonique 3. Autre
11.	Si on vous en offrait l'opportunité, préféreriez-vous avoir une licence commerciale et être une entreprise formelle/reconnue ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
12.	Si l'ouverture d'un compte de monnaie mobile nécessitait que vous ayez un permis de conduire/un NIF/une CIN/un passeport, cela vous empêcherait-il de vous enregistrer ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
13.	Préférez-vous un compte mobile qui ne nécessite pas d'identification, mais qui limite votre activité à 10 transactions ou 4 000 HTG (OPT 1) ou un compte mobile qui nécessite une identification, mais ne limite pas le montant ou la valeur de vos transactions (montrer une carte) (OPT. 2)	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2	<input type="checkbox"/> 1. Option 1 <input type="checkbox"/> 2. Option 2

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
14.	Après notre discussion, seriez-vous intéressé(e) par l'idée qu'une personne puisse vous appeler pour vous donner plus d'informations sur la monnaie mobile ; dans l'affirmative, demandez le numéro de téléphone.			

Merci beaucoup pour le temps que vous nous avez accordé, aujourd'hui.

FIN DE L'ENTRETIEN FORMEL - COMMENCER LA SECTION L FINALE DE FAÇON INFORMELLE. L'enquêteur peut improviser en fonction de la situation.

ÉTUDES

<p>1</p>	<p><i>Vous êtes brillant, et je suis très impressionné(e) par votre entreprise.</i></p> <p>Puis-je vous demander quel est votre niveau d'études ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aucune éducation formelle 2. École primaire 3. Collège (10 ou 11 ans) 4. Lycée (12 ou 13 ans) 5. École commerciale/technique 6. Formation universitaire 7. Diplôme universitaire 8. Études supérieures 9. A refusé de préciser
----------	---	---

Date : _____ Nom de l'intervieweur : _____

Questionnaire pour les entreprises formelles

METTRE LE RÉPONDANT À L'AISE et INTRO

- Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à une entrevue.
- Se présenter. Partager quelques informations personnelles (âges des enfants, sport favori, etc.).
- Détendez-vous, vous sentez-vous à l'aise ?
- Je suis ici pour parler de ce qu'est la vie d'un commerçant/d'un homme d'affaires/d'un trader/etc. Je le fais parce qu'il y a une société qui souhaite introduire quelques nouveautés, et nous souhaiterions vous demander ce que vous en pensez.

DIRE : C'est vraiment facile, nous allons seulement vous poser quelques questions sur vous et sur votre activité : nous parlerons ensuite d'une nouvelle idée qui pourrait bien se présenter et à propos de laquelle nous aimerions connaître votre avis. N'oubliez pas que c'est confidentiel.

EMPLACEMENT	CODE	Urbain	Rural
OUEST	1	1	2
NORD	2	1	2
NORD OUEST	3	1	2
NORD EST	4	1	2
ARTIBONITE	5	1	2
CENTRE	6	1	2
SUD EST	7	1	2
NIPPES	8	1	2
SUD	9	1	2

SEXE	
Masculin	4
Féminin	5

Nom du commerçant :		
Numéro de téléphone :		
Adresse :		
Poste dans l'entreprise : <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Directeur <input type="checkbox"/> Cadre		
Type de commerçant		
PME (informelle)	PME (formelle)	Grande entreprise (formelle)
<input type="checkbox"/> Revendeurs/négociants en marchandises	<input type="checkbox"/> Importateurs/Exportateurs	<input type="checkbox"/> Administration

<input type="checkbox"/> Agriculteurs/Producteurs alimentaires	<input type="checkbox"/> Prestataires de services professionnels	<input type="checkbox"/> Usines
<input type="checkbox"/> Transport	<input type="checkbox"/> Détaillants/Épiceries/Quincaillerie	<input type="checkbox"/> Autre

A PROPRIÉTÉ ET UTILISATION DU COMPTE BANCAIRE

Q1. Avez-vous un compte dans une institution financière comme une banque, une caisse de crédit, une institution de micro-crédit, etc. ?

