

# B

## Le commerce des services en chiffres

La présente section montre l'importance du commerce des services dans l'économie mondiale en s'appuyant sur un ensemble de données expérimental établi par l'OMC, appelé TISMOS (Trade in Services by Modes of Supply – Données sur le commerce des services par mode de fourniture). Cet ensemble de données rend compte des services fournis selon les quatre modes définis dans l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) de l'OMC; les statistiques traditionnelles sur le commerce des services ne portent que sur trois des quatre modes de fourniture de l'AGCS. La présente section traite aussi de la participation des économies en développement, y compris les pays les moins avancés (PMA), de l'importance des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et du rôle des femmes dans le commerce des services. Enfin, elle étudie la part de valeur ajoutée des services dans les chaînes de valeur mondiales.



## Table des matières

1. Évolution du commerce des services	24
2. Le commerce mondial des services selon tous les modes de fourniture représente 13 300 milliards de dollars EU	24
3. Qui pratique le commerce des services ?	34
4. Quel est le rôle des services dans les chaînes de valeur mondiales ?	49

### Faits saillants et principales constatations

- Le commerce des services a progressé plus rapidement que le commerce des marchandises entre 2005 et 2017, à un rythme de 5,4% par an en moyenne.
- La présence commerciale (mode 3) est le principal mode de fourniture de services au niveau mondial, représentant près de 60% du commerce des services en 2017.
- La contribution des économies en développement au commerce des services a augmenté de plus de 10% entre 2005 et 2017, mais reste largement concentrée dans cinq économies.
- Les MPME de services commencent à exporter plus rapidement que les MPME manufacturières. Les entreprises appartenant à des femmes sont sous-représentées dans les exportations de services, mais moins que dans le secteur manufacturier.
- La valeur ajoutée des services représente près de la moitié de la valeur des échanges internationaux de marchandises et de services.



## 1. Évolution du commerce des services

Le commerce international des services joue un rôle de plus en plus important dans l'économie mondiale et dans la vie quotidienne. Toutefois, les participants au marché ne saisissent pas toujours pleinement l'ampleur de ces échanges. Lorsqu'un consommateur achète un smartphone ou une voiture fabriqués dans un pays autre que le sien, il sait pertinemment que cela relève du commerce international. Mais il est moins courant que les consommateurs réalisent qu'ils participent au commerce international quand ils vont au restaurant lors d'un voyage à l'étranger ou quand ils utilisent un service de covoiturage étranger dans leur propre pays. Les nombreux services qui entrent dans la fabrication et la distribution des biens de consommation peuvent être encore moins évidents pour les utilisateurs de ces produits. La difficulté de cerner le commerce des services est illustrée par la tribune d'Alan Beattie (voir page 25).

Certaines erreurs d'appréciation de l'importance du commerce international des services résultent de leurs caractéristiques intrinsèques, à savoir leur caractère immatériel et non stockable. Toutefois, les nouvelles technologies contribuent à faciliter leur commercialisation.

Le commerce international des services peut se faire de nombreuses façons, appelées « modes de fourniture ». L'Accord général sur le commerce des services (AGCS) de l'OMC définit le commerce des services selon quatre modes de fourniture :

- la *fourniture transfrontières* (mode 1) : les services sont fournis en provenance du territoire d'un Membre (un Membre de l'OMC par exemple) et à destination du territoire de tout autre Membre, notamment via Internet.
- la *consommation à l'étranger* (mode 2) : les services sont fournis sur le territoire d'un Membre à l'intention d'un consommateur de tout autre Membre, comme les services relatifs au tourisme.
- la *présence commerciale* (mode 3) : les services sont fournis par un fournisseur de services d'un Membre, grâce à une présence commerciale sur le territoire de tout autre Membre, ce qui est le cas, par exemple, lorsqu'on établit une filiale contrôlée dans un pays étranger pour desservir le marché local.
- la *présence de personnes physiques* (mode 4) : un fournisseur d'un Membre fournit des services grâce à la présence de personnes physiques sur le territoire d'un autre Membre, comme des consultants.

La fourniture de services par le biais du commerce transfrontières est peut-être le mode le plus facilement associé au commerce international. On peut citer comme exemples les services de consultations par téléphone ou les services juridiques fournis dans un pays à des clients d'autres pays par courrier électronique ou vidéo. Les dépenses des touristes dans d'autres pays que les leurs et les études à l'étranger sont deux exemples courants de consommation à l'étranger. Il y a une présence commerciale lorsqu'un détaillant ou une banque à capitaux étrangers fournit des services aux consommateurs locaux. Enfin, le déplacement temporaire à l'étranger d'un architecte ou d'un ingénieur pour fournir ses services est un exemple de services fournis grâce à la présence de personnes physiques.

Les statisticiens rencontrent plusieurs difficultés pour classer et mesurer le commerce des services. Dans certains cas, la distinction entre le commerce des marchandises et le commerce des services n'est pas très nette. Par exemple, la diffusion en continu d'un film à partir d'une plate-forme numérique établie dans un autre pays est classée dans le commerce de services, mais si le film est enregistré sur un DVD importé, on considère que cela relève du commerce des marchandises.

Les services peuvent aussi entrer dans des processus de production manufacturière, soit sous la forme d'intrants de haute valeur, comme les services d'ingénierie, soit sous la forme d'intrants de plus faible valeur comme le montage – auquel cas ils sont considérés comme des intrants dans une transaction internationale de marchandises. Les statistiques du commerce en valeur ajoutée montrent l'importance des services en tant qu'intrants dans le commerce international de marchandises et de services.

## 2. Le commerce mondial des services selon tous les modes de fourniture représente 13 300 milliards de dollars EU

Selon TISMOS (voir l'encadré B.1), le commerce mondial des services commerciaux a représenté 13 300 milliards de dollars EU en 2017. Ces estimations donnent une image détaillée des services dans le commerce mondial dans le cadre d'accords internationaux comme l'AGCS. Le commerce des services a progressé de 5,4% par an en moyenne depuis 2005, soit plus vite que le commerce des marchandises, dont la croissance annuelle a été de 4,6%.

La figure B.1 montre l'importance des quatre modes de fourniture de services. Avec une valeur de 7 800 milliards de dollars EU, les ventes<sup>1</sup> effectuées par l'établissement de filiales étrangères dans le monde

## Les services, absents des médias

Chaque fois qu'un journal a besoin d'illustrer un article sur le commerce, il reprend au moins 7 fois sur 10 une photographie de conteneurs de 20 pieds empilés sur un cargo ou sur un quai. C'est une tendance naturelle, reflétant généralement un parti pris, dans l'écriture elle-même, pour les marchandises plutôt que pour les services – et une tendance à utiliser des exemples concernant l'industrie manufacturière ou l'agriculture pour illustrer les concepts fondamentaux du commerce transfrontières. Dans un article sur une question aussi générale que le commerce, les lecteurs ont besoin d'exemples concrets.

Pour les médias, le manque d'intérêt pour le commerce des services va au-delà du souci de faciliter la compréhension et l'illustration, et ce pour plusieurs raisons.

Premièrement, le journalisme se nourrit des conflits, et il est rare que le commerce des services fasse l'objet de différends importants. Depuis l'accession de la Chine à l'OMC, par exemple, les seuls différends très médiatisés avec l'Union européenne et les États-Unis ont porté sur les vêtements, les panneaux solaires, les méthodes de défense commerciale et le statut de pays à économie autre que de marché. Même entre l'Union européenne et les États-Unis, deux économies avancées où la part des services dans le commerce bilatéral a eu tendance à augmenter, les principaux différends ont porté sur les subventions aux aéronefs et les bananes plutôt que sur l'harmonisation des normes comptables.

Deuxièmement, les secteurs de services sont souvent moins actifs que les secteurs manufacturiers dans le lobbying et la communication et ont donc moins de chances d'obtenir une couverture médiatique.

Les négociations sur le Brexit en sont un exemple. Le débat au Royaume-Uni a porté en grande partie sur la production automobile, qui est en partie localisée dans des régions précédemment en déclin et qui symbolise la revitalisation industrielle fondée sur le Marché unique européen. Les constructeurs automobiles sont bien organisés, à la fois collectivement, dans le cadre de la Society of Motor Manufacturers and Traders, et individuellement dans le cadre d'entreprises comme Nissan et Honda.

L'agriculture et la pêche ont aussi occupé une place importante dans les débats, qu'il s'agisse de la menace des importations de poulet américain lavé au chlore ou du sort de la flotte de pêche hauturière de la Grande-Bretagne en proie à de graves difficultés. La faible part de ces activités dans le PIB du Royaume-Uni – à coup sûr, Harrods crée plus de valeur que le secteur de la pêche britannique tout entier – compte moins que leur valeur symbolique et sentimentale.

À l'inverse, bien que la finance et les secteurs connexes comme les services aux entreprises et les services juridiques représentent une plus large part de l'économie que la construction automobile, ils sont eux-mêmes divisés entre différents groupes de pression. Ils se sont efforcés d'attirer l'attention sur la grave perte d'activité économique et d'emplois que pourrait entraîner le retrait du Marché unique européen. Les banques et les établissements financiers sont plus habitués à défendre leurs intérêts auprès des organismes de réglementation nationaux et des instances établissant les règles internationales, comme le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire, que dans les négociations

commerciales, qui ont peu porté, traditionnellement, sur les services financiers.

Troisièmement, non seulement le secteur a une faible valeur symbolique et manque de compétences en matière de lobbying, mais les accords dans ce domaine sont si complexes qu'ils ne favorisent pas une couverture médiatique. Il est relativement plus facile, par exemple, de suivre et de décrire les discussions sur les tarifs agricoles et les contingents que de traiter du processus habituel de demandes et d'offres secteur par secteur dans le domaine des services ou des annexes des accords de libre-échange sur la coopération réglementaire concernant les qualifications professionnelles. Les négociations sur l'Accord sur le commerce des services ont eu relativement peu d'écho, non seulement parce qu'elles étaient tenues assez secrètes mais aussi parce qu'il est difficile de rendre compte de négociations dans lesquelles des dizaines de sous-secteurs soumis à des réglementations différentes sont examinés simultanément.

Il n'y a pas de solution automatique pour améliorer la couverture des services dans les médias. Il faudrait pour cela que les entreprises et les responsables du commerce communiquent mieux avec les journalistes – notamment en donnant des exemples faciles à comprendre – et que les journalistes fassent un effort pour en parler. Pour que les services gagnent en visibilité, il faudrait qu'éclate une grande guerre commerciale transatlantique ou transpacifique dans un secteur de service particulier. Mais ce serait sans doute une façon un peu excessive de faire les choses.

**Encadré B.1 : Qu'est-ce que TISMOS ?**

Faute de données officielles détaillées sur le commerce des services par mode de fourniture, l'OMC a établi un ensemble de données « expérimental » appelé TISMOS (Trade in Services by Mode of Supply – Données sur le commerce des services par mode de fourniture). Cet ensemble de données utilise à la fois des chiffres officiels et des estimations pour rendre compte des exportations et des importations de services d'environ 200 économies de 2005 à 2017. Il ventile les données par secteur et fournit la toute première estimation détaillée du volume du commerce des services selon les 4 modes de fourniture définis dans l'Accord général sur le commerce des services de l'OMC. TISMOS part de plusieurs hypothèses et les statistiques sont ajustées pour tenir compte de la portée du commerce des services dans les traités internationaux ou régionaux comme l'AGCS. Pour de plus amples explications, voir: [https://www.wto.org/french/res\\_f/statis\\_f/trade\\_datasets\\_f.htm#TISMOS](https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/trade_datasets_f.htm#TISMOS).

TISMOS se fonde sur l'édition 2010 du *Manuel des statistiques du commerce international des services* (MSCIS 2010), qui propose deux cadres statistiques pour l'établissement des statistiques du commerce international des services: les statistiques de la balance des paiements et les statistiques du commerce des filiales étrangères (FATS). La balance des paiements d'une économie donne des renseignements sur les transactions de services pour la fourniture transfrontières (mode 1), la consommation à l'étranger (mode 2) et la présence de personnes physiques (mode 4), et les statistiques du commerce des filiales étrangères (FATS) informent sur le commerce via une présence commerciale (mode 3).<sup>2</sup>

TISMOS affecte les transactions de services enregistrées dans la balance des paiements d'une économie à un mode de fourniture dominant ou, s'il n'y a pas de mode dominant, au mode le plus important (c'est ce que l'on appelle « l'approche simplifiée »). Quand cela est possible, des études par pays sont prises en compte pour affiner l'attribution par défaut (on parle alors d'« approche simplifiée renforcée »).

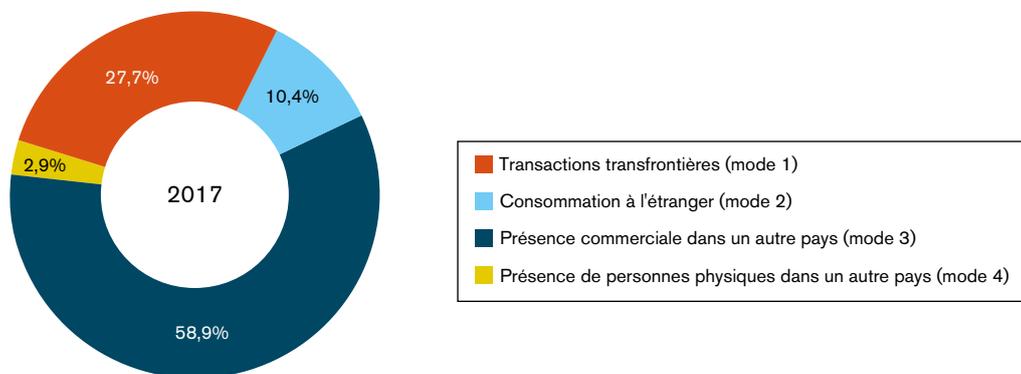
Comme indiqué plus haut, le cadre FATS est utilisé pour estimer le commerce via une présence commerciale. Un ensemble de données mondial sur les FATS, classées par activité (Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI)), a été établi.

TISMOS combine les deux ensembles de données au moyen d'un tableau de correspondance et évalue l'importance relative des modes de fourniture dans le commerce international des services au niveau des pays. On obtient ensuite des agrégats sectoriels et régionaux. TISMOS est un ensemble de données analytique et non statistique car, comme indiqué plus haut, il s'appuie sur des hypothèses et des estimations. Il vise principalement à fournir des renseignements pour le suivi, la recherche et la modélisation économique.

Les liens entre les modes de fourniture sont indiqués dans une certaine mesure par l'utilisation des statistiques existantes de la balance des paiements et des filiales étrangères. On espère que TISMOS deviendra à terme une référence internationale à laquelle les statisticiens et les universitaires pourront contribuer. Une fois que les compilateurs de données auront enregistré les modes de fourniture dans leurs recueils de données, TISMOS pourra devenir un ensemble de données statistiques.

**Figure B.1 : La présence commerciale est le mode de fourniture de services le plus important**

Commerce mondial des services commerciaux par mode de fourniture, 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Note : Le commerce mondial est calculé comme la moyenne des exportations et des importations mondiales.

(mode 3) constituent le principal mode de fourniture de services au niveau mondial (58,9%), sans changement depuis 2005. Les services financiers et les services de distribution représentent ensemble la moitié environ de cette valeur.

Les transactions de services transfrontières (mode 1), y compris par des moyens électroniques, ont représenté au total 3 700 milliards de dollars EU en 2017, soit une part de 27,7%. Le commerce transfrontières se répartit entre différents secteurs de services, y compris les services de transport, les services professionnels et services aux entreprises, les services de distribution, les services de communication et les services informatiques et activités connexes.

Les services consommés dans d'autres pays (mode 2) ont représenté 1 400 milliards de dollars EU et 10,4% du commerce total des services, le tourisme représentant plus de 60% de la valeur.

Les services fournis grâce à la présence de personnes physiques à l'étranger (mode 4) ne représentent que 400 milliards de dollars EU, soit 2,9% du commerce mondial des services, mais cette part peut varier selon les économies ou les secteurs.

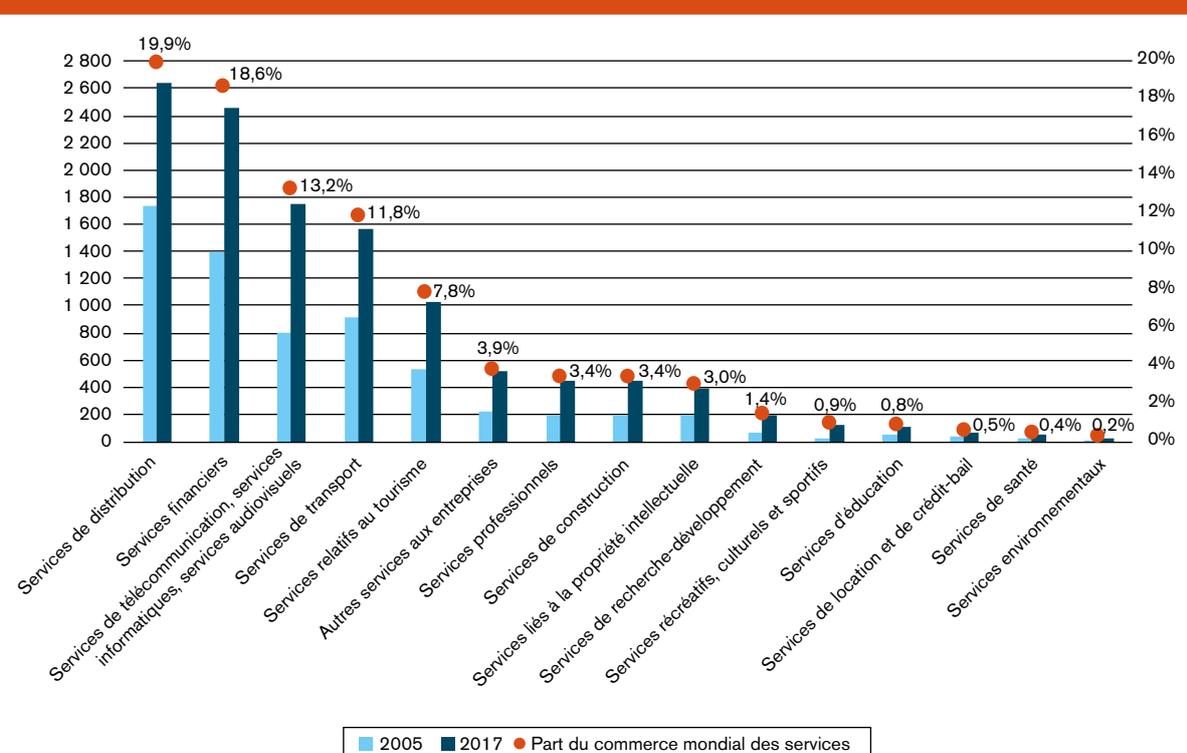
La figure B.2 montre l'évolution du commerce des services par secteur. Les services informatiques, les services de recherche-développement (R&D) et les services de santé ont enregistré une croissance très rapide, d'au moins 10% par an en moyenne, depuis 2005, et beaucoup d'autres secteurs de services ont suivi de près.

