

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

**Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence**  
**Résumé du rapport de recherche**

**Auteurs : Karl Moore, Université McGill, et William C.T. Polushin, AMAXIS Inc.**

**Titre : Analyse des problèmes auxquels se heurtent les PME**

**Aspects abordés :**

- Petites et moyennes entreprises (PME)
- Productivité et compétitivité
- Initiatives gouvernementales de soutien aux PME

*Petites et moyennes entreprises (PME) au Canada*

Il existe maintes façons de définir une PME en fonction du pays où elle se trouve : selon la taille de l'entreprise, son chiffre d'affaires, ses revenus, son actif ou le nombre d'employés. Pour les auteurs, la définition d'une PME est celle du Programme de recherche sur le financement des PME du gouvernement du Canada, à savoir une entreprise à but lucratif qui compte moins de 500 employés et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 50 millions de dollars.

D'après le Programme de recherche sur le financement des PME, le Canada comptait environ 1,4 million de petites et moyennes entreprises en 2004. Géographiquement, leur répartition est à peu près la même que celle de la population. Une proportion de 66 p. 100 sont établies dans le secteur des services, 22 p. 100 dans la production de biens et 12 p. 100 dans le secteur de l'exploitation des ressources naturelles. Enfin, 99,7 p. 100 d'entre elles employaient moins de 100 salariés. Le Registre des entreprises de Statistique Canada recensait 2,4 millions d'établissements commerciaux en juin 2007 parmi lesquels seuls 45 p. 100 comptaient au moins un employé. Les entreprises individuelles prédominaient dans l'industrie du savoir, les services professionnels et l'agriculture.

Les PME pèsent lourd dans les exportations canadiennes, mais dans l'ensemble des échanges commerciaux, ce sont les grandes entreprises qui dominent. Seulement 1,4 p. 100 des petites entreprises exportent contre 27 p. 100 des moyennes entreprises et 37,7 p. 100 des grandes entreprises. En 2005, 72 p. 100 des établissements exportateurs ont exporté pour moins de 1 million de dollars, soit seulement 2 p. 100 de la valeur des exportations de marchandises : 83 p. 100 de ces exportations ont été réalisés par 4 p. 100 des établissements exportateurs.

Ceci étant, les petites entreprises peuvent également prendre part aux échanges en important ou, indirectement, en intégrant les chaînes d'approvisionnement d'entreprises plus grandes tournées vers l'exportation. Les PME familiales se lancent peu sur les marchés internationaux par rapport aux autres PME, ce qui est en partie dû à un faible accès aux ressources.

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

Il existe six types de PME : celles qui font partie de la chaîne d'approvisionnement d'une entreprise phare multinationale (et qui pourraient accroître leurs activités à l'international pour la suivre); les PME qui sont des filiales canadiennes d'une multinationale étrangère (et qui pourraient remporter des mandats mondiaux de fabrication de produits ou de recherche-développement et intégrer un réseau d'entreprises de Centres d'excellence); les PME qui se sont progressivement implantées sur le marché international; les PME qui s'attaquent aux marchés étrangers dès le départ; les PME dont la stratégie se concentre principalement ou exclusivement sur l'Amérique du Nord; les PME familiales (dans la plupart des cas, la génération suivante prendra la tête de l'entreprise au cours des 15 prochaines années, ce qui pourrait entraîner une ouverture sur l'international).

### *Barrières auxquelles sont confrontées les PME à l'échelle internationale*

Les principales barrières en matière d'innovation auxquelles se heurtent les PME et que recensent les ouvrages englobent une insuffisance de ressources financières et humaines (dont des compétences en matière de leadership et de technologies de l'information), la priorité accordée au temps et aux coûts par rapport à d'autres facteurs essentiels, l'absence de mesures incitatives et de motivation favorisant le développement de nouveaux produits et les changements en général, l'inexistence d'une procédure bien établie, des pratiques de collectes et d'analyses de données inadéquates (p. ex. sur la concurrence, la rentabilité du développement de produits, l'importance de la conception, etc.) et une importance trop grande accordée à la technologie et insuffisante accordée à la commercialisation et à la communication.

Pour les PME, les principaux obstacles à la pénétration des marchés internationaux qui se sont liés aux connaissances et aux compétences : les entreprises manquent de connaissances au sujet des marchés internationaux; elles n'ont pas de stratégie à long terme concernant la production, les différences linguistiques et culturelles, leur structure organisationnelle et leurs compétences en gestion; elles ne possèdent pas suffisamment de connaissances et de relations afin de se consacrer efficacement à la logistique, aux réseaux de production, à l'approvisionnement en matériel, à la communication à l'échelle internationale, à la gestion des opérations de change, aux fonctions d'externalisation comme la logistique, et afin de nouer des alliances stratégiques. La gestion du risque à l'étranger préoccupe davantage les petites entreprises que les grandes. Les petites entreprises s'adaptent généralement plus lentement aux nouvelles technologies de l'information et des communications, y compris Internet, probablement en raison de contraintes de temps et d'argent.