1. Oui 2. Non (Si oui, allez à 1.4)

Q1.1 Sinon, pourquoi pas ? (sélectionnez tout ce qui s'applique)

Je ne leur fais pas confiance	1
Il n'y en a pas près de chez moi	2
Je passe trop de temps à exécuter une transaction	3
Je ne me sens pas à l'aise/non accepté dans la succursale	4
Je préfère garder l'argent sur moi (gérer l'argent moi-même)	5
Ils ne proposent aucun service qui me convienne	6
Je ne me sens pas en sécurité lorsque je me rends dans un établissement financier	7
AUTRE : (veuillez préciser)	8

Q1.2 En l'absence de compte, où gardez-vous votre argent ?

Portefeuille	1
Matelas	2
Épargne communautaire de la VSLA (Village Savings and Loans Association), société Sol	3
Coffre-fort personnel	4
AUTRE : (veuillez préciser)	5

Q1.3 En l'absence de compte, recourez-vous aux prêts d'usure ? 1. Oui 2. Non

Q1.3.1 Si oui, utilisez-vous cette méthode à l'obtention d'un prêt d'un établissement financier ?

SINON, ALLEZ AU PARAGRAPHE B

Q1.4 Si vous avez un compte, pourquoi l'avez-vous ouvert ?

J'avais besoin d'un endroit où conserver mon argent en sécurité	1
J'avais besoin d'un prêt/crédit	2
Je dirige une entreprise	3
Je voulais un compte chèque	4
J'avais besoin d'un compte sur lequel déposer mon salaire	5
Je voulais une carte de débit/crédit	6
Cela me protège de moi-même/m'empêche de dépenser tout mon argent d'un seul coup	7
Je fais des économies	8

Q1.4.1. Si vous économisez... quel est votre objectif ?

Q2. Où avez-vous votre compte ?

Dresser la liste des EF (sélectionner celles qui sont pertinentes)

Caisse populaire(2) Nom : _____

MFI (3) Nom : _____

Banque (1) Nom : _____

Q2.1. Avez-vous déjà effectué une opération de dépôt 1. Oui 2. Non

Q2.2. Avez-vous déjà exécuté une opération de retrait 1. Oui 2. Non

Q3. Pensez-vous que votre argent est en sécurité sur ce compte ? 1. Oui 2. Non

Q4.	Comment entrez-vous en relation avec l'établissement financier où votre argent est déposé ? LAISSER L'INTERVIEWÉ RÉPONDRE SANS L'INTERROMPRE, ET SÉLECTIONNER TOUTES LES CASES APPLICABLES	1. Transport animal (par ex. cheval, âne, autre) 2. Marche 3. Transport public (tap tap, moto, etc.) 4. Véhicule privé (voiture, moto) 5. Autre _____
------------	---	---

Q5.	Combien de temps vous faut-il pour aller de chez vous/votre magasin jusqu'à l'institution financière (trajet simple) ?	Réponse effective _____ (classer en conséquence) 1. Je ne sais pas 2. Moins de 5 min 3. Moins de 15 min 4. Moins de 30 minutes 5. Moins d'une heure 6. Plus d'une heure
Q6.	Combien de fois par semaine vous rendez-vous à l'établissement financier ?	1. 0-1 2. 1-2 3. 2-3 4. 3-4 5. 4-5 6. 5-6 7. 7 ou plus
Q7.	Dans quelle mesure est-il commode pour vous de vous rendre dans votre succursale ?	1. Très commode 2. Quelquefois commode 3. Ni commode, ni mauvais 4. Pas du tout commode 5. Très incommode
Q8.	Comment noteriez-vous votre expérience de votre succursale ?	1. Excellente 2. Bonne 3. Moyens 4. Pas bonne 5. Très mauvaise 6. Je ne sais pas