Les services de distribution et les services financiers sont les services les plus échangés dans le monde, représentant, respectivement, 2 634 et 2 463 milliards de dollars EU, soit 19,9% et 18,6% du commerce total des services en 2017.

Les grossistes et les détaillants jouent un rôle crucial dans le commerce international en mettant en relation les producteurs et les consommateurs dans le monde entier, assurant ainsi l'accès des consommateurs à diverses marchandises à des prix compétitifs. Le secteur financier est le pilier de l'économie; l'une de ses principales fonctions est de faciliter les transactions internationales en assurant la fluidité des échanges de marchandises et de services entre les pays, tout en gérant les risques associés à ces flux.

**Figure B.2 : Les services de distribution et les services financiers sont les services les plus échangés<sup>3</sup>**

Commerce mondial des services commerciaux par secteur, 2005 et 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Note : Le commerce mondial est calculé comme la moyenne des exportations et des importations mondiales.

Selon les estimations, le commerce mondial des services financiers et des services de distribution se fait principalement par l'établissement d'une présence commerciale dans d'autres pays (mode 3). En 2017, environ 77% des services financiers, soit quelque 1 941 milliards de dollars EU, et plus de 70% des services de distribution, soit quelque 1 852 milliards de dollars EU, ont été échangés dans le monde par le biais de filiales étrangères.

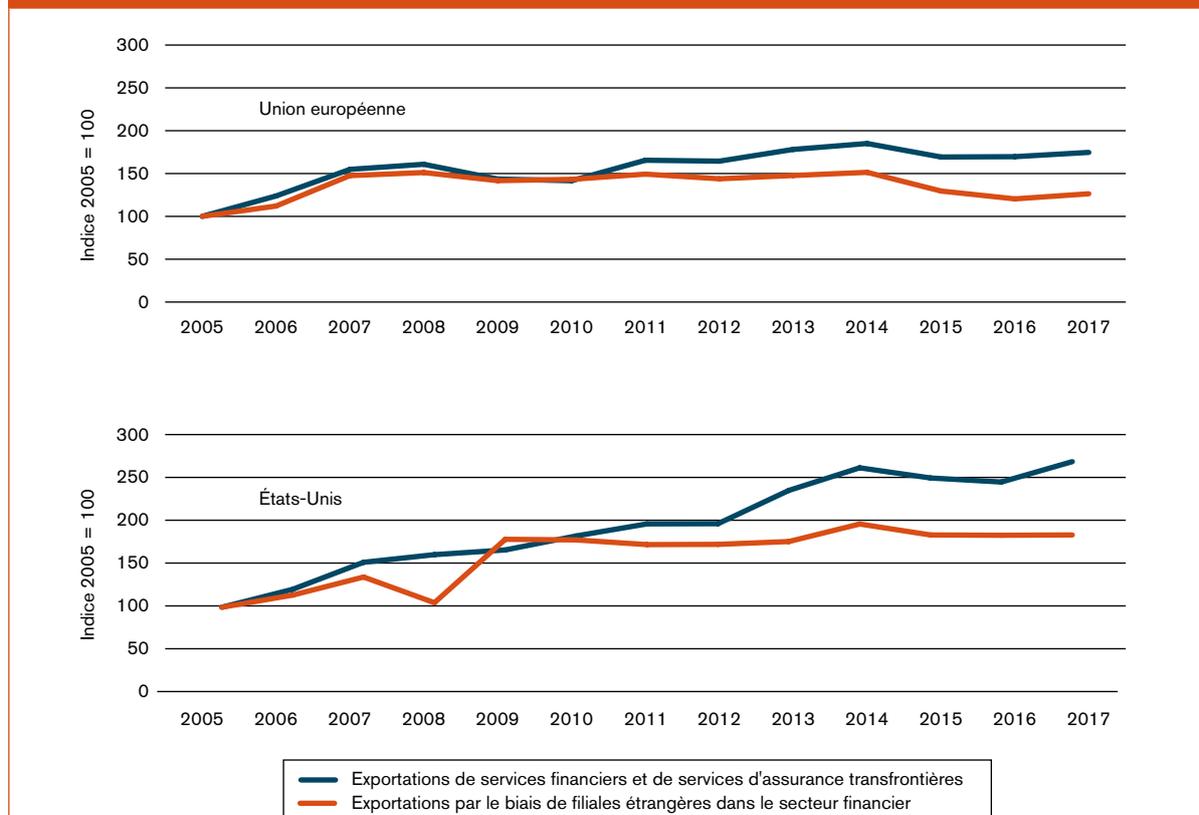
Toutefois, la numérisation croissante, les services bancaires en ligne et mobiles et les ventes en ligne transforment les modèles économiques des secteurs de la finance et de la distribution. Bien que les banques et les autres établissements de services financiers conservent des filiales à l'étranger pour leurs opérations, ils s'adaptent aux évolutions des préférences des consommateurs en offrant de plus en plus de services en ligne, allant des paiements par carte de crédit à la gestion financière. Les compagnies d'assurance font qu'il est désormais possible de souscrire une assurance et de soumettre

des demandes d'indemnisation en ligne. Ce ne sont que quelques exemples des services transfrontières en ligne que la numérisation devrait apporter au secteur dans un avenir proche.

En conséquence, la part des exportations de services par le biais de succursales et de filiales établies à l'étranger diminue dans les principales économies commerçantes développées. Par exemple, dans l'Union européenne, cette tendance s'est amorcée dans le secteur financier après la crise financière mondiale de 2008-2009, parallèlement à la transformation structurelle du système bancaire après la crise (voir la figure B.3). En 2017, la part des services financiers exportés par des filiales contrôlées par l'UE avait diminué de 6 points de pourcentage par rapport à 2005, suivant l'évolution observée aux États-Unis. Dans le même temps, les exportations de services financiers des États-Unis dans le cadre de transactions transfrontières ont presque triplé par rapport à 2005, atteignant 109,6 milliards de dollars EU.

**Figure B.3 : Les exportations de services financiers et de services d'assurance de l'UE et des États-Unis augmentent plus vite que leurs exportations par le biais de filiales étrangères**

Exportations transfrontières de services financiers et de services d'assurance et exportations par le biais de filiales étrangères de l'UE et des États-Unis (mode 3), 2005-2017

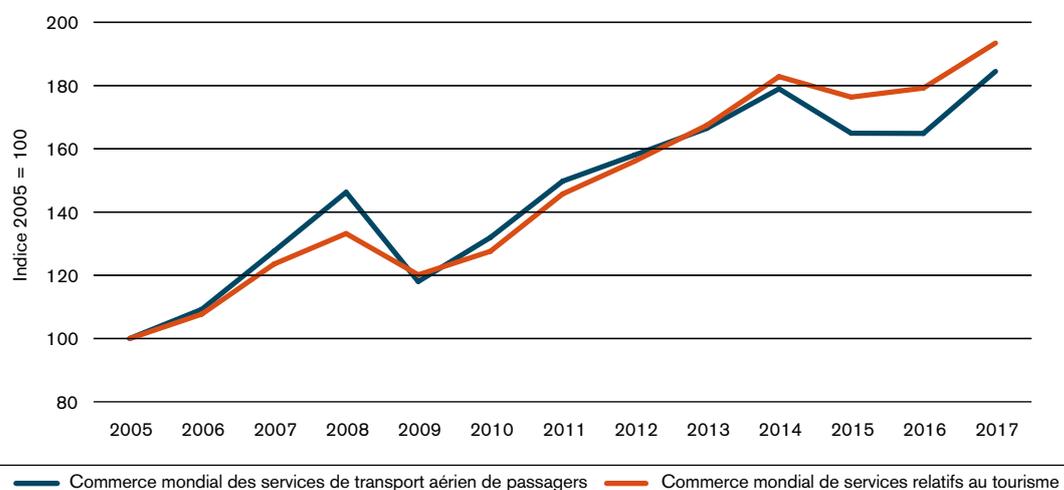


Source : Estimations de l'OMC (2019).

Note : Les chiffres relatifs à l'Union européenne sont calculés comme la somme des exportations des 28 États membres de l'UE, y compris le commerce intra-UE.

**Figure B.4 : Le commerce mondial des services de transport aérien de passagers et le commerce mondial des services relatifs au tourisme progressent en parallèle**

Commerce mondial des services de transport aérien de passagers et commerce mondial des services relatifs au tourisme, 2005-2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Dans le domaine des services de distribution, les paiements électroniques, les logiciels novateurs et l'évolution des technologies mobiles permettent aux consommateurs de commander des produits en ligne n'importe où dans le monde. Cela a entraîné une explosion des ventes en ligne transfrontières et de nombreux grossistes et détaillants, en particulier dans les économies développées, ont fermé leurs magasins physiques pour vendre en ligne, ou ont combiné la présence physique et les options de commande et de livraison en ligne.<sup>4</sup> Les distributeurs se livrent une concurrence féroce, en particulier sur le Web et, pour répondre aux attentes de livraison rapide des consommateurs, ils doivent pouvoir compter sur les opérateurs de transport.

Que les produits soient commandés en ligne ou par des moyens traditionnels, la distribution de marchandises, notamment au niveau international, nécessite un secteur du transport et de la logistique efficient. En 2017, un tiers du commerce mondial des services de transport, soit 529 milliards de dollars EU, était directement lié au transport de marchandises entre les pays, principalement par voie maritime et aérienne. Les services annexes et auxiliaires des services de transport, comme la manutention, le stockage et l'entreposage de marchandises, représentaient 16%.

Dans l'ensemble, environ la moitié du commerce mondial des services de transport repose sur

le commerce des marchandises, y compris les marchandises qui vont directement aux consommateurs et celles qui sont utilisées comme intrants dans les processus de production. Cela rend le secteur des transports vulnérable car les taux de fret sont volatiles et fluctuent en fonction de la demande mondiale. Depuis 2005, le secteur est en proie à des difficultés en raison de la contraction des échanges de marchandises suite à la crise financière mondiale, de la stagnation économique et de la surcapacité, les années 2009, 2015 et 2016 étant les pires jamais enregistrées. Les économies développées et les économies en développement ont été également affectées.<sup>5</sup>

Or le transport est essentiel non seulement pour le commerce des marchandises, mais aussi pour le transport des personnes qui se déplacent à travers le monde pour affaires ou pour leurs loisirs, permettant l'échange d'autres services au niveau international. Au cours des dix dernières années, l'essor des compagnies aériennes à bas prix, conjugué à la multiplication des lignes directes, en particulier au niveau régional, a non seulement transformé le secteur du transport aérien, mais aussi favorisé la croissance spectaculaire du tourisme international (voir la figure B.4).

Alors que le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde a atteint environ 1 330 millions de dollars EU en 2017, contre 809 millions

en 2005 (OMT, 2018), le commerce mondial des services relatifs au tourisme a représenté 1 029 milliards de dollars EU, presque le double du chiffre de 2005. Le tourisme international est le secteur de services le plus inclusif car tous les pays y participent, quel que soit leur niveau de développement. Dans les économies en développement, le secteur du tourisme et des voyages est celui qui contribue le plus aux exportations des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) et des femmes (selon les estimations de l'OMC basées sur les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises). La nouvelle tendance en faveur du tourisme durable et vert offrira de nouveaux débouchés à l'exportation aux régions qui n'ont pas encore bénéficié du développement du tourisme.

Les dépenses des voyageurs pendant leur séjour à l'étranger entrent directement dans la chaîne de valeur du tourisme par le biais du secteur de l'hôtellerie, des transports, du commerce de détail, des activités récréatives et culturelles, etc. Le tourisme contribue indirectement au développement d'autres secteurs comme l'organisation de conférences et d'événements ou la communication. Il favorise aussi la construction d'infrastructures et de logements.

En 2017, le commerce des services de construction a atteint 445 milliards de dollars EU, avec une croissance annuelle moyenne de 7% depuis 2005,

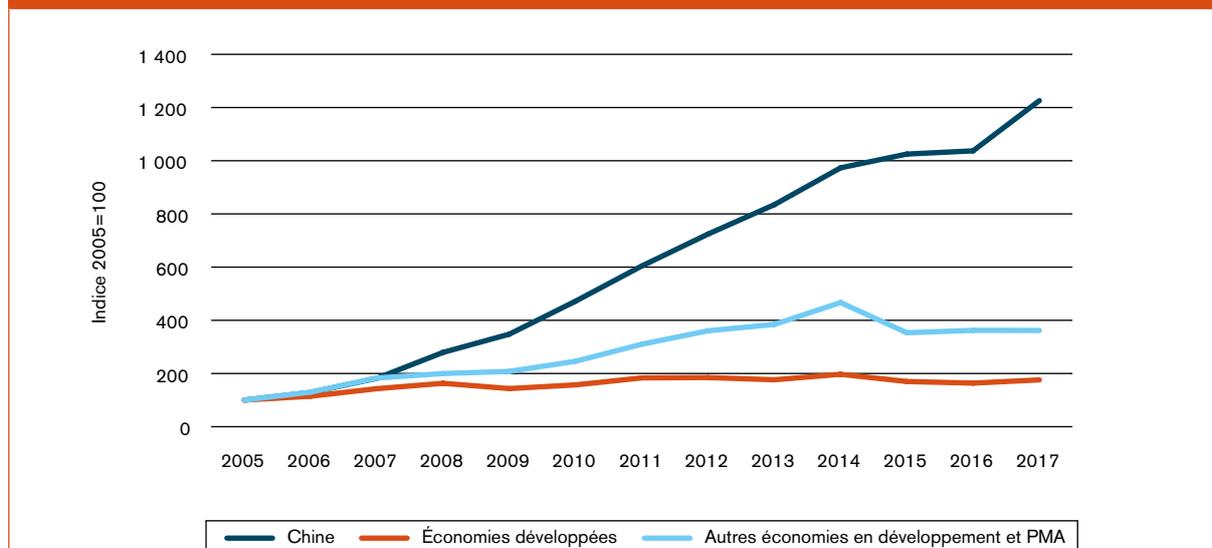
et une part du commerce mondial des services de 3,4%. Au cours des dix dernières années, la Chine est devenue un exportateur mondial de services de construction, participant à de grands projets d'infrastructure (voir la figure B.5). Ses exportations se sont élevées à 188 milliards de dollars EU, représentant plus du tiers des exportations mondiales de services de construction (37,3%) en 2017, contre 8,4% en 2005, ce qui fait de la Chine le deuxième exportateur mondial de ces services après l'Union européenne.

Les entreprises chinoises sont actives dans la construction de ponts, de ports, de routes et de voies ferrées en Afrique et dans d'autres régions en développement. Les exportations de services de construction de la Chine devraient encore augmenter avec « l'Initiative Ceinture et route », lancée en 2013 par le gouvernement chinois, qui vise à développer les infrastructures et les investissements dans de nombreux pays.

La technologie est omniprésente dans tous les secteurs de services, qu'elle transforme progressivement. Cela résulte de la synergie entre le secteur des télécommunications, qui assure une connectivité haut débit comme la 5G, le secteur des TI, qui développe des logiciels novateurs pour les différents secteurs, et la robotique grâce à un secteur de R&D florissant.

**Figure B.5 : Les exportations de services de construction de la Chine sont en plein essor**

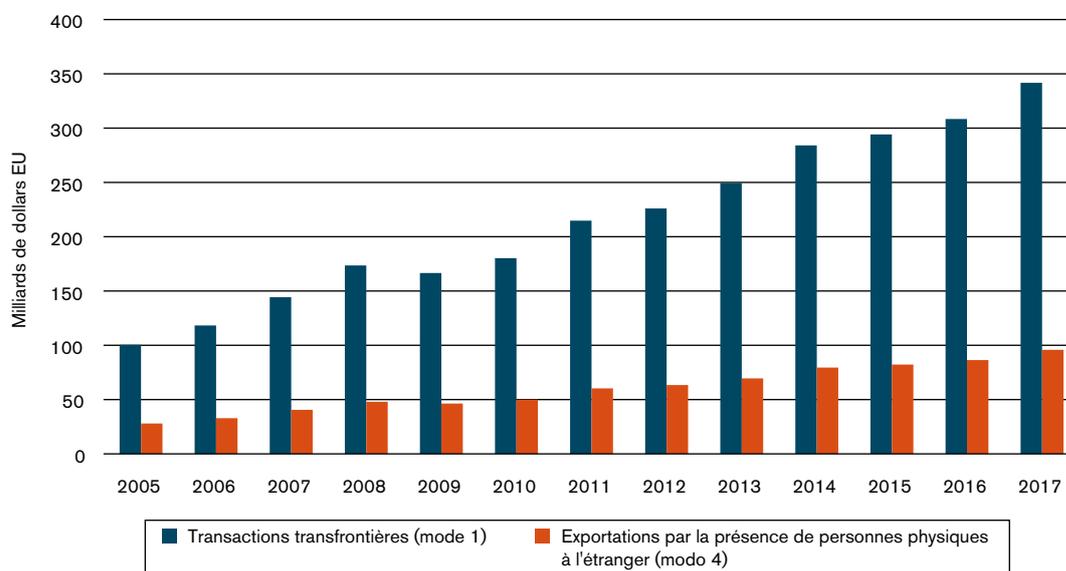
Exportations de services de construction de la Chine, des économies développées, des autres économies en développement et des PMA, 2005-2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

### Figure B.6 : Les services des TI sont exportés dans le cadre de transactions transfrontières et par la présence de personnes physiques

Exportations mondiales de services des TI dans le cadre de transactions transfrontières (mode 1) et par la présence de personnes physiques (mode 4), 2005-2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Par exemple, le secteur de la construction utilise de plus en plus des technologies de pointe dans ses opérations, notamment des drones pour la surveillance aérienne des projets de construction, à la place de la surveillance terrestre, et l'impression 3D modulaire automatisée dans le bâtiment qui permet de réduire les coûts et de compenser le manque de main-d'œuvre qualifiée. Par ailleurs, comme la construction préfabriquée a lieu dans des usines, et que seul l'assemblage a lieu sur site, la définition de la construction en tant que service est devenue floue. À l'heure actuelle, 90% des services de construction et des services d'ingénierie connexes sont échangés dans le monde grâce à une présence commerciale à l'étranger, mais la fourniture transfrontières de services de construction est déjà possible.

