

# B

## Les PME dans le commerce international : faits stylisés

Toute entreprise qui envisage d'étendre ses opérations dans un autre pays doit opter pour une stratégie spécifique d'entrée sur le marché. Le commerce étant la forme d'internationalisation la plus courante pour les petites et moyennes entreprises (PME), cette section examine les données statistiques disponibles sur la participation des PME au commerce international dans les économies développées et dans les économies en développement, et la façon dont leurs activités s'articulent avec les flux commerciaux traditionnels et avec le commerce dans les chaînes de valeur mondiales. L'objectif est de présenter une description précise et détaillée de l'activité commerciale des PME, tout en identifiant les lacunes importantes dans l'information et la couverture des données.



## Sommaire

1. Participation des PME au commerce direct	35
2. Participation des PME au commerce indirect et aux chaînes de valeur mondiales (CVM)	44
3. Participation des PME au commerce électronique international	53
4. Évolution de la participation des MPME au commerce dans le temps	56
5. Conclusions	60

### Faits saillants et principales constatations

- Dans les pays en développement, la participation des PME au commerce est faible: leurs exportations représentent 7,6% des ventes de produits manufacturés, contre 14,1% pour les plus grandes entreprises.
- Dans les pays développés, les MPME représentent en moyenne 34% des exportations. Il y a une relation positive entre la taille des entreprises et leur participation aux exportations, le taux de participation étant plus faible pour les microentreprises (9%) et les petites entreprises (38%) que pour les moyennes (59%) et les grandes entreprises (66%).
- Dans les économies en développement, les exportations indirectes des PME dans le secteur manufacturier sont estimées en moyenne à 2,4% des ventes totales, soit trois fois moins que la part estimée des exportations directes. Dans ces pays, la plupart des PME du secteur manufacturier sont peu intégrées dans les CVM, et elles participent peu aux chaînes de production, en amont comme en aval.
- Dans les économies développées, la contribution directe des PME aux exportations à valeur ajoutée nationale est plus importante que leurs exportations indirectes.
- Le commerce électronique élargit les possibilités des PME de participer au commerce international. En moyenne, 97% des petites entreprises utilisant Internet exportent. En revanche, dans la plupart des pays, le taux de participation aux exportations des PME traditionnelles est compris entre 2% et 28%.
- Dans les pays en développement, il y a une relation inverse entre le nombre et employés d'une entreprise quand elle commence ses activités et le nombre d'années qui s'écoulent avant qu'elle commence à exporter. Pour les grandes entreprises qui étaient des PME à leurs débuts, il a fallu 17 ans à celles qui ont commencé avec 5 employés ou moins, contre 5 ans pour celles qui avaient 60 à 100 employés.



L'internationalisation est souvent définie comme la stratégie adoptée par les entreprises qui développent leurs activités à l'étranger (Welch et Luostarinen, 1993).<sup>1</sup> L'internationalisation peut prendre plusieurs formes, à savoir: 1) l'exportation directe; 2) l'exportation indirecte (ventes de biens par l'intermédiaire d'une entreprise nationale qui exporte); 3) la relation contractuelle sans participation au capital; et 4) l'investissement étranger direct (IED) et d'autres formes de participation au capital.

Premièrement, les PME peuvent intervenir directement sur les marchés internationaux en commençant à vendre à des distributeurs ou à des consommateurs finals qui se trouvent sur des marchés étrangers. Deuxièmement, elles peuvent opter pour une stratégie d'internationalisation indirecte en fournissant des pièces et des composants ou des services à d'autres entreprises nationales participant à des chaînes de valeur régionales ou mondiales (CVM), ou en vendant des produits ou des services à des intermédiaires, tels que des grossistes, des commissionnaires d'achat et des courtiers qui se trouvent dans leur propre pays et qui exportent vers les marchés internationaux. Troisièmement, les PME peuvent opter pour des modes contractuels sans participation au capital, comme le franchisage, la licence ou des alliances plus structurées (consortium d'exportation, par exemple). Quatrièmement, les PME peuvent engager des investissements étrangers directs (IED) en investissant dans la création d'une entreprise entièrement nouvelle, à l'étranger, dotée de nouvelles installations opérationnelles, en participant à des fusions – acquisitions ou en réalisant des coinvestissements avec d'autres entreprises, par exemple sous la forme de coentreprises, avec différents niveaux de participation au capital (allant de la participation minoritaire au contrôle à 100%).