B PROPRIÉTÉ ET USAGE DU TÉLÉPHONE PORTABLE

Q9.	Êtes-vous disposé à essayer une nouvelle technologie ?	1. Tout à fait disposé 2. Assez disposé 3. Pas du tout disposé
Q10.	Quel type de téléphone mobile possédez-vous ?	1. Je n'ai pas de téléphone Inscrivez le modèle du téléphone ici : 2. écoute de base 3. téléphone intelligent 4. Blackberry 5. Android 6. iPhone
Q11.	Votre téléphone vous permet-il d'accéder à Internet ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;

Q12.	Quel type de forfait utilisez-vous actuellement ?	<input type="checkbox"/> 1. Prépayé <input type="checkbox"/> 2. Postpayé
Q13.	Au cours de l'année dernière, combien de fois avez-vous remplacé votre carte SIM ou numéro de téléphone ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jamais 2. Une fois dans l'année, peut-être 3. Deux fois dans l'année 4. Tous les quelques mois 5. Une fois par mois

C DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Q14.	Quelle est votre activité principale ?	Écrire :	
Q15.	Depuis combien d'années dirigez-vous votre entreprise actuelle ?	Écrire en années :	
Q16.	Combien de jours par semaine votre entreprise est-elle ouverte ?	Entourer 1 2 3 4 5 6 7	
Q17.	Combien d'heures par jour ?	Écrire le nombre total d'heures	
Q18.	Vendez-vous des produits à d'autres entreprises ou faites-vous du commerce de gros comme distributeur auprès d'autres entreprises ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non Si OUI, veuillez décrire	
Q19.	D'après vous, quels sont les avantages d'une entreprise règlementée/sous licence formelle ?	<ul style="list-style-type: none"> • Ne souhaite pas répondre • Entreprise non règlementée • Énumérez les avantages 	

D PERSONNEL

Q20.	Avez-vous des employés ou d'autres personnes travaillant pour votre entreprise ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non SI OUI, COMPLÉTEZ LA SECTION SINON, PASSEZ À LA SECTION SUIVANTE	
Q21.	Quel est le nombre total de vos employés ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre de familles travaillant dans l'entreprise _____ 2. Nombre d'employés _____ 	TOTAL

Q22.	Où vivent vos employés par rapport à la ou les positions géographiques de votre entreprise ?	7. À proximité du lieu de travail 8. Au sein de la même commune 9. Au sein de la même ville 10. Au sein de la même localité 11. Au sein de la même région 12. En dehors de cette région
-------------	--	--

FIN DU FILTRAGE

Je voudrais maintenant vous poser des questions sur les coûts habituels liés à la direction de l'entreprise

(La devise est indiquée HTG dans les sections suivantes)

F COÛTS

		Devise locale	Entourez une réponse – PAR SEMAINE/PAR MOIS
1.	Quel est le montant du loyer de votre site ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
2.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'électricité ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
3.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses d'eau (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
4.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses en essence (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
5.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de salaire (le cas échéant) ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
6.	Quels sont les coûts liés à vos dépenses de transport ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre
7.	Combien avez-vous dépensé pour votre licence commerciale ?	HTG	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
8.	Quel est le pourcentage de vos revenus que vous dépensez en impôts ?	_____%	3. Ne sait pas/A refusé de répondre
9.	Avez-vous d'autres coûts opérationnels récurrents ?	HTG	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non ;
10.	Si oui, veuillez préciser		Énumérez les coûts
11.	Si oui, quelle est votre estimation du total des coûts pour ces dépenses régulières ?	HTG	1. Par semaine 2. Par mois 3. Ne sait pas/A refusé de répondre