Le commerce des services liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC), y compris les services informatiques et les services connexes (services TI), a été estimé à 1 756 milliards de dollars EU en 2017, montant qui a plus que doublé depuis 2005.<sup>6</sup> Le secteur a enregistré une croissance remarquable au cours des dix dernières années, les services TI augmentant de 11% par an en moyenne. Ces services ont résisté pendant la crise financière en raison de la demande constante de nouveaux logiciels et des préoccupations croissantes en matière de cybersécurité.

Les exportations mondiales de services TI ont été estimées à 438 milliards de dollars en 2017 (voir la figure B.6); elles consistent principalement en transactions transfrontières, l'Union européenne étant le premier exportateur mondial, suivie par l'Inde. Au fil des ans, l'Inde est devenue un gros exportateur de services TI, les États-Unis et le Canada étant les principaux importateurs. En 2017, les exportations de l'Inde ont dépassé 52 milliards de dollars EU, dont 13% ont consisté dans le déploiement de professionnels des TI à l'étranger (mode 4).

Les entreprises de TI de l'Inde et d'autres pays élargissent de plus en plus leur offre de services de base en y incluant le développement de produits. Ce segment, y compris les nouvelles technologies comme l'Internet des objets, l'analyse en nuage et l'intelligence artificielle, devrait dynamiser non seulement l'industrie des TI et le commerce mondial de services informatiques, mais aussi le commerce des services liés à la propriété intellectuelle dans les prochaines années.

Les services liés à la propriété intellectuelle englobent, par exemple, les redevances au titre de la reproduction et de la distribution de droits d'auteur sur les logiciels informatiques, les produits audiovisuels, les livres, la télédiffusion et l'enregistrement de spectacles en direct. Le commerce des services liés à la propriété

intellectuelle est en forte expansion grâce aux technologies mobiles et aux moyens numériques. Au cours des cinq dernières années, l'essor de la diffusion en continu de musique et de vidéos à la demande, notamment par le biais des plates-formes en ligne, a fait des services audiovisuels le segment le plus dynamique des exportations de services liés à la propriété intellectuelle des États-Unis (voir la figure B.7).

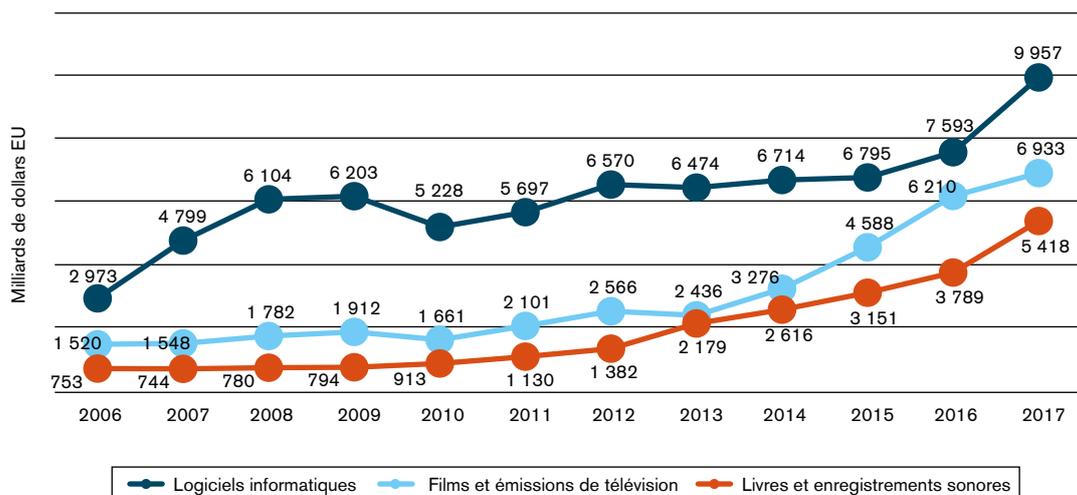
Tout en transformant le secteur de l'audiovisuel, la numérisation a révolutionné celui des services de publicité. Avec une nouvelle génération de streamers et d'influenceurs à temps plein sur les médias sociaux, la publicité se réoriente progressivement des médias traditionnels, comme la télévision, la radio et les journaux, vers les chaînes numériques. Les données recueillies par le biais des plates-formes de réseaux sociaux, des moteurs de recherche et des sites Web permettent de créer des publicités automatiques personnalisées à l'intention de clients potentiels dans le monde entier. C'est pourquoi les entreprises se tournent de plus en plus vers la publicité en ligne pour leurs marchandises et leurs services. Par exemple, depuis 2006, les exportations transfrontières de services de publicité des États-Unis ont presque quadruplé, tandis que la part des exportations effectuées par le biais de filiales américaines établies dans d'autres pays a diminué de plus de 23% (Bureau des analyses économiques des États-Unis, 2018).

Les services liés à la propriété intellectuelle englobent aussi les redevances au titre de l'utilisation internationale de brevets, de produits de la R&D, de procédés de fabrication et de dessins et modèles industriels ainsi que des franchises et des marques de fabrique et de commerce. En général, le commerce transfrontières de services liés à la propriété intellectuelle, qui est estimé globalement à 396 milliards de dollars EU, est dominé par les flux entre pays développés (92% des exportations et 75% des importations) (voir la figure B.8).

Toutefois, l'innovation et la créativité prospèrent dans plusieurs économies en développement, où les dépôts de brevets, de dessins et modèles industriels et de marques enregistrent une croissance remarquable (OMC, 2018b). Les communications numériques, les TI et les machines, appareils et matériels électriques étaient les principaux domaines dans lesquels des demandes de brevets ont été déposées en Chine en 2017, tandis qu'à Singapour, l'accent était mis sur les TI, les semi-conducteurs, les produits pharmaceutiques et les biotechnologies. La même année, la République de Corée s'est classée à la troisième place mondiale pour les dépôts de dessins et modèles industriels, principalement dans le domaine des TIC et des produits audiovisuels (OMPI, 2018). L'innovation s'est traduite par une nette augmentation des exportations de services liés à la propriété intellectuelle des économies en développement asiatiques (de 17% par an en moyenne depuis 2005).

**Figure B.7 : Les films, la musique et les logiciels sont les moteurs des exportations de services liés à la propriété intellectuelle des États-Unis**

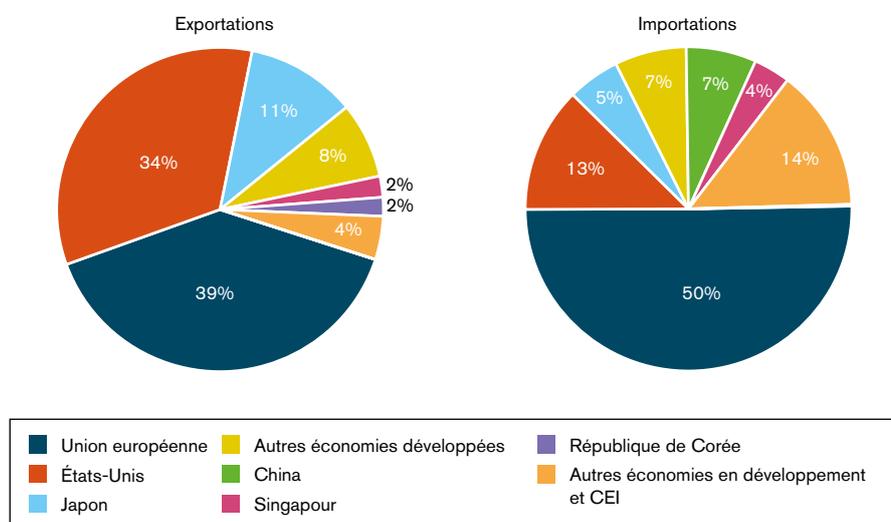
Exportations transfrontières de services liés à la propriété intellectuelle pour certains produits aux États-Unis, 2006-2017



Source : Bureau des analyses économiques des États-Unis (2018).

**Figure B.8 : Le commerce de services liés à la propriété intellectuelle est dominé par les économies développées**

Commerce transfrontières des services liés à la propriété intellectuelle, 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Note : Les chiffres relatifs à l'Union européenne sont calculés comme la somme de ceux des 28 États membres de l'Union européenne, y compris le commerce intra-UE..

Au Moyen-Orient, Israël est un pôle international de recherche et d'innovation dans des secteurs allant des TI aux technologies médicales et aux produits pharmaceutiques. En 2017, le pays se classait au premier rang mondial pour les dépenses de R&D (4,5% du PIB) et au quatrième pour les exportations de services de R&D, derrière l'Union européenne, les États-Unis et la Chine.

Une fois développés, les produits et les services doivent être commercialisés. Mais pour les entreprises, quelle que soit leur taille, la recherche de possibilités commerciales sur les marchés étrangers est une tâche ardue. Elles ont besoin de conseils sur les stratégies et les opérations afin d'assurer la viabilité du marché pour leurs produits ou services, ainsi que leur protection juridique. Elles ont aussi besoin de conseils, par exemple sur la fiscalité dans les différentes juridictions, sur la protection des données et sur la comptabilité. La croissance rapide du commerce des services de conseil en gestion, des services juridiques et des services comptables au cours des dix dernières années reflète en grande partie la mondialisation de l'économie. Le commerce des services professionnels et de conseil en gestion fournis dans le cadre de transactions transfrontières et par la présence physique de professionnels à l'étranger a augmenté de 8% par an en moyenne depuis 2005, pour atteindre au total 308 milliards de dollars EU, la plus grande part, soit environ 70%, revenant aux économies développées.

La numérisation est aussi en train de transformer les services professionnels. Le nombre de cabinets juridiques virtuels et de consultants en gestion indépendants sur les plates-formes numériques est en augmentation. Comme ils n'ont pas de bureaux physiques, leurs coûts d'exploitation sont moins élevés et leurs clients peuvent bénéficier d'honoraires plus bas. L'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique peuvent être utilisés pour la comptabilité et la tenue de livres et plusieurs entreprises, grâce à ces technologies, peuvent envisager de relocaliser ces services dans leurs bureaux nationaux au lieu de les importer d'autres pays. Bien qu'il soit encore peut-être trop tôt pour le constater dans les chiffres, un changement est en cours qui pourrait bien affecter le commerce.

Enfin, un certain nombre de services entrent à petits pas dans le commerce international, comme les services d'éducation, les services de santé ou les services environnementaux. À l'heure actuelle, leur part du commerce est négligeable, mais elle est en augmentation.

Grâce à plus de 5 millions d'étudiants internationaux dans le monde en 2017, le commerce des services d'éducation a enregistré une croissance dynamique (7% par an en moyenne depuis 2005) et une valeur de 111 milliards de dollars EU, soit 0,9% du commerce mondial des services. Les économies développées

anglophones, comme les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Australie, sont les principales destinations des étudiants étrangers mais les économies en développement ne se contentent plus d'envoyer leurs étudiants dans d'autres pays. La Chine, la Malaisie et l'Inde, entre autres, font désormais partie des exportateurs de services d'éducation, attirant des étudiants provenant principalement d'autres régions en développement (UNESCO, 2019).

Les services d'éducation sont échangés essentiellement par le biais de la consommation à l'étranger (mode 2). Toutefois, l'apprentissage en ligne à distance progresse grâce aux milliers de plates-formes d'enseignement qui fleurissent sur la toile, répondant à un large éventail de besoins éducatifs, des élèves du primaire aux étudiants de troisième cycle. Plusieurs grandes universités offrent des cours en ligne dans des matières comme les sciences ou les lettres, avec des tuteurs en ligne pour aider les étudiants. L'apprentissage en ligne est une solution moins chère et plus souple pour les étudiants du monde entier qui, faute de moyens financiers ou pour d'autres raisons, ne peuvent pas aller à l'étranger pour poursuivre des études supérieures. Les nouvelles technologies permettent de plus en plus d'intégrer la réalité virtuelle dans l'éducation et la formation, de sorte que l'apprentissage en ligne est une expérience encore plus solide pour les étudiants en ligne.

Selon les estimations, le commerce des services de santé, qu'il s'agisse d'opérations de chirurgie complexes ou de traitements de rajeunissement, s'est élevé à 54 milliards de dollars EU en 2017, avec une part du commerce mondial des services de seulement 0,4%, mais une croissance de 11% par an en moyenne depuis 2005. Au niveau mondial, plus de 72% des services de santé sont fournis principalement par les économies développées par le biais d'hôpitaux et de centres médicaux affiliés dans d'autres pays, et 22% sont fournis à des patients étrangers pendant leur séjour dans un autre pays (mode 2).

Toutefois, les modes de fourniture des services de santé pourraient beaucoup changer dans les prochaines années. De nouveaux prestataires de services de santé apparaissent dans toutes les régions en développement, de l'Asie à l'Amérique latine, offrant des traitements aux voyageurs étrangers, tels que des soins dentaires ou des traitements esthétiques à des prix attractifs, ce qui accroît l'importance relative du commerce effectué par la consommation à l'étranger. Le nombre d'agences et d'intermédiaires organisant des voyages médicaux augmente, de même que le nombre de

compagnies d'assurance proposant une couverture d'assurance maladie à l'étranger pour réduire les coûts. Dans le même temps, la technologie 5G et la robotique transforment le commerce des services de santé en permettant le diagnostic à distance et en ouvrant même la voie à la chirurgie et aux interventions médicales à distance en temps réel, sans la présence physique de médecins.

Enfin, selon des estimations préliminaires, quelque 20 milliards de dollars EU de services environnementaux, y compris l'élimination des déchets, le recyclage, l'assainissement et la dépollution, ont été échangés en 2017. Les services environnementaux ne représentent que 0,2% du commerce des services; mais les préoccupations environnementales grandissantes et les initiatives réglementaires qui en résultent, comme celles qui visent à réduire la pollution par les matières plastiques, stimulent la demande de ces services dans le monde entier, et leur commerce augmente (de 4% par an en moyenne depuis 2005).

Qu'il s'agisse de la fabrication, de l'assemblage et de la conception de produits ou de l'expédition et de la distribution des marchandises, les services ont toujours été considérés comme occupant une place fondamentale, quoique secondaire dans le commerce, passant après le commerce des marchandises. Or non seulement les services facilitent le commerce des marchandises, mais ils sont eux-mêmes échangés et ils permettent le commerce d'autres services.

### 3. Qui pratique le commerce des services

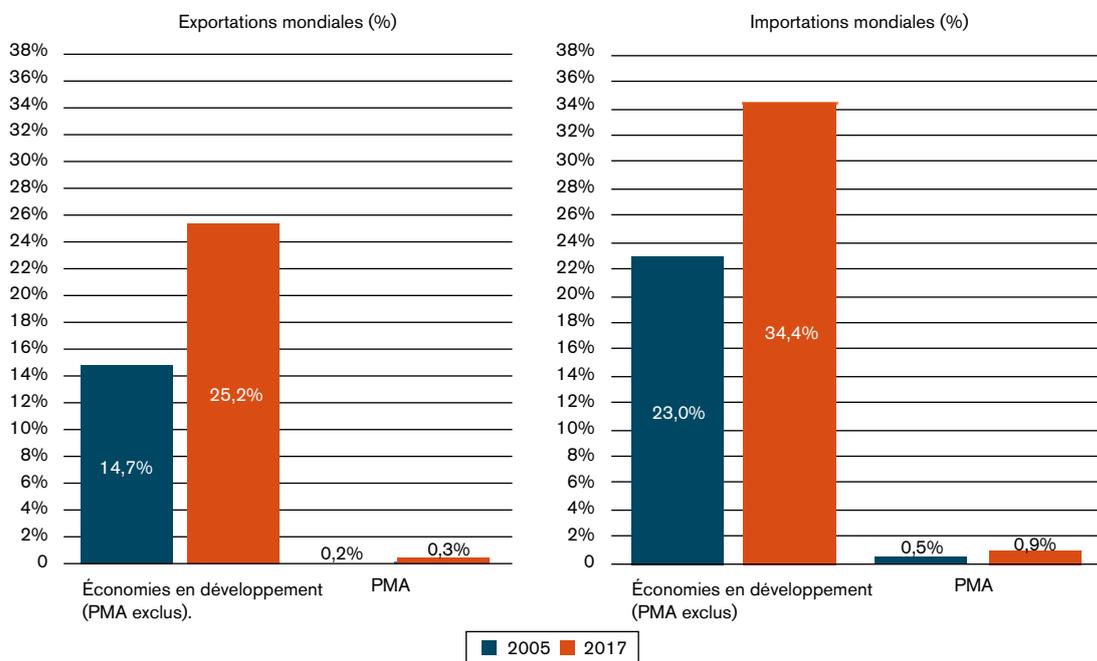
#### (a) Participation des économies en développement

Entre 2005 et 2017, les économies en développement, PMA non compris, ont vu leur part du commerce mondial augmenter de plus de 10%, pour atteindre 3 400 milliards de dollars EU d'exportations de services et 4 500 milliards de dollars EU d'importations de services au niveau mondial (voir la figure B.9). Ce résultat spectaculaire est le fruit d'un processus de transformation économique structurelle, d'une diversification commerciale réussie des marchandises vers les services dans plusieurs économies en développement, en Asie en particulier, et de l'émergence de nouveaux fournisseurs de services et de nouvelles façons d'échanger les services.