Les PME peuvent opter pour un ou plusieurs de ces modes d'internationalisation, mais le commerce, direct ou indirect, est souvent considéré comme le premier pas vers l'entrée sur les marchés internationaux, ouvrant la voie à une plus grande expansion internationale. L'exportation indirecte est généralement considérée comme le mode d'entrée le moins risqué, parce qu'elle permet aux PME d'accéder aux marchés internationaux sans avoir à supporter les coûts initiaux (non récupérables) liés à la recherche de nouveaux clients et à la négociation de contrats. Les intermédiaires ou les autres entreprises qui réalisent des ventes et/ou fournissent des services à l'étranger pour le compte des PME bénéficient d'une connaissance du marché et de compétences de négociation qui permettent de mettre en commun et de diversifier les risques commerciaux et de réduire les coûts de recherche et de rapprochement liés aux opérations d'exportation. L'exportation est jugée moins risquée que l'internationalisation basée sur des contrats ou des investissements car elle exige moins

de ressources organisationnelles, elle comporte moins de risques financiers et commerciaux et elle laisse plus de flexibilité et de latitude managériale (Lages et Montgomery, 2005). Dans la pratique, certaines PME exportent à la fois directement et indirectement, ce qui met en évidence la complémentarité potentielle des deux modes d'entrée sur les marchés étrangers (Nguyen *et al.*, 2012).

D'autres formes d'internationalisation, comme les contrats sans participation au capital et l'IED, entraînent des coûts fixes plus élevés qu'il est plus difficile d'inverser, en particulier pour les PME. C'est pourquoi les PME qui ont décidé récemment de développer leurs activités de recherche-développement (R&D) et de production et distribution sur les marchés étrangers préfèrent généralement les arrangements contractuels, comme l'externalisation et la participation minoritaire au contrôle à 100% de filiales à l'étranger (Hollenstein, 2005; et Nakos et Brouthers, 2002). Comme les PME sont exposées à plus de contraintes financières, humaines et managériales que les grandes entreprises et sont davantage affectées par les obstacles à l'entrée sur les marchés, il n'est pas surprenant que l'exportation reste pour elles la principale forme d'internationalisation (Riddle *et al.*, 2007; Westhead, 2008). Par exemple, moins de 3% des PME établies dans l'Union européenne ont une filiale à l'étranger, ce qui est sensiblement moins que la proportion de PME qui exportent à l'intérieur et à l'extérieur de l'UE (Commission européenne, 2014a).

La disponibilité des données sur le commerce international par taille d'entreprise est limitée à de nombreux égards. Dans la plupart des cas, les chercheurs doivent se fonder à la fois sur des enquêtes auprès des entreprises et sur des données administratives, avec tous les compromis qu'implique l'utilisation de sources de données différentes (couverture incomplète des pays, définition des PME variant d'une série statistique à une autre, différence des règles de communication des données entre les pays, actualité des données, etc.). On peut aussi ne pas disposer de données détaillées au niveau des entreprises pour des raisons de confidentialité. Les principales séries statistiques utilisées dans cette section sont la base de données de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur le commerce en fonction des caractéristiques des entreprises (TEC), qui concerne essentiellement les économies développées,<sup>2</sup> et les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, qui donnent des renseignements détaillés sur un certain nombre d'économies en développement.<sup>3</sup> Ces sources sont complétées par d'autres, en cas de besoin, y compris par des études sur les PME, des statistiques nationales et des rapports du secteur privé.