G PRÊTS

1.	Détenez-vous actuellement ou avez-vous déjà détenu un prêt ? SINON, PASSEZ À LA QUESTION 6	1. Oui 2. Non
2.	Si oui, auprès d'une personne ou d'une institution ?	1. Personne 2. institution
3.	S'il s'agit d'une institution, lequel ?	(UTILISER LA CARTE D'EMPLACEMENT FI)
4.	Quel est l'aspect le plus difficile dans la gestion d'un prêt ?	Liste
5.	Quelle est la fréquence du remboursement de votre prêt ?	_____ fois par semaine _____ fois par mois
6.	Prêtez-vous parfois de l'argent à vos clients ? Ou offrez-vous des articles à crédit ?	1. Oui 2. Non
7.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Oui 2. Non
8.	Si oui, quelle importance accorderiez-vous au problème ?	4. Mineurs 5. Moyens 6. Majeurs

H SOURCE DES MARCHANDISES

1.	À quelle fréquence achetez-vous des marchandises ou inventaire ?	____ jour ____ semaine ____ mois ____ trimestre
2.	Où achetez-vous vos marchandises ? LAISSEZ RÉPONDRE, INCITEZ À RÉPONDRE SI BESOIN EST : 1. Dépôt 2. Autres marchés 3. Autre entreprise 4. Agriculteurs 5. Amis 6. Grossiste 7. Autre pays 8. Autre	Notez la réponse
3.	Quels modes de paiement utilisez-vous pour acheter vos marchandises ?	Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent 1. Espèces 2. Chèque 3. Transfert de compte à compte 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Remise en argent
4.	En plus du montant du crédit d'impôt, payez-vous d'autres impôts lorsque vous achetez des marchandises au détail ?	1. Non 2. Oui Lesquels _____
5.	Avez-vous passé des accords d'achats avec les grossistes ?	1. Oui 2. Non
6.	Si vous avez répondu oui à la question précédente, recevez-vous un crédit du grossiste ?	1. Oui 2. Non SINON, PASSEZ À LA QUESTION 8
7.	SI OUI, PASSEZ À LA QUESTION 5, les grossistes vous livrent-ils des marchandises ?	1. Oui 2. Non

8.	<p>Quel est l'aspect le plus difficile dans l'approvisionnement en marchandises ?</p> <p>Laissez répondre, incitez à répondre si besoin est :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Transport des marchandises 2. Gestion de l'inventaire 3. Disponibilité saisonnière 	Notez la réponse
----	---	------------------

I VENTES

1.	Combien de clients servez-vous par jour en moyenne ?	
2.	Planifiez-vous le montant de la monnaie dont vous aurez besoin pour servir les clients au début de votre journée de travail ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui _____ HTG 2. Non 3. Ne souhaite pas répondre
3.	Gagnez-vous suffisamment d'argent au cours de la journée pour justifier des dépôts quotidiens dans votre institution financière ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
4.	Vous sentez-vous en sécurité pendant la journée malgré le montant d'argent disponible dans votre entreprise ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
5.	Ramenez-vous chez vous chaque soir l'argent gagné, ou est-il stocké en sécurité dans votre entreprise ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dans mon entreprise 2. Ramène chez moi 3. Ne souhaite pas répondre
6.	Vous sentez-vous en sécurité si vous rentrez chez vous en ayant de l'argent sur vous ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
7.	Avez-vous déjà été dévalisé en exécutant des activités commerciales ? Par exemple, lorsque vous vous rendez à votre travail, dans une institution financière, quand vous rentrez chez vous, quand achetez des marchandises.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
8.	<p>Votre entreprise a-t-elle mis en place les mesures de sécurité suivantes ?</p> <p>Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coffre-fort pour conserver l'argent 2. Agent de sécurité 3. Caméras de sécurité 4. Autre 5. Ne souhaite pas répondre