En revanche, pendant la même période, les PMA ont augmenté de 0,1% leur part des exportations mondiales de services. En 2017, ils ne représentaient

### Figure B.9 : Les économies en développement progressent dans le commerce mondial des services, mais les PMA restent à la traîne

Part du commerce mondial des services commerciaux par groupe d'économies, 2005 et 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

que 0,3% des exportations mondiales de services, soit 38,3 milliards de dollars EU, et moins de 1% des importations, les importations de services s'élevant au total à 124,1 milliards de dollars EU. La production de services commerciaux dans les PMA représente en moyenne 40% du PIB, ce qui est beaucoup moins que dans les économies à revenu intermédiaire (plus de 50%) et dans les économies à revenu élevé (plus de 70% en général).

De fait, le revenu joue un rôle. Trois des cinq pays en développement qui participent le plus au commerce des services sont des économies à revenu élevé et les autres se classent comme des économies à revenu intermédiaire de la tranche supérieure et de la tranche inférieure.<sup>7</sup>

Toutes les économies en développement ne participent pas encore au commerce des services. Une analyse détaillée révèle que le commerce est très concentré, cinq économies étant à la fois les premières exportatrices et importatrices de services, quoique dans un ordre différent. En 2017, la Chine était le premier exportateur et importateur mondial de

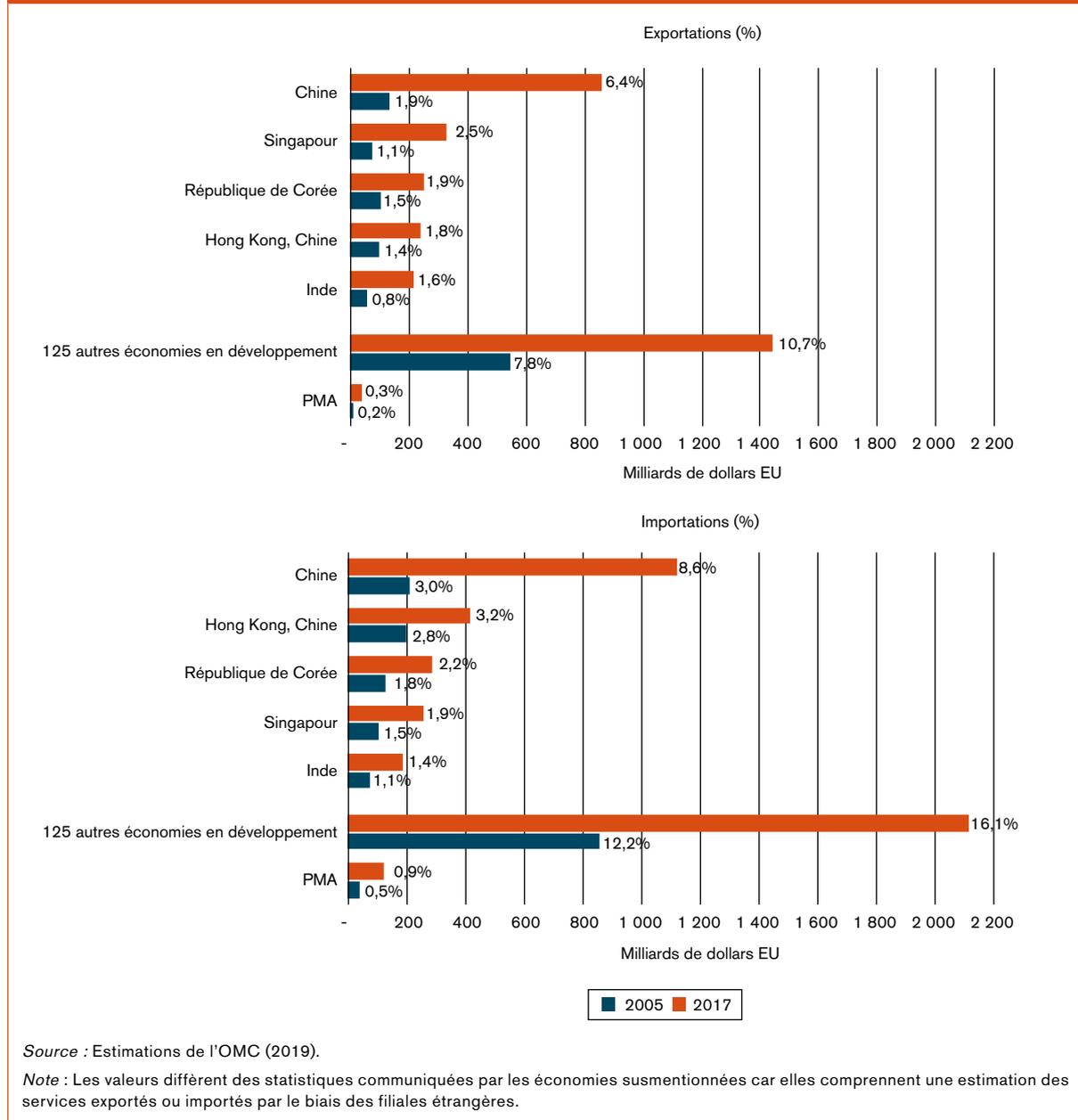
services, suivie par Hong Kong, Chine; la République de Corée, Singapour et l'Inde (voir la figure B.10).

Ces cinq économies asiatiques représentaient 56,7% des exportations des économies en développement et 58,1% de leurs importations. Ce sont les principaux moteurs des résultats commerciaux remarquables des économies en développement, les exportations de services augmentant de plus de 12% par an en moyenne depuis 2005, soit presque trois fois plus que dans les économies développées. Qu'il s'agisse des services de recherche-développement et liés à la propriété intellectuelle ou des services des TIC, des services professionnels et des services financiers, ces cinq économies font leur entrée dans le commerce de services à forte valeur ajoutée.

Après 2009, les cinq principales économies en développement ont considérablement modifié leur mode d'exportation de services, d'une manière qui ressemble de plus en plus à celle des économies développées, et qui correspond à la façon dont les services sont le plus souvent importés dans le monde, à savoir la présence commerciale dans un autre pays.

**Figure B.10 : Cinq économies asiatiques représentent plus de la moitié des exportations et des importations de services des économies en développement.**

Principaux pays en développement exportateurs et importateurs de services, 2005 et 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

Note : Les valeurs diffèrent des statistiques communiquées par les économies susmentionnées car elles comprennent une estimation des services exportés ou importés par le biais des filiales étrangères.

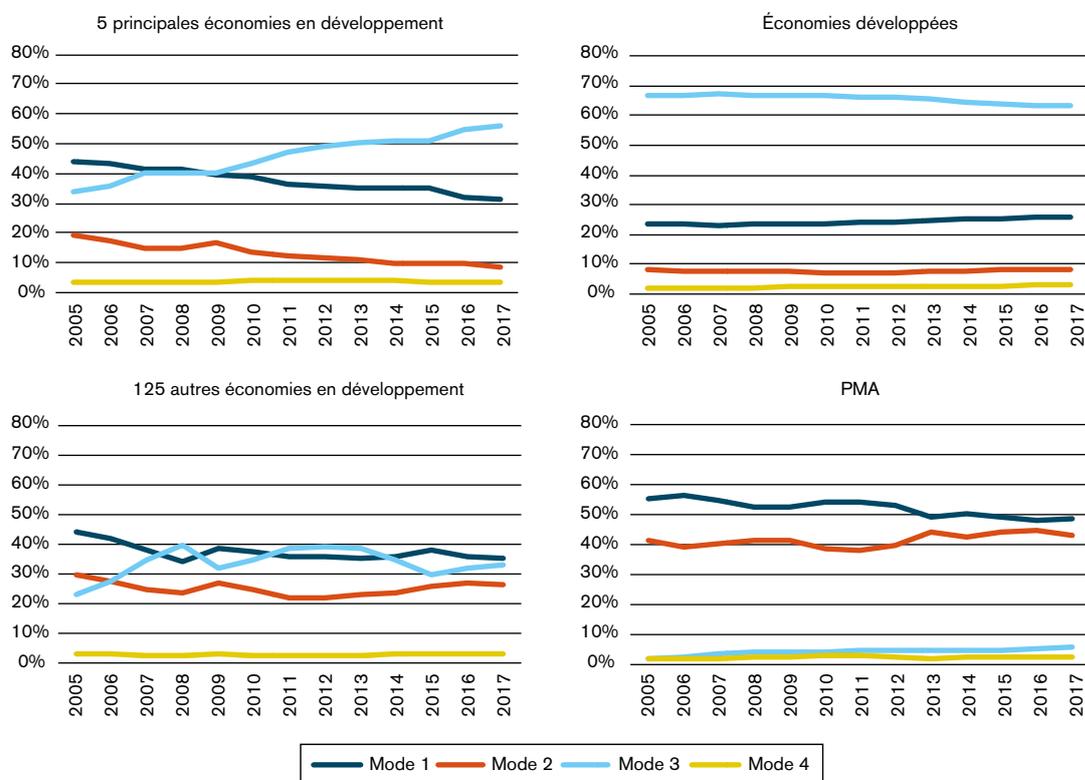
En 2017, les services exportés par ces cinq économies par le biais de succursales et de filiales à l'étranger représentaient en moyenne 55,9% de leurs exportations de services, soit 22% de plus qu'en 2005. En Chine et en République de Corée, en particulier, jusqu'aux deux tiers des services étaient exportés par le biais de filiales étrangères, plus de la moitié à Hong Kong, Chine, et aussi environ la moitié à Singapour. En Inde, le commerce transfrontières reste le mode dominant, 20% seulement des services étant exportés par le biais de filiales étrangères dans

d'autres économies. Néanmoins, cela représente une augmentation de 12% par rapport à 2005 (voir la figure B.11).

Pour les cinq principales économies en développement importatrices et exportatrices, la construction, la finance et la distribution sont les secteurs qui contribuent le plus à la croissance remarquable de leurs exportations de services par le biais de filiales étrangères (voir la figure B.12). Toutefois, dans plusieurs autres secteurs, tels que les services

**Figure B.11 : Les cinq principales économies en développement ont modifié leur mode d'exportation des services au fil du temps**

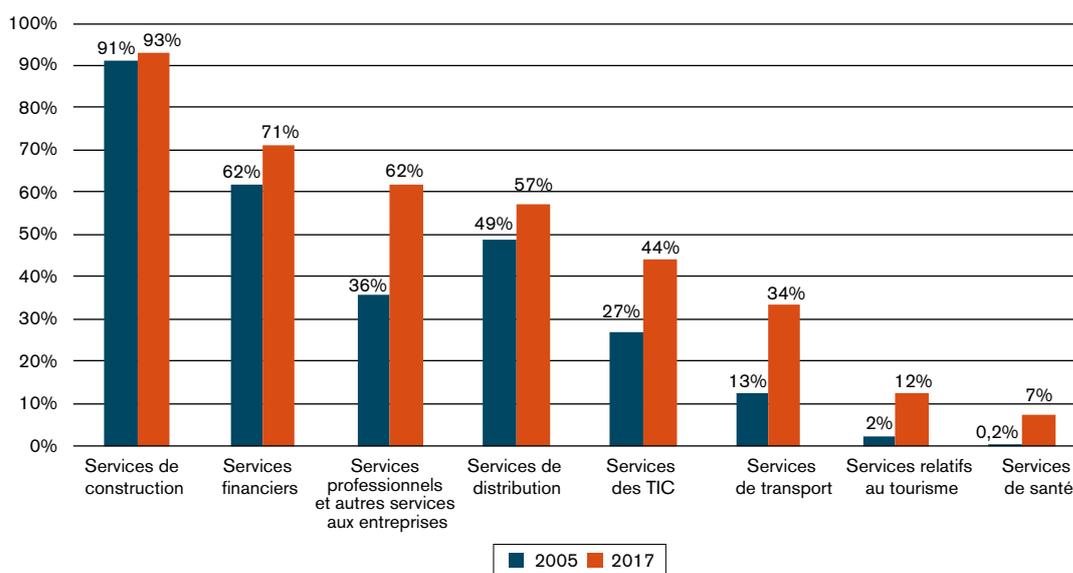
Exportations de services de certains groupes économiques par mode de fourniture, 2005-2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

**Figure B.12 : Pour les cinq principales économies en développement, la présence commerciale est le principal mode d'exportation de services**

Exportations des cinq principales économies en développement effectuées par le biais de filiales étrangères (présence commerciale) dans certains secteurs de services, 2005 et 2017



Source : Estimations de l'OMC (2019).

professionnels, les services aux entreprises, les services des TIC et les services de transport, la façon dont les services sont exportés a déjà changé. Dans d'autres, comme les services relatifs au tourisme ou les services de santé, le changement est en cours. En Chine, l'Initiative Ceinture et route a encore accéléré ce processus, les entreprises de services chinoises sont encouragées à « se mondialiser » et sont aidées à se développer rapidement sur les marchés locaux (Ministère chinois du commerce, 2017).

C'est le résultat de flux d'investissement importants dans les services, qui permettent aux cinq principales économies en développement d'établir des filiales et des succursales non seulement dans les autres régions en développement mais aussi dans les économies développées. Par exemple, les importations de services effectuées par les États-Unis par le biais de filiales étrangères sont en augmentation. Entre 2014 et 2016, les importations de services de distribution, de services financiers, de services de transport effectuées par l'intermédiaire des filiales chinoises établies aux États-Unis ont doublé, quoique à petite échelle, tandis que les importations de services des TI par le biais de filiales d'entreprises indiennes ont augmenté de 12% par an en moyenne. Pendant la même période, la République de Corée a représenté 13% des importations totales

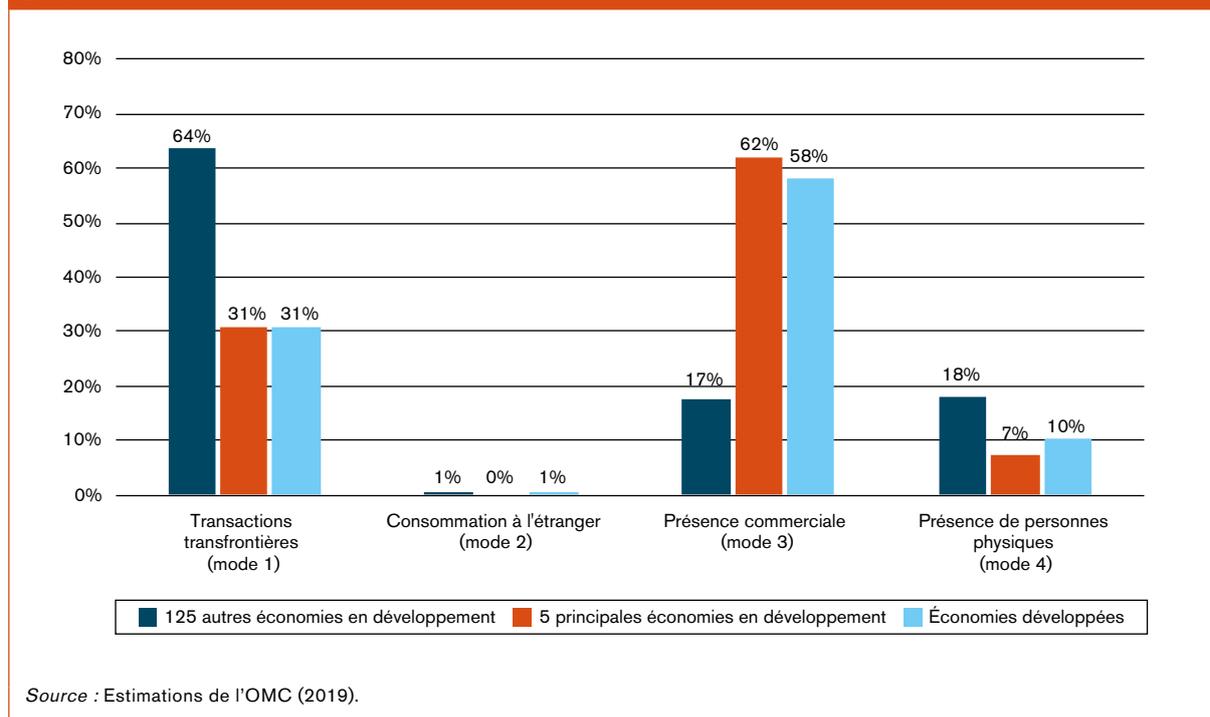
de services de distribution des États-Unis effectuées grâce à une présence commerciale (Bureau des analyses économiques des États-Unis, 2018 et calculs de l'OMC).

Hormis les cinq principales économies commerçantes en développement, les 125 autres exportent des services différemment (voir la figure B.13). Ces autres économies se répartissent entre toutes les régions et ont moins de ressources financières pour créer des filiales à l'étranger. Selon les estimations, en 2017, moins d'un tiers de leurs exportations de services ont eu lieu par le biais d'une présence commerciale. Cette part est inférieure de 23 points de pourcentage à celle des cinq principales économies en développement. Pour ces 125 économies en développement, le commerce transfrontières est le mode prédominant d'exportation de services, comme les services professionnels et les autres services aux entreprises.

Pour ces 125 économies en développement, où la pénétration d'Internet est assez élevée, la numérisation du commerce des services peut offrir des possibilités concrètes d'accroître les exportations et de gagner une part des marchés de services mondiaux. Dans le même temps, les exportations de services par la consommation à l'étranger, y compris

**Figure B.13 : Les 125 autres économies en développement exportent des services de manière différente**

Services professionnels et autres services aux entreprises: part des exportations par mode de fourniture dans certains groupes d'économies, 2017



pour les services de santé et d'éducation, peuvent aider à diversifier leur offre de services, tendance déjà amorcée dans plusieurs économies.