Les PME devraient mettre en place, à un stade précoce, des activités de commercialisation dynamiques et continues, et prêter davantage attention à la gestion de marque et au réseautage. Pour mieux gérer la chaîne d'approvisionnement, on favorise les solutions clés en main et la collaboration horizontale avec d'autres PME afin d'avoir accès à des méthodes modernes de planification et de contrôle. Les PME qui ciblent systématiquement les marchés

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

internationaux, réalisent des études de marché, procèdent à des missions de collecte d'information, ont recours à des données statistiques publiées et suivent l'actualité commerciale, semblent obtenir de meilleurs résultats que celles qui improvisent des solutions. Pour surmonter efficacement l'obstacle que constitue leur petite taille, des PME participent à des réseaux horizontaux, par exemple des réseaux de production répartie, First North (marché boursier parallèle pour les petites sociétés) et des marchés électroniques permettant d'externaliser les activités de TI.

#### *Soutien gouvernemental apporté aux PME dans les autres pays*

Aux États-Unis, les petites entreprises bénéficient du soutien du *Small Business Agenda* qui émane du bureau du président. Créée en 1953 aux termes de la *Small Business Act*, la Small Business Administration (SBA) des États-Unis est un organisme indépendant du gouvernement fédéral qui a pour mandat d'aider et de conseiller les petites entreprises, de veiller aux intérêts des petites entreprises commerciales et de protéger ces intérêts. La SBA s'emploie donc à renforcer la capacité des petites entreprises d'exporter et de soutenir la concurrence provenant du marché de l'importation, à favoriser le transfert des technologies, à accroître l'accès des PME au capital à long terme, à diffuser de l'information et à représenter les intérêts des PME dans les négociations commerciales internationales. Les programmes de cet organisme portent notamment sur une aide technique, une aide financière, une aide en matière de passation de marchés, une aide en cas de sinistre, une aide juridique, une formation en ligne et des programmes ciblant des groupes particuliers.

En 2006, le ministère fédéral de l'Économie et des Technologies de l'Allemagne a lancé une initiative destinée aux petites et moyennes entreprises. Cette initiative vise notamment à créer un contexte commercial favorable par la voie de diverses réformes fiscales; à aplanir les obstacles d'ordre administratif; à aider les jeunes entreprises commerciales (notamment grâce à la plateforme Internet « startothek »); à mettre en œuvre diverses mesures visant à encourager l'innovation et la collaboration entre les établissements universitaires et les PME; à moderniser la formation professionnelle; à améliorer l'accès des PME au capital; à mobiliser du capital-risque grâce à une amélioration de la réglementation et des mesures fiscales et à l'octroi direct d'un capital de démarrage; à épauler les PME dans leurs activités internationales en les représentant dans le cadre de négociations, en offrant des garanties pour l'obtention de crédit ou d'investissements, et en mettant à leur disposition un programme de foires commerciales à l'étranger et des chambres de commerce allemandes dans le monde.

Le Small Business Service du Royaume-Uni, chapeauté par le ministère du Commerce, des Entreprises et des Réformes réglementaires (BERR) a mis sur pied en 2002 un cadre stratégique favorisant une approche pangouvernementale d'aide aux petites entreprises. Cette approche repose sur sept thèmes : forger une culture d'entreprise, dynamiser le marché des jeunes entreprises, renforcer la capacité de croissance des petites entreprises, améliorer l'accès de celles-ci

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

aux capitaux, encourager l'esprit d'initiative dans les collectivités défavorisées ou dans les groupes sous-représentés; améliorer l'expérience que font les petites entreprises des services gouvernementaux et améliorer la réglementation et les politiques.

L'Union européenne a commencé à structurer une politique destinée aux PME qui encourage les compétences liées à l'esprit d'entreprise, à l'innovation et à la mondialisation. Toute une variété d'initiatives ont été lancées dans l'Union européenne pour encourager le développement des PME, tout particulièrement dans cinq domaines clés : la promotion des talents d'entrepreneur, l'amélioration de l'accès des PME aux marchés, l'allègement des formalités administratives, le renforcement du potentiel de croissance des PME et l'accroissement du dialogue et de la consultation avec les PME.

La stratégie de la Commission à l'égard des PME consiste à appliquer le principe du « Penser aux PME d'abord » afin de simplifier le contexte commercial des PME en réduisant les coûts administratifs, en simplifiant et en accélérant les procédures auxquelles les entreprises doivent se plier, en améliorant l'accès aux marchés et en permettant à ces entreprises d'être plus compétitives, plus facilement. La Commission européenne prévoit adopter une loi sur les petites entreprises. Parmi les principaux éléments de cette loi figurent la création d'une catégorie d'entreprise privée adaptée aux besoins des PME; la dispense de certaines obligations juridiques restrictives; un accès simplifié au capital de risque; la protection des idées; l'appui au recrutement et à la fidélisation du personnel; la simplification de la participation des PME aux appels d'offres publics et aux programmes de recherche-développement; des relations plus étroites avec les centres universitaires et les centres de recherche; l'octroi d'une nouvelle chance aux entrepreneurs en cas de faillite.