9.	<p>À qui vendez-vous vos marchandises/services ? (réponses multiples)</p> <p>LAISSEZ LA PERSONNE INTERROGÉE RÉPONDRE SANS AIDE ; si aucune réponse n'est proposée, offrez de l'aide</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membres de la communauté • Domestiques, gardiens (domiciles de tierces personnes) • Ouvriers du bâtiment • Travailleurs de rue • Fonctionnaires • ONG • Sociétés • Étudiants 	
10.	Disposez-vous d'autres sources de revenus ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
11.	Si oui, lesquelles ?	
12.	Connaissez-vous la valeur de vos stocks actuels ? <input type="checkbox"/> Ne sait pas/A refusé de répondre	HTG
13.	Quels modes de paiement acceptez-vous ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Espèces 2. Échange de marchandises 3. Chèque, 4. Carte de débit 5. Carte de crédit 6. Paiements mobiles 7. Virement bancaire 8. Remise en argent
14.	Acceptez-vous plusieurs devises ? <input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	
	Si oui, lesquelles ?	Liste
15.	Existe-t-il des périodes creuses ou de pointe pour vos transactions commerciales ? En d'autres termes, votre entreprise traverse-t-elle des périodes difficiles ou prospères ?	Écrire :
16.	Diriez-vous que votre activité commerciale progresse, s'affaiblit ou est stable ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Progresse 2. S'affaiblit 3. Stable
17.	Avez-vous la capacité de remettre des reçus à vos clients ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oui 2. Non
18.	Si oui, comment ? (papier, texte, ...)	Inscrivez la réponse _____
19.	Comment assurez-vous le suivi de vos transactions quotidiennes ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je ne surveille pas 2. J'utilise un système de

		comptabilité manuelle 3. Je compte simplement l'argent 4. Je compte l'inventaire 5. Je surveille les reçus 6. J'utilise un système de point de vente électronique 7. Autre _____
20.	En plus du montant du crédit d'impôt, vos clients paient-ils des impôts supplémentaires ?	1. Non 2. Oui Si oui, lesquels ?

Précédemment, nous avons abordé le sujet des services d'argent mobile. Nous aimerions parler de la manière d'appliquer ces types de services à votre entreprise.

L'entretien continue...

J DISPONIBILITÉ DU SERVICE D'ARGENT MOBILE

1. Quelles sont les 3 principales méthodes que vous souhaiteriez mettre en place pour recevoir des informations sur les services d'argent mobile ?

MONTRER LA CARTE (entourer les réponses)

Bouche-à-oreille amis/famille	1
Microphone/camion haut-parleur	2
Appel téléphonique	3
Publicités télévisées	4
Publicités radiophoniques	5
Publicités imprimées	6
Panneaux d'affichage/Publicités de plein air/images hors domicile/banderole	7
Leaders communautaires (pasteur, professeur, propriétaires d'entreprise, maire, conseiller municipal, sénateur, député)	8
Courrier physique/Message Haïti	9
Message texte	10
E-mail	11
À l'église	12

À l'école	13
Au travail	14
Autres (veuillez préciser)	15

INTÉRÊT À UTILISER MOBILE MONEY DANS VOTRE ENTREPRISE/TRANSACTION

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
1.	À quel point selon vous, les services monétaires mobiles comme mode de paiement sont-ils attrayants pour les consommateurs ?	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants	LIRE 1. Très attrayants 2. Attrayants 3. Pas attrayants
2.	Quels en sont les avantages, d'après vous ? Qu'est-ce qui vous plaît dans le concept/service ?	• • •	• • •	• • •
3.	Quels sont, selon vous, les problèmes majeurs ayant trait au service monétaire mobile ? Ce que vous n'aimez pas à propos de ce service ?	• • •	• • •	• • •
4.	Seriez-vous prêt(e) à utiliser la monnaie mobile (argent mobile) pour accepter les paiements provenant de vos clients ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
5.	Pensez-vous que vous auriez une clientèle plus vaste si vous acceptiez des paiements mobiles	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
6.	Pensez-vous qu'avoir un compte mobile pour votre entreprise est préférable aux espèces ?	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais	LIRE 1. Tout à fait 2. La plupart du temps 3. Parfois 4. À l'occasion 5. Jamais
7.	Supposez que vos clients vous paient avec de la monnaie mobile. Ensuite, vous pourriez utiliser cette monnaie pour rembourser les prêts directement à partir de votre téléphone sans vous rendre dans une succursale ou une institution financière. Seriez-vous intéressé(e) ?	1. Oui 2. Non	1. Oui 2. Non	1. Oui 2. Non