S'agissant des PMA, leurs exportations de services ont augmenté de près de 11% par an en moyenne depuis 2005, à partir de niveaux très bas, principalement grâce au tourisme. Avec l'augmentation des arrivées intrarégionales au cours des dernières années, le tourisme représente une importante source de revenu pour les PMA et c'est le seul secteur de services dans lequel la participation du groupe aux exportations mondiales dépasse 1% (à 1,3%).

Néanmoins, les exportations de services des PMA sont déséquilibrées. Le tourisme étant le principal secteur (avec 34,4% des exportations de services), la part des exportations de services des PMA par la consommation à l'étranger, estimée à 43,1% en 2017, est au moins deux fois plus élevée que dans la plupart des économies en développement et cinq fois plus élevée que dans les économies développées. Le commerce transfrontières représente la quasi-totalité de l'autre moitié, mais il est concentré sur les services de transport et de distribution, alors que la présence commerciale, par exemple dans le secteur de la construction, en est à ses débuts.

Il reste difficile pour les PMA de diversifier leurs exportations de services pour s'intégrer dans les exportations mondiales de services en raison de contraintes infrastructurelles, du manque de compétences, de l'insuffisance des ressources financières et de la fracture numérique.

### (b) Participation des MPME

À l'heure actuelle, il n'existe aucun ensemble de données complet sur le commerce international par taille d'entreprise pour toutes les économies. Cela tient notamment à l'absence de définition communément acceptée des MPME. Par exemple, d'après les sources utilisées dans cette section, la définition des MPME va des entreprises de moins de 100 employés (enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises) aux entreprises de moins de 250 employés (Eurostat, 2017). En raison de différences dans la couverture et les sources des données, il n'est pas possible actuellement de comparer la participation des MPME des économies en développement avec celle des MPME des économies développées.

Pour mesurer la participation au commerce international en fonction de la taille de l'entreprise, les enquêtes auprès des entreprises et les données

administratives sont souvent les seules sources de données. Ces dernières années, dans les économies développées, les statisticiens se sont concentrés sur la mesure du commerce des marchandises en fonction des caractéristiques des entreprises (base de données de l'OCDE sur le commerce en fonction des caractéristiques des entreprises (TEC)) et seules des études pilotes ont porté spécifiquement sur le commerce des services en fonction de la taille des entreprises (Eurostat, 2017).

### (i) Participation des MPME des économies en développement

Pour les économies en développement, les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises<sup>9</sup> donnent des indicateurs sur un large éventail d'économies de toutes les régions. On parle d'« exportation directe » quand une entreprise vend directement des biens ou des services à un client qui se trouve dans un autre pays. L'un des principaux avantages de l'exportation directe, c'est que l'entreprise exportatrice est en rapport direct avec ses clients et peut mieux comprendre leurs besoins, ce qui peut créer de nouvelles possibilités commerciales. S'il est difficile pour les entreprises des économies en développement de participer directement au commerce, la participation « indirecte » aux exportations, par la fourniture de services (intermédiaires) à une autre entreprise nationale qui exporte par la suite, peut être une alternative pour les MPME.

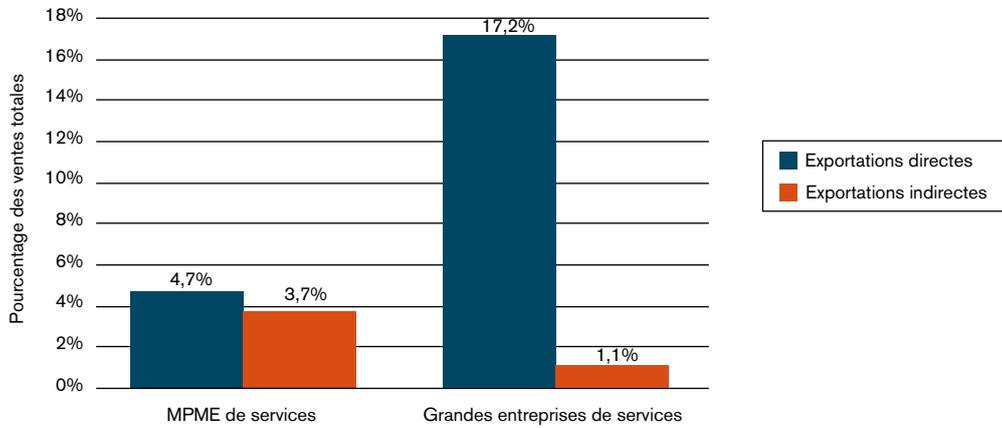
Selon les estimations de l'OMC fondées sur les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, qui portent sur environ 19 700 MPME de services de 83 économies en développement pendant la période 2013-2018, la participation des MPME aux exportations directes de services est marginale, avec seulement 4,7% des ventes totales, soit une part trois fois inférieure à celle des grandes entreprises de services. Les exportations indirectes de services, comme les services de traiteur pour les hôtels, les services de courrier ou les transports routier de passagers par le biais d'intermédiaires, représentaient 3,7% (voir la figure B.14).

Par comparaison, les MPME du secteur manufacturier ont été en mesure d'exporter deux fois plus que les MPME du secteur des services, 10,6% de leurs ventes de produits manufacturés étant considérées comme des exportations directes et 8,6% comme des exportations indirectes.

Pour les MPME de services des PMA, les exportations constituent une part négligeable des ventes, seulement 1,8%, ce qui est beaucoup moins que dans les autres économies en développement

**Figure B.14 : La participation aux exportations de services est corrélée positivement à la taille de l'entreprise**

Parts des exportations directes et indirectes de services selon la taille de l'entreprise dans les économies en développement



Source : Estimations de l'OMC (2019), sur la base des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.

(6%) et près de dix fois moins que pour les MPME du secteur manufacturier (16,1%) (voir la figure B.15). Les MPME de services des PMA accèdent principalement aux marchés internationaux à travers des exportations indirectes (7,9% des ventes totales).

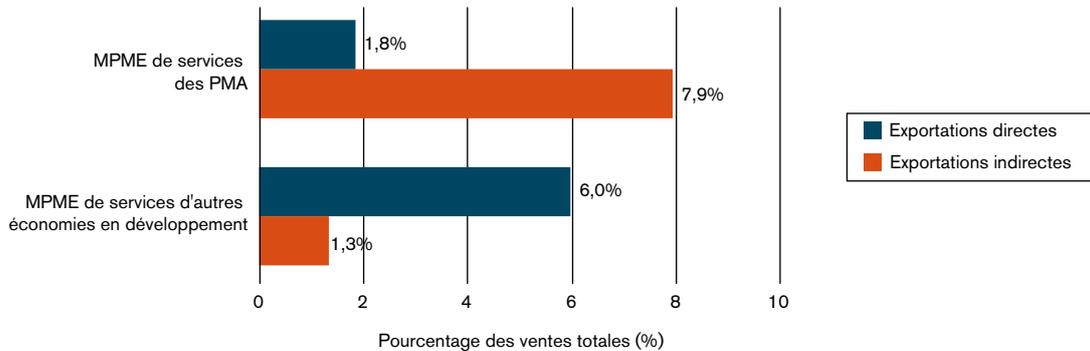
68%. Les MPME de services sont engagées dans les services de distribution, les services d'hôtellerie et de restauration, les services d'agences de voyages et d'organismes touristiques, les services de transport et de construction et les services liés aux TIC.

Dans les économies en développement, les entreprises de services sous contrôle étranger représentent une toute petite partie des MPME. Les MPME desservent presque exclusivement le marché intérieur, leurs ventes nationales représentant 96% de leurs ventes totales, alors que celles des entreprises manufacturières n'en représentent que

D'après les calculs de l'OMC, également basés sur les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, les grandes entreprises du secteur des services et du secteur manufacturier commencent à exporter plus rapidement que les petites entreprises après le démarrage de leur activité, bien que cet écart ait beaucoup diminué depuis les années 1980.

**Figure B.15 : Les exportations des MPME de services des PMA ne représentent que 1,8% de leurs ventes**

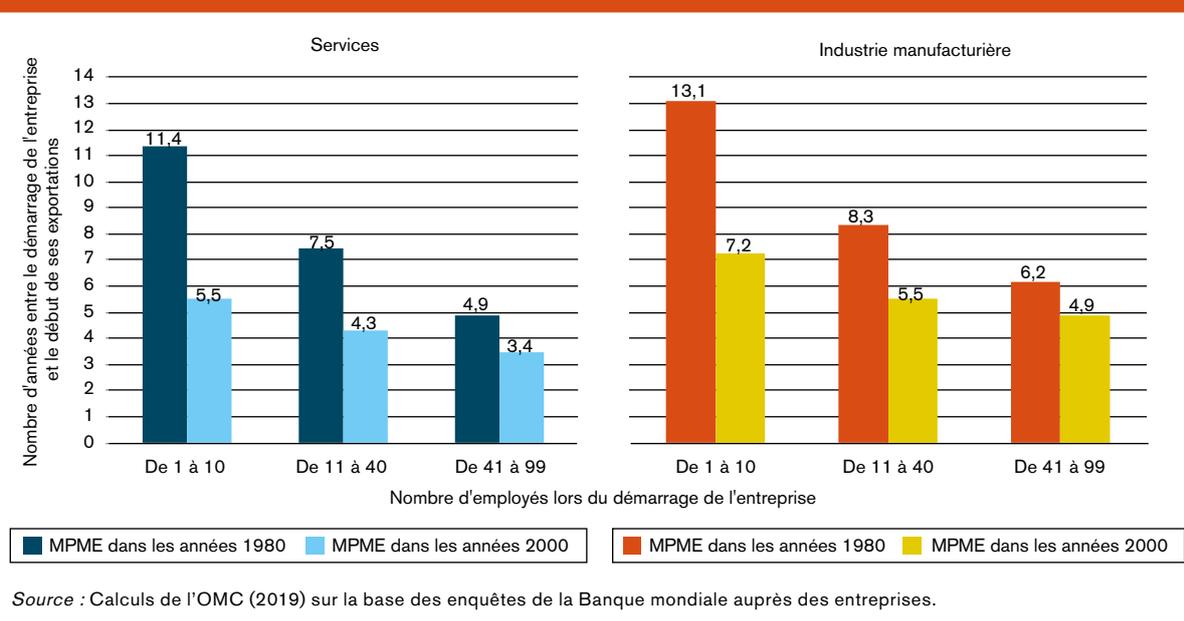
Parts des exportations directes et indirectes de services par taille d'entreprise et groupe d'économies en développement



Source : Estimations de l'OMC (2019) sur la base des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.

**Figure B.16 : Les MPME du secteur des services commencent à exporter après quatre ans en moyenne, contre six ans pour les MPME du secteur manufacturier**

Délai entre le démarrage des entreprises et le début de leurs exportations dans les économies en développement, 1980 et 2000



Les entreprises de services des économies en développement qui sont entrées en activité dans les années 1980 ont mis huit ans en moyenne pour commencer à exporter, contre quatre ans pour les entreprises qui ont démarré dans les années 2000. Bien que les données montrent qu'il faut encore beaucoup de temps aux MPME de services des économies en développement pour être suffisamment sûres de pouvoir exporter, le progrès technologique et l'essor d'Internet pourraient expliquer pourquoi les MPME accèdent maintenant plus rapidement aux marchés internationaux (voir la figure B.16 et la tribune de Sonja Grater, Ali Parry et Wilma Viviers, page 46).

Quelle que soit la taille initiale de l'entreprise, le délai avant l'exportation pour les MPME avait diminué de moitié dans les années 2000 par rapport à la fin des années 1980. Dans les années 1980, pour les entreprises de services de 1 à 10 employés, il fallait en moyenne 11,4 ans pour commencer à exporter, 7,5 ans pour les entreprises de 11 à 40 employés et 4,9 ans pour les entreprises de 41 à 99 employés. Toutefois, pour les MPME de services qui sont entrées en activité au début des années 2000, il n'a fallu que quatre ans en moyenne pour commencer à exporter. Dans les années 2000, les MPME de services de 1 à 10 employés n'ont attendu que 5,5 ans en moyenne avant de commencer à exporter, les entreprises de 11 à 40 employés 4,3 ans et les entreprises de 41 à 99 employés 3,4 ans.

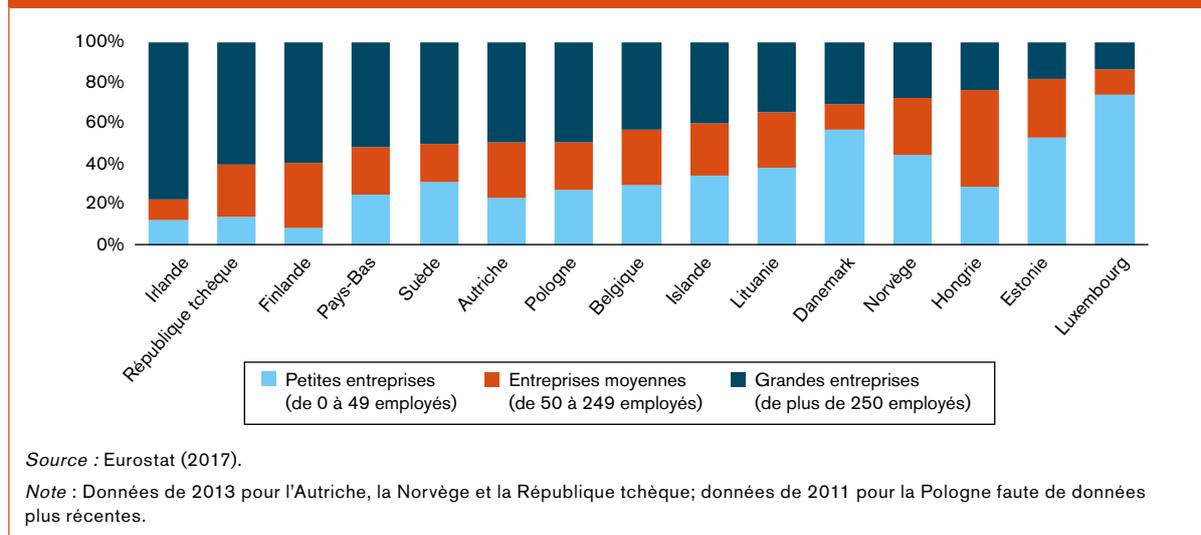
### (ii) Participation des MPME des économies développées<sup>9</sup>

D'après les données disponibles provenant d'enquêtes réalisées dans les économies développées, les MPME ont une assez faible propension à exporter. Selon l'Annual Business Survey (ABS), qui porte sur le Royaume-Uni sauf l'Irlande du Nord, 7,8% des entreprises de services comptant moins de 50 employés participaient au commerce international en 2017, contre 24,4% des entreprises de 50 à 249 employés et 34% des entreprises de plus de 250 employés.<sup>10</sup> De même, au Canada, seulement 6,9% des MPME exportaient des services en 2017 et 6,5% des entreprises de 1 à 4 employés, contre 11,6% des entreprises de 100 à 499 employés.<sup>11</sup>

Une étude pilote sur le commerce des services en fonction des caractéristiques des entreprises (Eurostat, 2017), réalisée pour 15 pays européens en 2014, a révélé que la participation des MPME au commerce était très hétérogène. Les petites entreprises étaient les principaux exportateurs de services dans certaines économies (comme l'Estonie, la Hongrie et la Norvège), tandis que dans d'autres économies, la plupart des exportations de services étaient assurées par les grandes entreprises (par exemple en Finlande, aux Pays-Bas et en République tchèque) (voir la figure B.17).

**Figure B.17 : Dans l'Union européenne, la participation des MPME au commerce des services variait d'un pays à l'autre en 2014**

Commerce de certains pays de l'UE selon la taille de l'entreprise, 2014



Comme nous l'avons vu avec les économies en développement, les données indiquent que le délai pour exporter des services est inversement proportionnel à l'âge de l'entreprise. Par exemple, en 2017, un quart seulement des MPME exportatrices de services du Royaume-Uni avaient moins de deux ans d'expérience, la majorité (64%) ayant au moins quatre années d'expérience (Bureau national de statistique du Royaume-Uni, 2018).

La technologie numérique a influé sur le commerce des services des MPME, en particulier dans les économies développées. Par exemple, les MPME du Royaume-Uni opérant dans le secteur des TIC, le secteur manufacturier<sup>12</sup> et le secteur des services professionnels et scientifiques avaient non seulement plus de probabilité d'avoir exporté que les entreprises des secteurs de la construction, de l'hébergement et de la restauration et des transports, mais aussi plus de probabilité d'avoir des biens, des services ou des processus innovants. En outre, les MPME non exportatrices du secteur des TIC avaient la plus grande probabilité d'indiquer qu'elles envisageaient d'exporter dans l'avenir (15%) (Département des affaires, de l'énergie et des stratégies industrielles (DBEIS) du Royaume-Uni, 2019).

La situation était analogue au Canada, où les services professionnels et techniques étaient le secteur de services où il y avait le plus de MPME exportatrices en 2014, secteur souvent considéré comme très numérisable. Le secteur manufacturier et le commerce de gros venaient ensuite.

Les statistiques sur le commerce de services selon les caractéristiques des entreprises (STEC) d'Eurostat montrent aussi que les deux secteurs de services ayant la plus forte intensité d'exportations (définie comme la part des exportations dans le chiffre d'affaires total) étaient les TIC et les services professionnels, scientifiques et techniques (voir la figure B.18). Là encore, ce sont deux secteurs de services souvent considérés comme fortement numérisables.