La Commission collabore avec les États membres afin de faciliter le partage des expériences et des outils permettant de favoriser efficacement l'esprit d'entreprise; par exemple, la mise en place des mini-entreprises dans les écoles permet aux élèves de faire l'expérience des affaires. Elle vise également à encourager l'innovation et la compétitivité ainsi qu'à soutenir les activités internationales des PME. Elle a mis en place un portail européen des emplois et aide les États membres à simplifier les procédures d'embauche. Elle appuie aussi la formation linguistique et professionnelle, déploie des efforts pour alléger les formalités administratives et soutenir le commerce électronique, les technologies de l'information et des communications, les autres technologies de pointe ainsi que le réseautage entre les pays européens. Elle encourage également les échanges avec d'autres régions du monde. Elle a également nommé un émissaire des PME pour instaurer le dialogue entre les PME et la Commission européenne.

#### *Soutien gouvernemental apporté aux PME au Canada*

Au Canada, l'appui dont bénéficient les PME se reflète dans diverses initiatives dans le domaine industriel et dans le domaine des affaires étrangères.

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

Par exemple, PerIE est un service en ligne qui offre aux entreprises canadiennes un point d'accès unique aux renseignements sur les permis et les licences de tous les ordres de gouvernement. En outre, le Bureau des petites et moyennes entreprises aide les entreprises à utiliser le système d'approvisionnement du gouvernement.

L'ensemble des initiatives canadiennes destinées aux PME répond aux mêmes besoins que les initiatives adoptées aux États-Unis et qu'en Europe, notamment permettre aux citoyens de créer et de démarrer une entreprise, réduire les formalités administratives, faciliter l'accès des petites entreprises aux capitaux, renforcer la capacité des PME à exporter et simplifier l'accès aux marchés publics; toutefois, il n'existe pas encore de programme complet de soutien aux petites entreprises.

Au Canada, 95 p. 100 des entreprises comptent moins de 50 employés, et 98 p. 100 des PME de l'industrie du savoir comptent moins de 20 employés. Ces entreprises disposent de peu de moyens pour concevoir et mettre en place des campagnes durables à l'échelle internationale. Le gouvernement pourrait jouer un rôle de partenaire en proposant des solutions innovantes, utiles et efficaces à ces entreprises en vue de créer des réseaux internationaux et des plateformes commerciales que les PME pourraient utiliser pour avoir un accès accru à des acheteurs, à des fournisseurs et à des partenaires. L'État pourrait de fait créer une « masse virtuelle » pour les PME.

## Conclusions

Les mesures du Canada à l'égard des PME devraient être aussi dynamiques que celles des autres principaux pays industrialisés. Le Canada a besoin d'un programme spécifique, intégré et complet destiné aux petites entreprises, qui, de la même façon que les entreprises canadiennes le font lorsqu'elles mettent sur pied des stratégies concurrentielles, devrait être fondé sur un principe d'adoption des pratiques exemplaires mondiales. Ce programme destiné aux petites entreprises doit permettre d'instaurer l'esprit d'entreprise d'une nation commerçante et mettre sur pied un organisme fédéral indépendant qui assurerait l'intégration, la cohérence et la gestion des programmes destinés aux PME. Ces programmes devraient être supervisés par un ministre chevronné.

Dans ce cadre, les PME devraient collaborer au sein de réseaux afin d'atteindre une masse critique. Le Canada devrait tenter de former des grappes commerciales : des réseaux commerciaux permettant d'accroître les échanges et le flux des investissements entre les régions. Par exemple, les 14 chambres de commerce canadiennes bilatérales (ou associations commerciales du même type) qui existent en Amérique devraient constituer un ensemble intégré, ce qui permettrait d'obtenir un réseau de plus de 1 000 entreprises en Amérique latine et dans les Caraïbes. Les chambres de commerce américaines (AmChams), qui sont désormais présentes dans plus de 80 pays, forment un réseau similaire qui s'est avéré une plateforme d'internationalisation efficace pour les sociétés américaines, plus particulièrement les PME, lorsque celles-ci s'efforcent d'entreprendre des activités à l'étranger.

Le présent document constitue un résumé de recherche commandé pour les besoins du Groupe d'étude sur les politiques en matière de concurrence. Les rapports demeurent la responsabilité des chercheurs. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent pas nécessairement celles du Groupe d'étude ou du Secrétariat.

Le gouvernement du Canada doit agir comme partenaire actif afin de tirer le meilleur parti de ce réseau étant donné les contraintes de taille et de ressources auxquelles se heurtent les chambres de commerce bilatérales. Il faudrait former des partenariats privé-public dans le cadre d'initiatives d'expansion des échanges internationaux et de l'investissement pour aider les entreprises à mettre en œuvre leur plan d'affaires international sur la base de remboursement des dépenses, comme le fait la chambre canadienne de l'industrie et du commerce de l'Allemagne.