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)		PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires		PME en F3. Transport	
8.	Si vous aviez de l'argent sur votre compte de monnaie mobile, dans quelle mesure souhaiteriez-vous pouvoir payer votre grossiste par le biais d'un virement mobile s'il acceptait ce type de transaction ?	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	SI LA PERSONNE N'EST PAS INTÉRESSÉE, POSEZ LA QUESTION SUIVANTE ET ALLEZ À LA SECTION SUIVANTE	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	SI LA PERSONNE N'EST PAS INTÉRESSÉE, POSEZ LA QUESTION SUIVANTE ET ALLEZ À LA SECTION SUIVANTE	LIRE 1. Très intéressé(e) 2. Intéressé(e) 3. Pas intéressé(e)	SI LA PERSONNE N'EST PAS INTÉRESSÉE, POSEZ LA QUESTION SUIVANTE ET ALLEZ À LA SECTION SUIVANTE
9.	Si vous pouviez vérifier toutes vos transactions à n'importe quel moment à partir de votre téléphone, serait-ce utile à votre entreprise ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?		<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?		<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non Si oui, pourquoi ?	
10.	Et si vous pouviez recevoir directement les produits nets de vos récoltes au lieu de rendre visite au distributeur ; est-ce que cela réduirait vos coûts ou vous ferait gagner du temps ?			1. Oui 2. Non SI OUI Veuillez expliquer			
11.	En général, à quelle institution faites-vous le plus confiance en ce qui concerne le service monétaire mobile ?	1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre		1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre		1. Établissement financier 2. Opérateur téléphonique 3. Autre	

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
12.	Si l'ouverture d'un compte de monnaie mobile exige que vous déteniez un permis de conduire/un numéro d'identification aux fins de l'impôt (NIF)/un numéro d'identification du client (CIN)/un passeport, est-ce que cela vous dissuaderait de vous inscrire ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
13.	Êtes-vous confronté(e) à des défauts de paiement concernant vos biens et services vendus à des clients ?	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs	1. Mineurs 2. Moyens 3. Majeurs
14.	Avez-vous l'impression de disposer de quantités excessives d'espèces à la fin de la journée ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
15.	<p>Si oui, agiriez-vous comme agent cash-out en dispersant les retraits pour les clients dans vos magasins si :</p> <ul style="list-style-type: none"> • cela minimisait le montant des liquidités que vous deviez stocker ; • réduisait la fréquence de gros dépôts pris à la banque ; et • vous permettait d'être remboursé(e) en ce qui concerne les versements via les transferts électroniques vers l'établissement financier dans lequel se trouve le compte de l'entreprise. <p>Est-ce que cela vous intéresse ?</p>			
16.	Avez-vous l'impression que vous avez des difficultés à disposer de quantités suffisantes d'espèces chaque jour ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non
17.	Si oui, comme précédemment, seriez-vous prêt(e) à accepter des dépôts au nom de prestataires de services bancaires mobiles, en supposant qu'ils ont fourni la formation et la technologie qui conviennent pour cela ?	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non	<input type="checkbox"/> 1. Oui <input type="checkbox"/> 2. Non

	QUESTIONS	PME en F1. Revendeurs/négociants de marchandises (PAP/petite ville rurale)	PME en F2. Agriculteurs/Producteurs alimentaires	PME en F3. Transport
18.	Après notre discussion, seriez-vous intéressé(e) par l'idée qu'une personne puisse vous appeler pour vous donner plus d'informations sur la monnaie mobile ; dans l'affirmative, demandez le numéro de téléphone.			