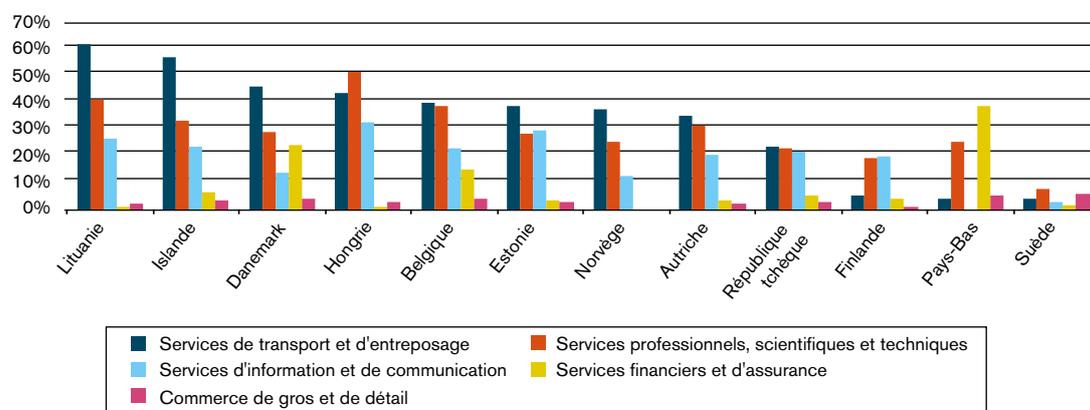
### (c) Participation des femmes

Les services jouent un rôle essentiel dans l'emploi des femmes dont la participation a régulièrement augmenté. Au cours des 30 dernières années, les femmes ont progressivement quitté l'emploi dans l'agriculture et l'industrie pour travailler dans le secteur des services, et ce plus rapidement que les hommes, bien que leur participation reste inégale d'une économie à l'autre (voir la figure B.19).

L'emploi des femmes dans les services est corrélée positivement au développement économique. En 2018, dans les économies développées, 87% des femmes actives étaient employées dans le secteur des services, contre seulement 28% dans les PMA, où l'agriculture reste la principale source d'emplois. Dans d'autres économies en développement, où l'emploi des femmes dans les services est supérieur à 50%, les femmes ont plus rapidement quitté l'agriculture que dans les économies développées et les PMA et le nombre de femmes travaillant dans le secteur des services a augmenté de 19% par rapport à il y a 23 ans.

**Figure B.18 : Les services professionnels, scientifiques et techniques avaient la plus forte intensité d'exportations après les transports et l'entreposage dans les pays européens en 2014**

Ratio des exportations au chiffre d'affaires par secteur de services dans certains pays européens, 2014



Source : Eurostat (2017).

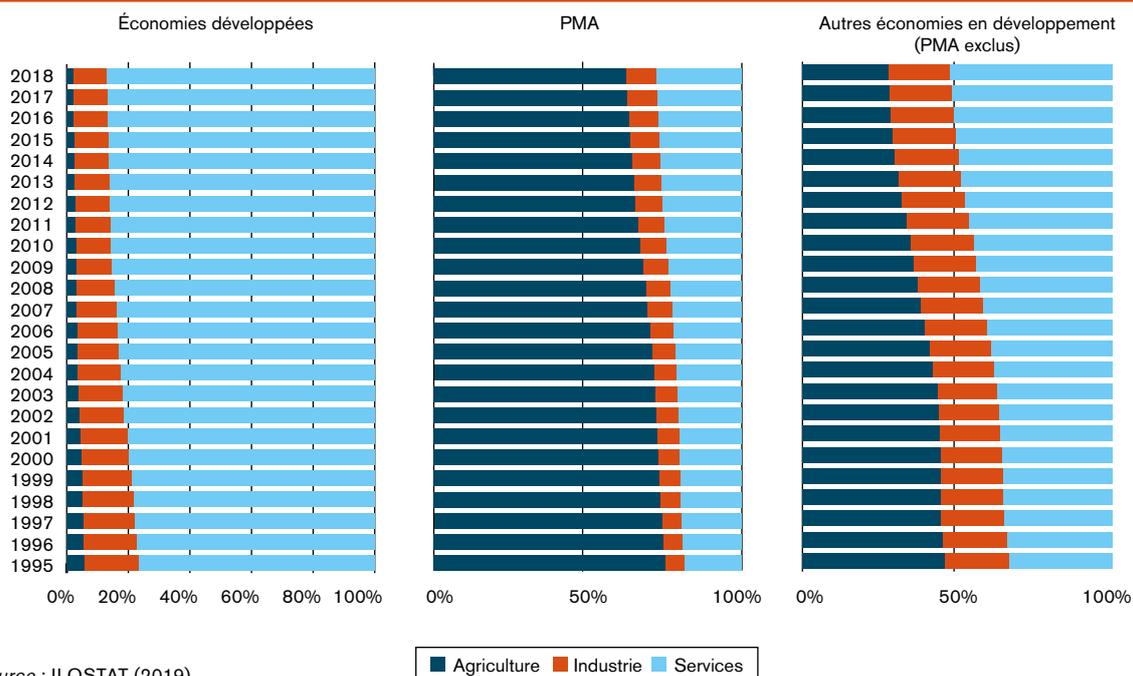
Note : Données de 2013 pour l'Autriche, la Norvège et la République tchèque; de 2011 pour la Pologne. Aucune donnée disponible sur les TIC pour les Pays-Bas ou sur les activités financières et d'assurance pour la Norvège.

En général, dans les économies développées et dans les autres économies en développement, la proportion de femmes employées dans les services est supérieure à celle des hommes de 20% et de 10%, respectivement. Toutefois, dans les PMA, l'emploi dans les services est presque aussi faible pour les femmes (28%) que pour les hommes (31%).

Exception faite du commerce de gros et de détail, où la part de l'emploi féminin est élevée dans les PMA et les autres économies en développement, les femmes travaillent principalement dans les secteurs de services qui font le moins l'objet d'échanges, comme l'éducation, la santé et le travail social (voir la figure B.20).

**Figure B.19 : L'emploi des femmes dans les services est corrélé positivement au développement économique**

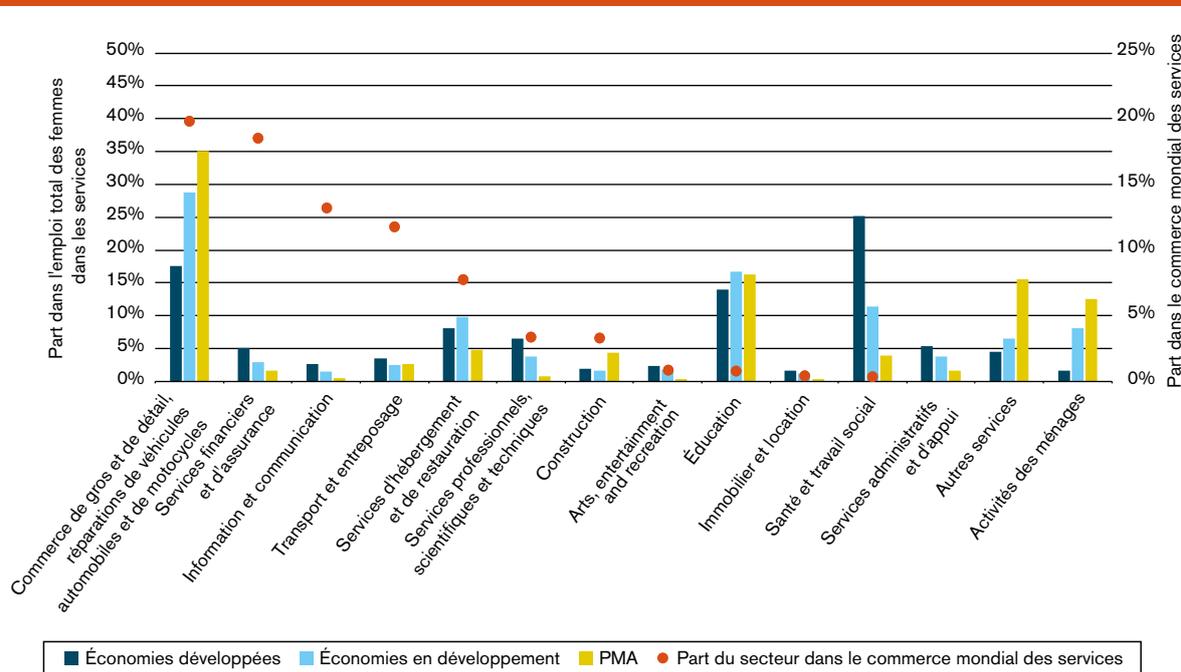
Répartition de l'emploi des femmes par grand secteur et groupe d'économies, 1995-2018



Source : ILOSTAT (2019).

**Figure B.20 : L'emploi des femmes est concentré dans les secteurs de services qui font le moins l'objet d'échanges**

Emploi des femmes dans les secteurs de services par groupe d'économies et part des secteurs dans le commerce mondial des services, 2017



Source : D'après la CITI, Rev.4. Les calculs de l'OMC sont basés sur ILOSTAT (2019) et sur les estimations de l'OMC (2019).

L'éducation est une importante source d'emplois pour les femmes dans les économies de tous niveaux de développement, les femmes étant particulièrement actives dans les secteurs de la santé et du travail social dans les économies développées. Il est tenu compte du grand nombre de travailleurs de santé d'économies en développement qui ont contribué à remédier à la pénurie d'infirmières ou de soignantes dans de nombreux pays développés.

L'emploi féminin est très bas dans le secteur des TIC, l'un des secteurs de services les plus prometteurs et faisant le plus l'objet d'échanges, et 5% seulement des femmes dans les économies développées sont employées dans les services financiers et les services d'assurance. Parmi les secteurs de services où il y a le plus d'échanges, le tourisme offre d'excellentes possibilités d'emploi aux femmes à tous les niveaux de compétence.

L'emploi dans les secteurs marchands n'est que l'une des manières dont les femmes peuvent participer au commerce. En effet, les femmes peuvent participer directement au commerce international des marchandises ou des services en détenant et en exploitant une entreprise. Comme toutes les entreprises exportatrices, les MPME exportatrices

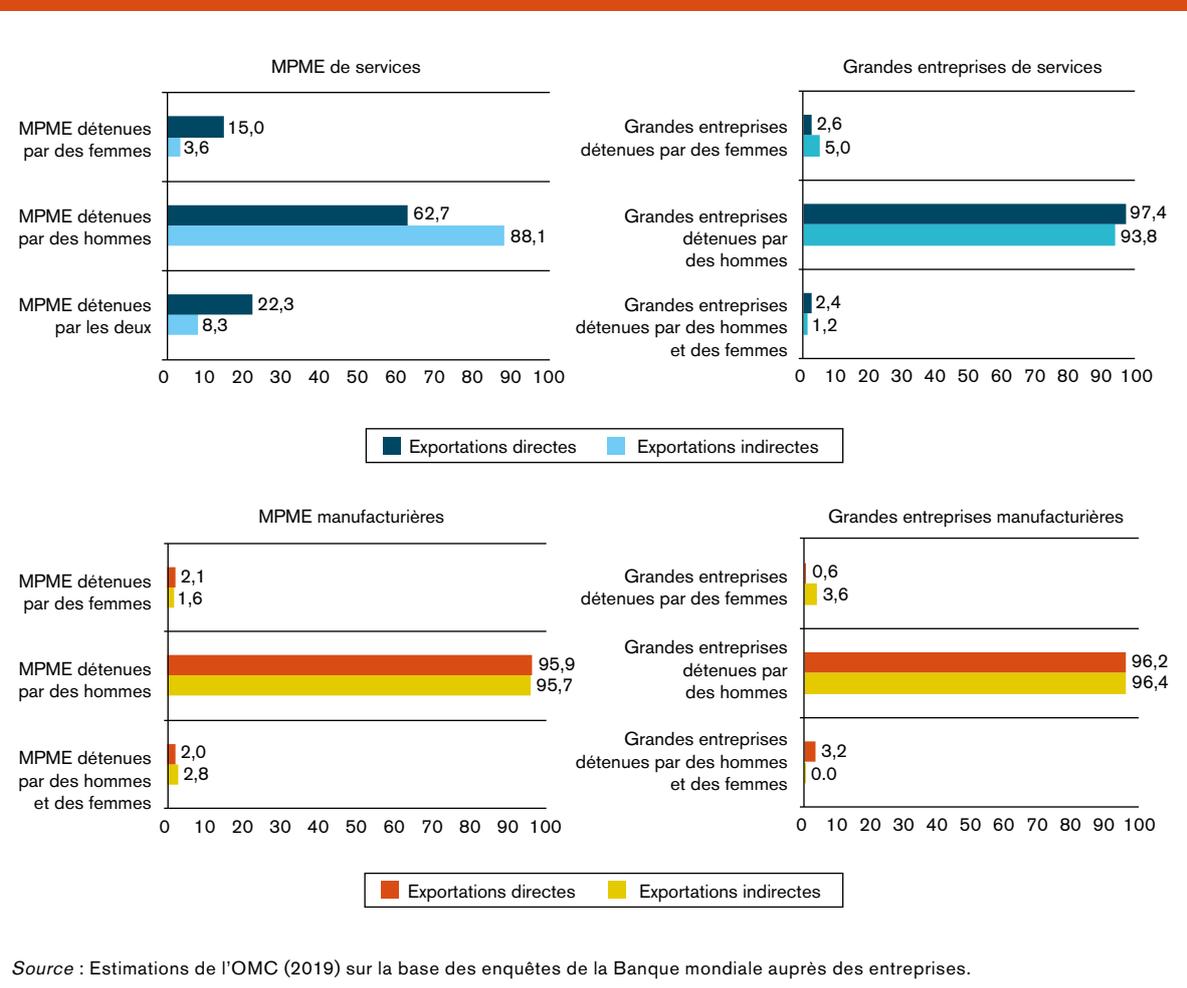
qui appartiennent à des femmes ont tendance à gagner plus, à payer des salaires plus élevés, à créer plus d'emplois et à être plus productives que les entreprises non exportatrices (CCI, 2015).

À l'heure actuelle, il n'existe pas de statistiques détaillées qui rendent compte de la contribution des entreprises appartenant à des femmes au commerce des services. Toutefois, les estimations de l'OMC basées sur les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises indiquent que, dans les économies en développement, en moyenne 13% seulement des entreprises de services de toutes tailles sont détenues ou contrôlées par des femmes. Dans le cas des MPME, 14% appartiennent à des femmes et le pourcentage tombe à 6% dans le cas des grandes entreprises de services.<sup>13</sup>

Dans les économies en développement, la participation des entreprises appartenant à des femmes aux exportations de services est également marginale.<sup>14</sup> Les MPME appartenant à des femmes ne représentent que 15% des exportations de services de l'ensemble des MPME. Cette part n'est plus que de 2,6% dans le cas des grandes entreprises de services qui représentent la majeure partie des exportations dans les économies en développement.

**Figure B.21 : Les entreprises appartenant à des femmes sont sous-représentées dans les exportations de services**

Services directs et indirects et exportations de produits manufacturés en fonction du genre du propriétaire de l'entreprise et de la taille de l'entreprise dans les économies en développement (pourcentage des exportations totales)



Toutefois, par comparaison, la contribution des entreprises manufacturières appartenant à des femmes aux exportations est beaucoup plus faible, de 2,1% pour les MPME appartenant à des femmes et de 0,6% pour les grandes entreprises (voir la figure B.21). Les femmes sont aussi moins nombreuses à détenir des entreprises manufacturières, 10% dans le cas des MPME et 3,8% dans le cas des grandes entreprises.

Dans les MPME de services, les entreprises appartenant à des femmes ont les plus fortes parts d'exportations dans le secteur des services relatifs au tourisme et aux voyages, comme les services d'agences de voyages et d'organismes touristiques, les services d'hôtellerie et de restauration et les services de transport. Outre qu'il emploie beaucoup de femmes, le tourisme offre aux femmes chefs d'entreprise des possibilités concrètes de s'engager dans le commerce international.

Comme l'emploi des femmes, la propriété d'entreprises par des femmes dans les économies en développement est concentrée dans les services de distribution, en particulier dans le commerce de détail. Toutefois, les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises montrent que les entreprises appartenant à des femmes dans ce secteur ciblent principalement les marchés locaux.

Dans le cas des économies développées, les renseignements sur les entreprises appartenant à des femmes et la participation des femmes au commerce proviennent d'enquêtes nationales comme celles sur les MPME. D'après les renseignements disponibles pour certains grands exportateurs et importateurs de services, la part des entreprises appartenant à des femmes et leur participation au commerce n'est pas beaucoup plus importante que dans les économies en développement.

**Sonja Grater,**

Chargée de cours, North-West University, Afrique du Sud

**Ali Parry,**

Chercheuse extraordinaire, North-West University, Afrique du Sud

**et Wilma Viviers,**

Professeure chargée de recherche et titulaire d'une chaire de l'OMC, North-West University, Afrique du Sud

# Les MPME et le commerce des services : un chemin vers une croissance inclusive dans les économies en développement?

Il est généralement admis que les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) jouent un rôle crucial dans l'économie des pays, offrant un emploi à de nombreuses personnes de différentes professions et métiers (Aga et al., 2015).

Beaucoup considèrent aussi que les MPME détiennent la clé de la croissance inclusive, qui est si souvent évoquée, mais qui reste un objectif inaccessible.

Or il est inquiétant de voir que de nombreuses MPME, malgré leur potentiel reconnu, n'arrivent pas à devenir une source productive et durable de valeur économique.

Parmi les facteurs qui entravent les MPME, il y a le manque de ressources humaines et financières et le fait que l'environnement politique et réglementaire est généralement mieux adapté aux grandes entreprises (Parry and Markowitz, 2016). De fait, les

MPME reçoivent généralement peu d'attention au niveau des politiques officielles. Ou bien l'attention qu'elles reçoivent se traduit rarement par des mesures de soutien concrètes et viables. Il n'est pas étonnant que ces problèmes soient plus prononcés dans les pays en développement que dans les pays développés.

La croissance exponentielle du commerce mondial des services pourrait quand même changer la donne pour les MPME des pays en développement, en particulier parce que de nombreux services sont plus accessibles aux entrepreneurs et aux petites entreprises que l'industrie manufacturière, les industries extractives ou l'agriculture, qui exigent généralement des investissements considérables.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC), les services financiers, les services de transport et d'hôtellerie sont parmi

les secteurs de services offrant un potentiel particulier aux MPME, tout en posant opportunément les bases d'une société qui fonctionne bien. Cela ne veut pas dire que les services n'exigent pas des investissements, notamment dans les ressources financières et humaines, mais les coûts de démarrage associés sont souvent relativement faibles et le commerce transfrontières est devenu une option plus réaliste étant donné le développement du commerce électronique et la relative facilité de communiquer et de faire des transactions via des plates-formes numériques.

Les progrès technologiques, qui ont un impact considérable sur la manière dont les personnes vivent, travaillent et interagissent, sont le principal moteur du phénomène des chaînes de valeur mondiales (CVM). Les CVM, qui ont estompé la démarcation entre le commerce des biens physiques et le commerce des

services, ont offert aux MPME de services de nombreuses possibilités de servir de liens dans la chaîne de valeur – même à une échelle modeste, depuis leur base nationale. Elles peuvent ainsi accéder à un vaste marché qui ne leur aurait peut-être pas été ouvert si elles avaient dû supporter les coûts et surmonter les problèmes logistiques liés à l'expédition de marchandises à l'étranger.

Les MPME ont beaucoup d'atouts dans le domaine des services. Avec les ressources nécessaires, elles sont généralement flexibles et capables de s'adapter rapidement aux changements du marché, alors que les grandes entreprises ont un processus décisionnel plus pesant. Cette flexibilité résulte souvent d'un esprit d'entreprise et/ou d'une fascination juvénile pour ce qui est nouveau et innovant (Ata, 2019).

Les MPME ne sont pas le domaine réservé des jeunes, mais dans un monde où les emplois dans les grandes entreprises bien établies se raréfient, elles constituent une importante source d'emplois pour les jeunes qui ont de bonnes idées et le désir de réussir.

Le besoin de flexibilité ira, bien sûr, en augmentant à mesure que l'automatisation, l'intelligence artificielle et les autres évolutions technologiques transformeront le monde du travail et assècheront les gisements d'emplois plus traditionnels. De nombreux services s'appuient sur les technologies numériques, ce qui met les MPME de services technophiles dans une excellente position pour saisir les possibilités qui se présentent en permanence. L'essor rapide des services bancaires mobiles en Afrique de l'Est et en Afrique australe au cours des dernières années montre comment les progrès technologiques ont encouragé l'esprit d'entreprise et aidé à créer de nouvelles industries à forte croissance qui ont une envergure internationale.

En outre, beaucoup de femmes qui, en raison de leurs multiples fonctions dans la vie, ne trouvent pas leur place dans les entreprises formelles, trouvent un nouvel objectif économique dans les secteurs de services comme l'éducation et la comptabilité qui se prêtent à des prestations en ligne plus flexibles.

Il a été dit que l'essor du secteur des services dans les pays en développement qui sont encore dépendants de l'agriculture ou des industries extractives peut leur permettre de « sauter » l'étape de l'industrie manufacturière, qui serait logiquement le stade suivant dans le processus de développement économique. Cet argument semble avoir une certaine valeur à en juger par l'essor sans précédent de l'utilisation du téléphone portable et la popularité croissante du commerce et des services récréatifs en ligne.

Toutefois, un secteur de services ne peut pas prospérer dans le vide, sans un environnement politique et réglementaire favorable, et sans une infrastructure fonctionnelle, notamment dans les domaines des télécommunications et de l'énergie.

Les MPME elles-mêmes ont besoin d'une attention et d'une assistance spéciales, en particulier pour percer sur les marchés régionaux ou internationaux. Elles connaissent souvent mal les marchés et manquent de compétences en affaires internationales, mais comme elles ne sont pas bien comprises ni bien prises en compte dans les pays en développement, elles sont souvent confrontées aux mêmes règlements et aux mêmes difficultés que les grandes entreprises. Comme on le sait, le secteur des services est très réglementé et il faut être bien informé pour s'y retrouver. Le manque de financement, conjugué à une faible solvabilité, est un autre problème chronique. Face à ces difficultés, de nombreuses MPME finissent tout simplement dans le secteur informel où elles n'exploitent pas leur potentiel économique (Grater *et al.*, 2017).

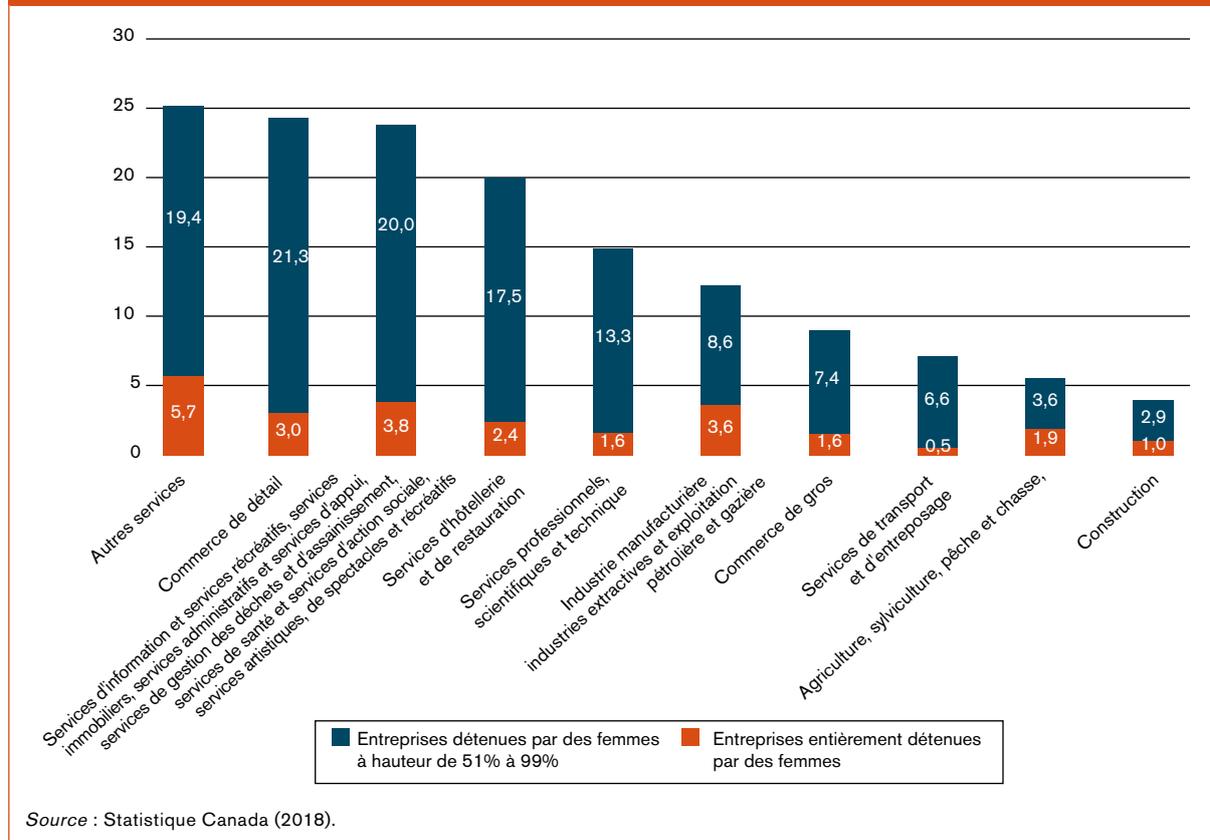
Les MPME doivent recevoir toute l'attention voulue si l'on veut que les pays en développement avancent vers leur objectif souvent exprimé d'une croissance inclusive et d'un développement durable. Bien qu'il y ait de nombreux cas de petites entreprises, en Afrique, en Asie et dans d'autres régions en développement, qui ont fait des progrès impressionnants en développant une présence régionale ou mondiale, ce sont le plus souvent des « îlots d'excellence » qui ne donnent pas une image réaliste de la situation actuelle. Livrées à elles-mêmes, la plupart des MPME ne seront pas en mesure de croître et de réaliser tout leur potentiel.

Si l'accès à de nouvelles sources de financement et le renforcement des connaissances et des compétences sont des mesures indispensables, la création d'une importante cohorte de MPME de services suppose aussi que le pays ait une culture des services bien établie dont peuvent s'inspirer les différents secteurs de services et les fournisseurs individuels. Ainsi, s'il peut être bon de « sauter les étapes », il ne s'agit pas pour autant de prendre des raccourcis.

Manifestement, les pays en développement (pouvoirs publics, entreprises et société civile) doivent consacrer beaucoup plus de temps et d'efforts pour étudier, comprendre et libérer le potentiel des MPME dans les secteurs de services les plus porteurs, faute de quoi les géants des technologies et les autres grands acteurs économiques pourraient évincer les petites entités locales et mettre l'économie sur une trajectoire qui perpétue les inégalités.

**Figure B.22 : Au Canada, les MPME appartenant à des femmes opèrent principalement dans le secteur des services**

MPME canadiennes appartenant à des femmes, par secteur et part des entreprises détenues par des femmes, 2017 (en pourcentage)



Au Canada, la propriété par des femmes et la taille de l'entreprise sont corrélées négativement (Statistique Canada, 2018).<sup>15</sup> Les femmes possédaient 17,2% des microentreprises (de 1 à 4 employés) dans tous les secteurs économiques et 14,4% des petites entreprises (de 5 à 19 employés) mais seulement 12% des entreprises de taille moyenne (moins de 100 employés). Les services l'emportent sur le secteur manufacturier, les « autres services » (comme les services personnels et les services de blanchisserie), le commerce de détail et les services d'hôtellerie étant les principaux secteurs (voir la figure B.22). Seulement 14% des MPME appartenant à des femmes étaient exportatrices et 4% avaient exporté des services en 2017. Toutefois, seulement 11% des femmes qui détenaient des MPME envisageaient d'accéder aux marchés étrangers dans les trois années suivantes.

Au Royaume-Uni, en 2017, le pourcentage d'entreprises dirigées par des femmes était inversement proportionnel à la taille de l'entreprise: 21% des entreprises sans employé étaient dirigées par des femmes, contre 19% des microentreprises (de 1 à 9 employés), 20% des petites entreprises (de

10 à 49 employés) et 15% des entreprises moyennes (de 50 à 249 employés).

Au Royaume-Uni, les MPME des secteurs de la santé et de l'éducation et d'autres secteurs de services avaient le plus de probabilité d'être dirigées par des femmes en 2017 (52%, 50% et 26%, respectivement), alors que les entreprises du secteur des TIC, du secteur de la construction et du secteur manufacturier étaient celles qui en avaient le moins (10%, 11% et 12%, respectivement) (Département des affaires, de l'énergie et des stratégies industrielles du Royaume-Uni, 2018).

Dans diverses économies à différents niveaux de développement, les femmes sont largement concentrées dans les secteurs de services qui font le moins l'objet d'échanges, comme l'éducation, la santé et l'action sociale, ce qui réduit leurs possibilités de faire du commerce. Toutefois, les services d'éducation et de santé connaissent un essor rapide grâce à la numérisation et au tourisme médical, offrant aux femmes de bonnes perspectives de participer au commerce des services.

#### 4. Quel est le rôle des services dans les chaînes de valeur mondiales ?

Il est de plus en plus difficile de mesurer le rôle des services dans les chaînes de valeur mondiales car l'activité manufacturière et les services, y compris la propriété intellectuelle, sont des composantes interdépendantes de tout processus de production (Miroudot, 2019).

La démarcation entre ces diverses composantes est de plus en plus floue, en partie du fait de la « servicisation » des entreprises manufacturières, qui combinent de plus en plus les biens et les services. Par exemple, les navires ou les avions peuvent être livrés avec des programmes de formation pour l'équipage ou les machines peuvent nécessiter des services pour être installées (Miroudot et Cadestin, 2017). On peut citer aussi l'exemple d'entreprises comme IBM, qui a complètement modifié ses caractéristiques de production et qui, de producteur de biens (matériel informatique), est devenu un fournisseur de services (informatique en nuage et intelligence artificielle). Une autre tendance récente est l'émergence de producteurs de biens « sans usine », c'est-à-dire que des entreprises manufacturières traditionnelles comme Apple, ou le fabricant britannique d'appareils ménagers Dyson, externalisent leurs activités manufacturières à d'autres entreprises et se concentrent sur des services comme la conception, les ventes et les activités de coordination (Bernard et Fort, 2015).

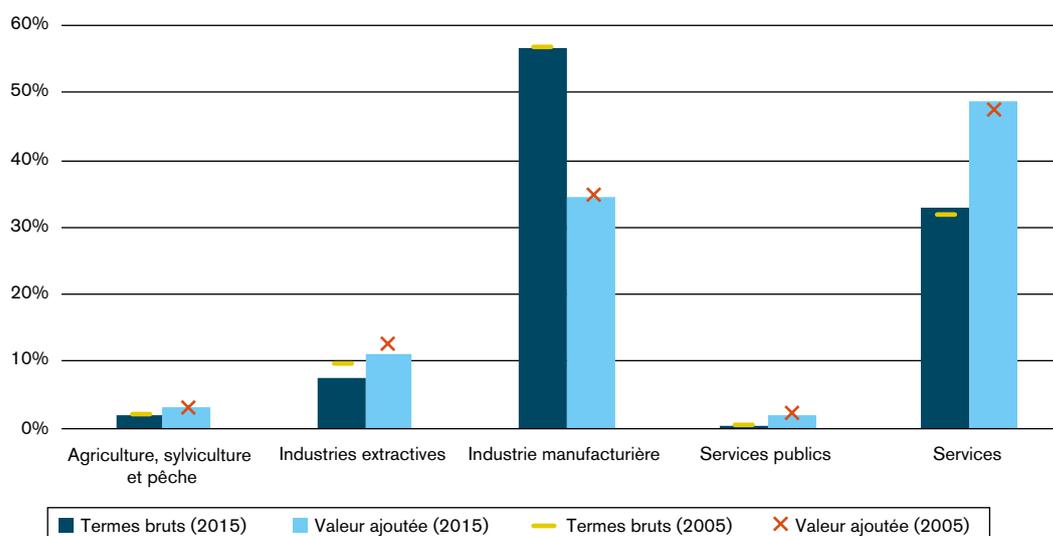
La technologie est le principal déterminant de ces tendances, obligeant les entreprises à innover et à changer de modèle économique, pour rester sur le marché. Les mutations numériques en cours font que la frontière entre un service et un bien est de plus en plus floue. La convergence technologique aboutit également à la production d'appareils multifonctionnels, comme les téléphones mobiles qui peuvent servir à la fois d'appareil photo, de liseuse, de bibliothèque musicale, de console de jeux, etc., et les nouvelles technologies, comme les capteurs, qui ajoutent des fonctionnalités à des produits « non interactifs » et en font des appareils numériques (comme les composants automobiles ou les réfrigérateurs intelligents).

Ces évolutions récentes rendent la mesure du commerce international encore plus complexe.

Il est de plus en plus difficile de mesurer le rôle des services dans le commerce international. Les statistiques sur le commerce en valeur ajoutée tiennent compte des liens entre les secteurs créés par les intrants intermédiaires et mesurent la valeur ajoutée sectorielle dans les exportations de marchandises et de services.<sup>16</sup>

La figure B.23 montre qu'en termes de valeur ajoutée les services jouent un rôle beaucoup plus important dans le commerce international que les statistiques brutes ne le suggèrent. La valeur ajoutée par les services contenue dans les exportations

**Figure B.23 : Les services représentent près de la moitié des exportations mondiales en valeur ajoutée**  
Structure du commerce mondial en termes bruts et en valeur ajoutée, 2015



Source : Base de données OCDE sur le commerce en valeur ajoutée (TiVA) (2018).<sup>17</sup>

internationales de marchandises et de services représente près de la moitié des exportations mondiales, contre 30% environ en 1980 (Heuser et Mattoo, 2017). L'importance des services en valeur ajoutée reflète leur rôle en tant qu'intrants dans d'autres secteurs comme l'agriculture ou l'industrie manufacturière.

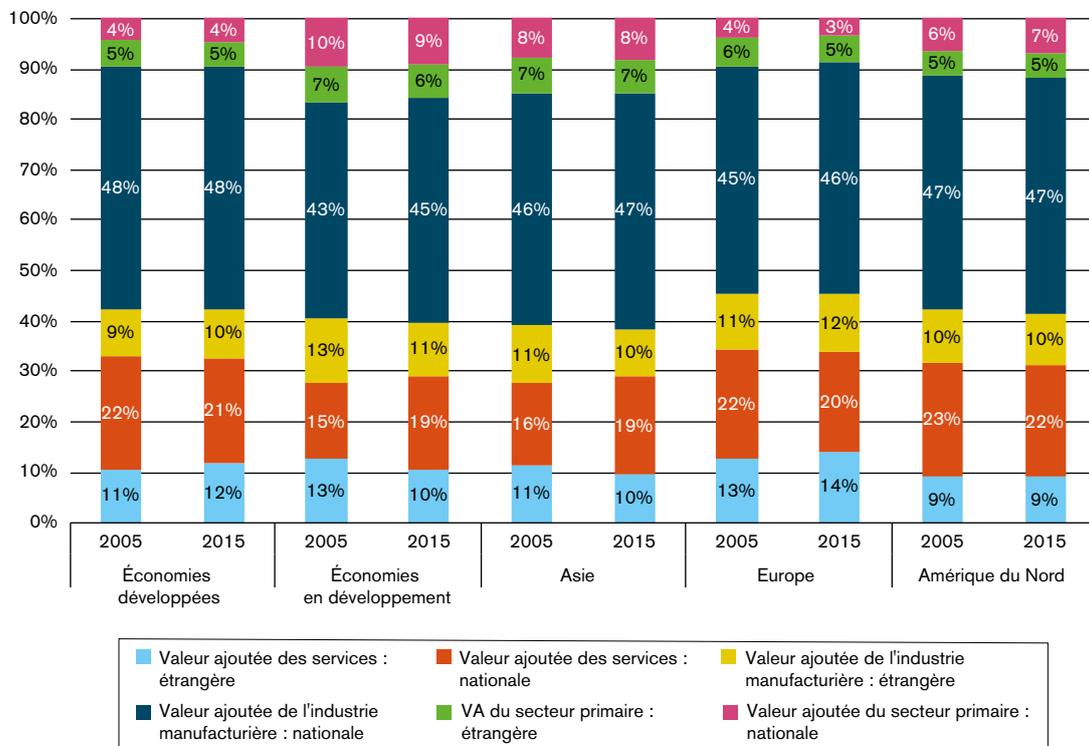
(a) *Valeur ajoutée par les services dans les exportations de produits manufacturés*

Les intrants de services dans le secteur manufacturier sont souvent fournis en interne, par exemple dans le cas des entreprises multinationales ou en situation de pleine concurrence (Low, 2013). Les services ne sont pas seulement des intrants importants tout au long du processus de production mais ils représentent aussi d'importantes activités après-vente, comme la formation, la maintenance, la fourniture de pièces détachées pour les services de réparation et divers autres services à la clientèle (Gaiardelli *et al.*, 2007).