Merci beaucoup pour le temps que vous nous avez accordé, aujourd'hui.

FIN DE L'ENTRETIEN FORMEL - COMMENCER LA SECTION FINALE L DE FAÇON INFORMELLE. L'enquêteur peut improviser en fonction de la situation.

L ÉTUDES

<p>1</p>	<p><i>Vous êtes très intelligent(e), et je suis vraiment impressionné(e) par votre entreprise.</i></p> <p>Puis-je vous demander quel est votre niveau d'études ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aucune éducation formelle 2. École primaire 3. Collège (10 ou 11 ans) 4. Lycée (12 ou 13 ans) 5. École commerciale/technique 6. Formation universitaire 7. Diplôme universitaire 8. Études supérieures 9. A refusé de préciser
----------	--	---

Date : _____ Nom de l'enquêteur : _____

Annexe B. Outils utilisés/Indiquer les cartes

Le tableau ci-dessous indique une liste d'outils utilisés sur le champ par les collecteurs de données afin de pouvoir recueillir des informations précises et pertinentes conformément aux objectifs de l'enquête.

<p>Canaux de communication préférés Montrer les cartes pour inviter des réponses</p>	
--	--

Démonstration d'argent mobile (impression d'écrans) et comment cela fonctionne

SEVIS LAJAN NAN TELEFON

Se yon sevis ki itilize telefon ou pou fe tranzaksyon kob. Ou kapab fe bagay sa yo avel:

- Anregistreman Gratis
- Depoze lajan nan yon kote ki otorize fe sa
- Retire lajan nan yon kote ki otorize fe sa
- Transfe lajan bay yon lot moun
- Peve yon machandiz kote ki aksepte mwayen sa.

Lajanw an sekirite, siw pedi telefon ou, ou pa pedi lajanw.

Meni tchotcho mobile



Pèman





Voye lajan





- Lettre de présentation (mandat de travail)
- Liste des institutions financières selon les zones

Présentation sur les objectifs de l'enquête et les questionnaires



Simulation d'interrogation



Vidéo de présentation du discours téléchargée sur les smartphones pour que les collecteurs de données la présentent aux répondants et développent la confiance.

Script :

Pou komanse, Map di nou yon gwo Bonjou,

Mèsi anpil deske ou koumanse pa aksepte gade ti video sa.

Nou pran tan nou pou nou fe ti video sa, paske nou vle ou konprann enpotans travay ki ap pral fet la.

Tou dabo, map prezante ou kiyès kap fe travay sa. Mwen se youn nan repranzantan enstitisyon kap fe travay sa.

Enstitisyon sa rele DAGMAR. DAGMAR ap kolabore ansanm ak Le "Konsey mondyal koroperativ" WOCCU pou reyalize travay sa. E kom ou konnen sa deja, tout travay enstitisyon sa yo ap mennen se pou we kouman pou yo amelyore kondisyon kominote yo parapo a de seri de pwoje ki ap fet.

Moun sa kila avew jodia pral pozew kek ti kesyon sou kòman lavi an ye lè'w se yon Komèsan, kisa biznis ou a ye menm, kisa ki gen ladann ak yon latriye lot kesyon sou menm sije a.

Travay sa ap fèt la pou eseye apresye sa ke moun yo komprann de sevis ki deja sou mache a epi poze keksyon sou potansyel sevis ki ka genyen pi devan, men ki poko devlope. Bi travay sa se pou enfliyans konpayi teknolojik ak enstitisyon finansye yo vini ak de sevis ki ta bay moun yon maximum avantaj.

Youn nan bagay enpotan pou konnen , seke tout enfomasyon ou pral bay yo ap rete konfidantiel / ki vle di yap rete sekre.

pou sa ka fet rapidman, Tanpri metew alez, epi mete moun ki pral pale avew la alez tou, ...

Mesi anpil, kenbe la !!!