La figure B.24, qui ventile les exportations de produits manufacturés d'après la valeur ajoutée et l'origine, illustre l'importance des services dans l'industrie manufacturière. Dans les économies développées où le degré de servicification est plus élevé, la valeur ajoutée par les services représentait en 2015 33% des exportations de produits manufacturés contre 29% dans les économies en développement. La ventilation pour les trois pôles de production manufacturière – Amérique du Nord, Asie et Europe – en 2015 montre que l'Europe avait la plus forte teneur en services (34%), suivie par l'Amérique du Nord (31%) et l'Asie (29%). Alors que la valeur agrégée des services dans les exportations de produits manufacturés est restée stable pour les économies développées entre 2005 et 2015, elle a augmenté en Asie, du fait en particulier de la forte augmentation de la teneur en services nationaux dans les exportations de produits manufacturés de la Chine. On observe une plus grande hétérogénéité au niveau national (OMC 2014).

**Figure B.24 : La part de la valeur ajoutée des services dans les exportations de produits manufacturés est la plus élevée en Europe et elle augmente en Asie**

Décomposition de la valeur ajoutée dans les exportations de produits manufacturés et de services, 2005 et 2015



Source : Base de données TiVA de l'OCDE (2018).

Note : Les pourcentages de la valeur ajoutée des services comprennent les services de construction. La valeur ajoutée des activités primaires concerne l'agriculture, les industries extractives et les services publics.

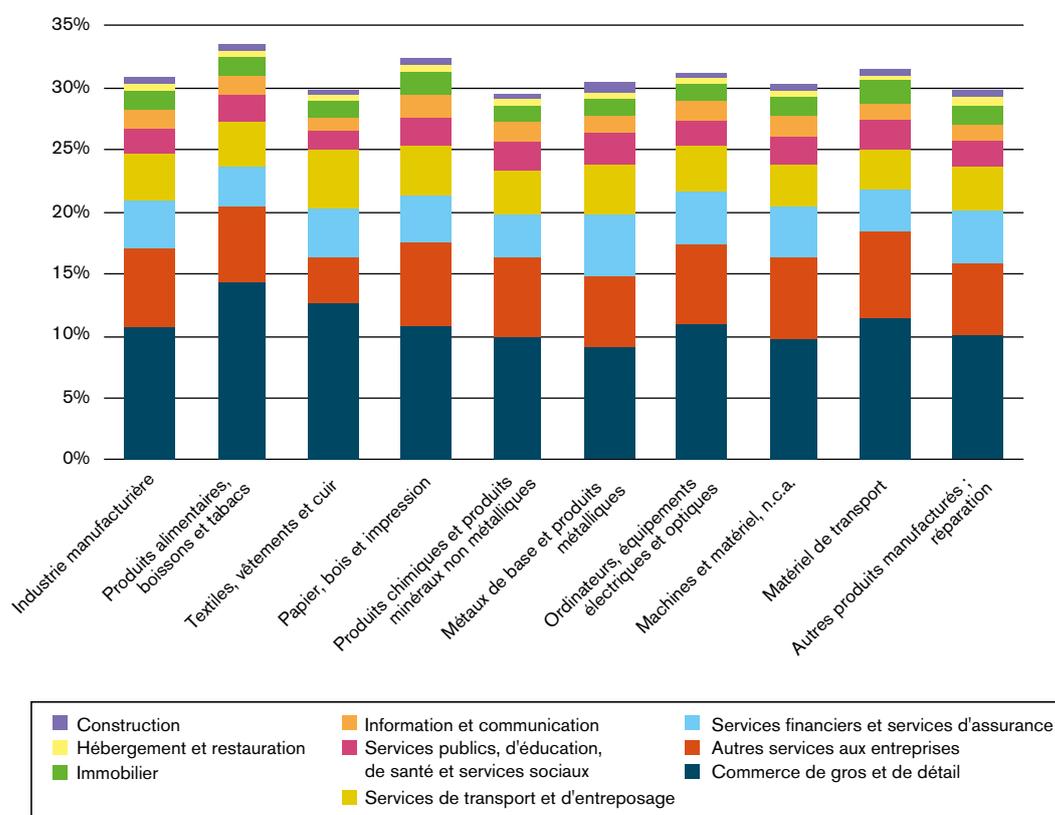
La figure B.25, qui donne des renseignements plus détaillés sur la teneur en services des exportations, montre l'importance des services de gros et de détail, des autres services aux entreprises,<sup>18</sup> des services financiers et des services de transport en tant qu'intrants dans les secteurs manufacturiers. D'autres services, comme les services d'hébergement et de restauration, l'immobilier et la construction, sont fournis plus près de la demande finale. Le recours aux différents types de services est analogue dans tous les secteurs manufacturiers, ce qui signifie que le renforcement des capacités d'offre de ces secteurs de services profitera à la compétitivité de tous les secteurs manufacturiers.

La valeur ajoutée indiquée dans les résultats ci-dessus est considérée comme une estimation inférieure, car les services sont souvent produits « en interne » par des entreprises exportatrices, notamment les services à forte valeur ajoutée comme la R&D et la publicité.

À la différence des transactions effectuées dans des conditions de pleine concurrence, aucune transaction commerciale concernant ces services n'apparaît, de sorte que les cadres statistiques ne rendent pas compte de ces flux. Il se peut donc que les services produits « en interne » ne soient pas convenablement mesurés (Low, 2013; Wöfl, 2019). En utilisant à la fois les enquêtes sur la population active et la base de données TiVA de l'OCDE, Miroudot et Cadestin (2017) estiment, pour un échantillon de 31 économies, que la part de valeur ajoutée par des services dans les exportations de produits manufacturés passe de 37% à 53% lorsqu'on ajoute les activités de services « en interne » des entreprises manufacturières. Selon les économies, entre 25% et 60% de l'emploi dans les entreprises manufacturières correspond à des fonctions de service, comme la R&D, l'ingénierie, le transport, la logistique, la distribution, le marketing, les ventes, les services après-vente, les TI, la gestion et le soutien administratif.

**Figure B.25 : Les services ont la même importance relative pour les exportations des différents secteurs manufacturiers**

Valeur ajoutée des services dans les exportations des industries manufacturières, 2015



Source : Base de données TiVA de l'OCDE (2018).

**(b) Valeur ajoutée des services dans la production de services**

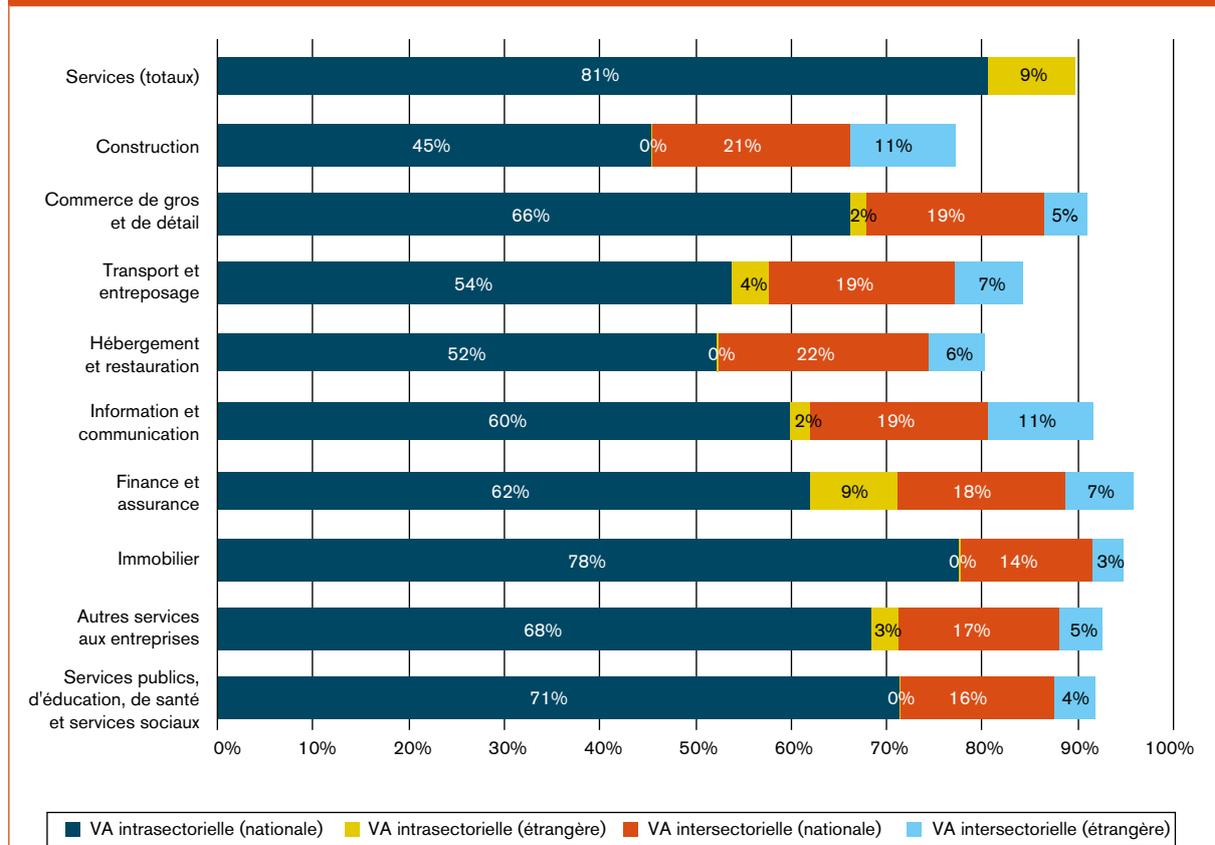
Les statistiques du commerce en valeur ajoutée évoquent aussi la fragmentation des services (voir la figure B.26). La production de services, du moins au niveau de l'agrégation sectorielle de la base de données TiVA, est moins fragmentée que la production manufacturière. La valeur ajoutée des services constitue 90% des exportations de services, alors que la valeur ajoutée des activités manufacturières et primaires représente les 10% restants. Les exportations de services s'appuient dans une large mesure sur la capacité d'offre nationale, la teneur en services nationaux représentant 81% des exportations. La teneur en services étrangers (intrants de services importés) des exportations de services est de 9%, légèrement inférieure à la teneur en services étrangers des exportations de produits manufacturés (voir la figure B.24). Dans ce contexte, il est important de noter que, comme les activités des filiales étrangères

représentent une valeur ajoutée nationale et non une valeur ajoutée étrangère, les statistiques TiVA ne permettent pas d'identifier facilement le commerce effectué via une présence commerciale dans un autre pays (mode 3 de l'AGCS).

La décomposition sectorielle montre que les exportations de services reposent dans une large mesure sur une large éventail d'intrants de services du même secteur plutôt que sur des intrants d'autres secteurs de services. La part de la valeur ajoutée intrasectorielle dans les exportations est la plus élevée pour les secteurs suivants: immobilier (78%); services publics, de santé, d'éducation et services sociaux (71%); services financiers et services d'assurance (71%); et autres services aux entreprises (71%). En revanche, la valeur ajoutée intersectorielle des services est importante pour les exportations de secteurs comme la construction (32%), les services d'information et de communication (30%) et les services d'hébergement et de restauration (28%).

**Figure B.26 : La valeur ajoutée des services représente 90% des exportations de services**

Valeur ajoutée des services dans les exportations des industries manufacturières, 2015



Source : Base de données TiVA de l'OCDE (2018).

Note : À titre d'exemple, la décomposition ne montre pas la valeur ajoutée du secteur primaire et de l'industrie manufacturière contenue dans les exportations de services, qui correspondrait à la différence entre 100% et la valeur ajoutée des services représentée par la barre.

# Notes

- 1 Pour les services, la variable des ventes équivaut à la production, sauf pour le commerce de gros et de détail, l'intermédiation financière et l'assurance et l'immobilier.
- 2 Les filiales sont des entreprises contrôlées par des investisseurs étrangers. Les accords internationaux comme l'AGCS donnent une définition plus large du contrôle, mais le cadre FATS recommande de se concentrer sur le contrôle exercé par la détention de la majorité des droits de vote. On trouvera une définition plus détaillée dans ONU *et al.* (2012).
- 3 La classification sectorielle dans cette section a été adaptée, dans la mesure du possible, pour respecter le champ d'application de l'AGCS.
- 4 On ne connaît pas encore la valeur du commerce international de marchandises effectué par le biais du commerce en ligne transfrontières. La communauté statistique internationale s'emploie activement à développer une mesure.
- 5 Dans le présent rapport, l'agrégat « économies en développement » englobe les économies en développement, les PMA et la Communauté d'États indépendants (CEI), y compris les anciens États membres et les États membres associés. Exception faite des PMA, ce groupement statistique n'a aucune d'incidence pour tout ce qui concerne le niveau de développement des Membres de l'OMC.
- 6 Les services des TIC englobent les services de télécommunication, les services informatiques et les services connexes. Les valeurs estimées comprennent aussi les services audiovisuels et services connexes. Les transactions internationales sont enregistrées en tant que commerce des services liés à la propriété intellectuelle et services connexes lorsque ces services sont achetés de l'étranger à des fins commerciales, comme la reproduction ou la distribution. L'achat de produits audiovisuels et de logiciels téléchargés numériquement – comme la musique ou les jeux diffusés en continu à partir d'un autre pays pour la consommation personnelle, est enregistré respectivement en tant que commerce de services audiovisuels ou commerce de logiciels informatiques.
- 7 Suivant la classification du revenu fondée sur le RNB par habitant de la Banque mondiale. Hong Kong (Chine), Singapour et la République de Corée se classent parmi les économies à revenu élevé; la Chine figure parmi les économies à revenu intermédiaire de la tranche supérieure et l'Inde parmi les économies à revenu intermédiaire de la tranche inférieure.
- 8 Les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises portent sur des entreprises représentatives de l'activité économique non agricole d'un pays. Elles visent les petites entreprises (de 5 à 20 employés), les entreprises de taille moyenne (de 20 à 99 employés) et les grandes entreprises (plus de 100 employés). Les microentreprises (moins de cinq employés) ne sont pas étudiées. Les enquêtes utilisées dans le présent rapport ont été effectuées entre 2013 et 2018 (et, pour 2 économies, en 2012) dans 83 économies de toutes les régions. En ce qui concerne les services, elles portent sur les divisions ci-après relatives aux services de la Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI Rev.3.1): construction (45); commerce de gros et de détail, réparation de véhicules automobiles et de motocycles et d'articles personnels et domestiques (50 à 52); hébergement et restauration (55); transport, entreposage et communication (60 à 64); activités informatiques et activités rattachées (72). Dans le secteur manufacturier, les enquêtes portent sur les entreprises relevant des divisions 15 à 37 de la CITI Rev.3.1.
- 9 Cette section est fondée sur les statistiques nationales et non sur les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.
- 10 L'UK Annual Business Survey porte sur les entreprises du Royaume-Uni sauf l'Irlande du Nord. Les services d'assurance et de réassurance sont exclus de l'enquête.
- 11 Définies comme des entreprises de moins de 500 employés.
- 12 La Classification industrielle type du Royaume-Uni définit les activités manufacturières comme « la transformation physique et/ou chimique de matériaux, de substances ou de composants pour obtenir de nouveaux produits » (Département des affaires, 2018). Quatre-vingt-quinze codes de la CITI à trois chiffres ont été cités dans la Longitudinal Small Business Survey (Enquête longitudinale sur les petites entreprises) du Royaume-Uni, le traitement et le revêtement des métaux et l'impression étant les deux sous-secteurs les plus importants.
- 13 Dans les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, quelque 18 600 entreprises de services et 25 760 entreprises manufacturières dans différentes régions ont communiqué des informations détaillées sur les entreprises détenues par des femmes et les exportations en pourcentage des ventes totales. Les enquêtes utilisées dans le présent rapport ont été effectuées entre 2013 et 2018 (et pour deux économies, en 2012).
- 14 La participation directe et indirecte des femmes aux exportations est calculée comme la part des exportations des entreprises détenues (majoritairement ou entièrement) par des femmes dans les exportations totales de toutes les entreprises (appartenant à des femmes, à des hommes ou aux deux).
- 15 Les estimations ont été établies sur la base des réponses obtenues de 9 115 MPME. Les sociétés de financement et de crédit-bail, les filiales, les organisations à but non lucratif, les services gouvernementaux, les écoles, les hôpitaux et les autres organisations du secteur public ne sont pas pris en compte.
- 16 Pour en savoir plus sur la façon dont ces estimations sont établies, voir OMC et IDE-JETRO (2011), chapitre IX.
- 17 Les services représentent un tiers des exportations mondiales en termes bruts selon la base de données TiVA de l'OCDE, mais moins d'un quart d'après les statistiques de la balance des paiements. Comme la base de données TiVA est étalonnée par rapport aux statistiques nationales, plusieurs différences méthodologiques, y compris l'attribution de marges commerciales et de marges de transport pour le commerce des marchandises et des services, peuvent expliquer l'importance relativement plus grande du commerce des services dans la base de données TiVA.
- 18 Un secteur clé fournit des contributions extrasectorielles à ces secteurs et d'autres, celui des « autres services aux entreprises », qui englobe les activités professionnelles et techniques comme la comptabilité, la publicité, l'architecture, l'ingénierie, les services juridiques, les services de consultation en matière de gestion, les études de marché et la R&D.