Plusieurs observations se dégagent de cette section. On observe que la participation des PME au commerce international varie considérablement selon les pays, les régions géographiques, les secteurs et les classes de taille d'entreprise, dans les économies développées comme dans les économies en développement. Dans les pays développés, la part MPME dans les exportations et les importations est relativement faible par rapport à celle des grandes entreprises, mais les entreprises de taille moyenne participent davantage au commerce que les microentreprises ou les petites entreprises. Dans les pays en développement, la participation des PME aux exportations, directes ou indirectes, est relativement faible par rapport à celle des grandes entreprises. Dans ces pays, les PME participent peu aux CVM, en particulier dans certaines régions, et les entreprises qui ont peu d'employés prennent plus longtemps pour accéder aux marchés internationaux que les entreprises plus grandes.

Malgré ces désavantages, les nouvelles technologies améliorent les possibilités commerciales des petites entreprises, dans les pays développés comme dans les pays en développement. À la différence des PME traditionnelles, les PME qui utilisent Internet sont très nombreuses à participer au commerce international. Cela donne à penser que l'amélioration de l'accès des PME aux plates-formes en ligne pourrait accroître leurs exportations, notamment dans les pays en développement où l'accès à Internet est moins répandu que dans les pays développés.

Enfin, les données disponibles sur les PME et le commerce ne sont pas suffisantes pour répondre à nombre de questions, concernant en particulier l'importance de la participation indirecte des PME au commerce et leur rôle dans les CVM.

## 1. Participation des PME au commerce direct

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. Comme il n'y a pas d'intermédiaire, l'exportation directe présente un grand avantage pour l'entreprise exportatrice qui est ainsi en contact direct avec ses clients, ce qui lui permet de mieux comprendre leurs besoins, et de trouver de nouvelles possibilités commerciales. De plus, lorsqu'il s'agit de produits innovants, l'exportation directe assure à l'entreprise une meilleure protection de ses marques ou de ses brevets.

Les PME peuvent exporter directement si elles ont les moyens d'atteindre les consommateurs étrangers ou les partenaires de CVM situés dans un autre pays. Elles

peuvent cependant avoir du mal à mobiliser toutes les ressources humaines et financières nécessaires pour développer leur activité commerciale internationale. L'exportation peut donc être difficile pour les PME en particulier dans les économies en développement.

Cette sous-section donne des détails sur la participation directe des PME au commerce international par taille d'entreprise, par secteur et, pour les pays développés, par pays partenaire/par région, dans la mesure du possible.

Comme on l'a vu dans la section A.1, il n'existe pas de définition universellement acceptée des classes de taille d'entreprise. Par défaut, les entreprises de moins de 10 employés sont classées ici dans la catégorie des «micro» entreprises, les entreprises de 10 à 49 employés dans celle des «petites» entreprises, les entreprises de 50 à 249 employés dans celle des entreprises «de taille moyenne» et les entreprises de 250 employés ou plus dans celle des «grandes» entreprises. Ces classes de taille correspondent à celles qui sont utilisées dans la base de données TEC de l'OCDE, mais des catégories différentes seront utilisées dans d'autres contextes en fonction des définitions retenues dans différentes bases de données ou études. Par exemple, les catégories ci-dessus diffèrent de celles qu'utilise la Banque mondiale dans ses enquêtes auprès des entreprises, car celle-ci exclut de sa définition des PME les entreprises de moins de 5 salariés et celles qui en comptent 100 ou plus. D'autres définitions sont également utilisées dans les recherches et les statistiques sur les PME, mais presque toutes portent sur les entreprises ayant moins de 500 employés. Le lecteur doit donc savoir que le sigle PME peut désigner des entreprises de taille différente dans différents contextes. Le sigle MPME, pour «micro, petites et moyennes entreprises», est également utilisé dans cette section et ailleurs dans le rapport pour indiquer que les microentreprises sont incluses dans les totaux, quand cela est possible.

La base de données TEC présente une ventilation des exportations et des importations par secteur économique et par pays partenaire/région. Dans cette base de données, la valeur du commerce est enregistrée en dollars EU courants, ce qui facilite l'agrégation, mais les pays couverts sont essentiellement les économies développées, à l'exception notable de la Turquie qui, bien que généralement considérée comme une économie en développement/émergente, est parfois traitée comme une économie développée parce ce qu'elle est membre de l'OCDE.

Les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises fournissent des renseignements détaillés par secteur et par taille d'entreprise pour un large

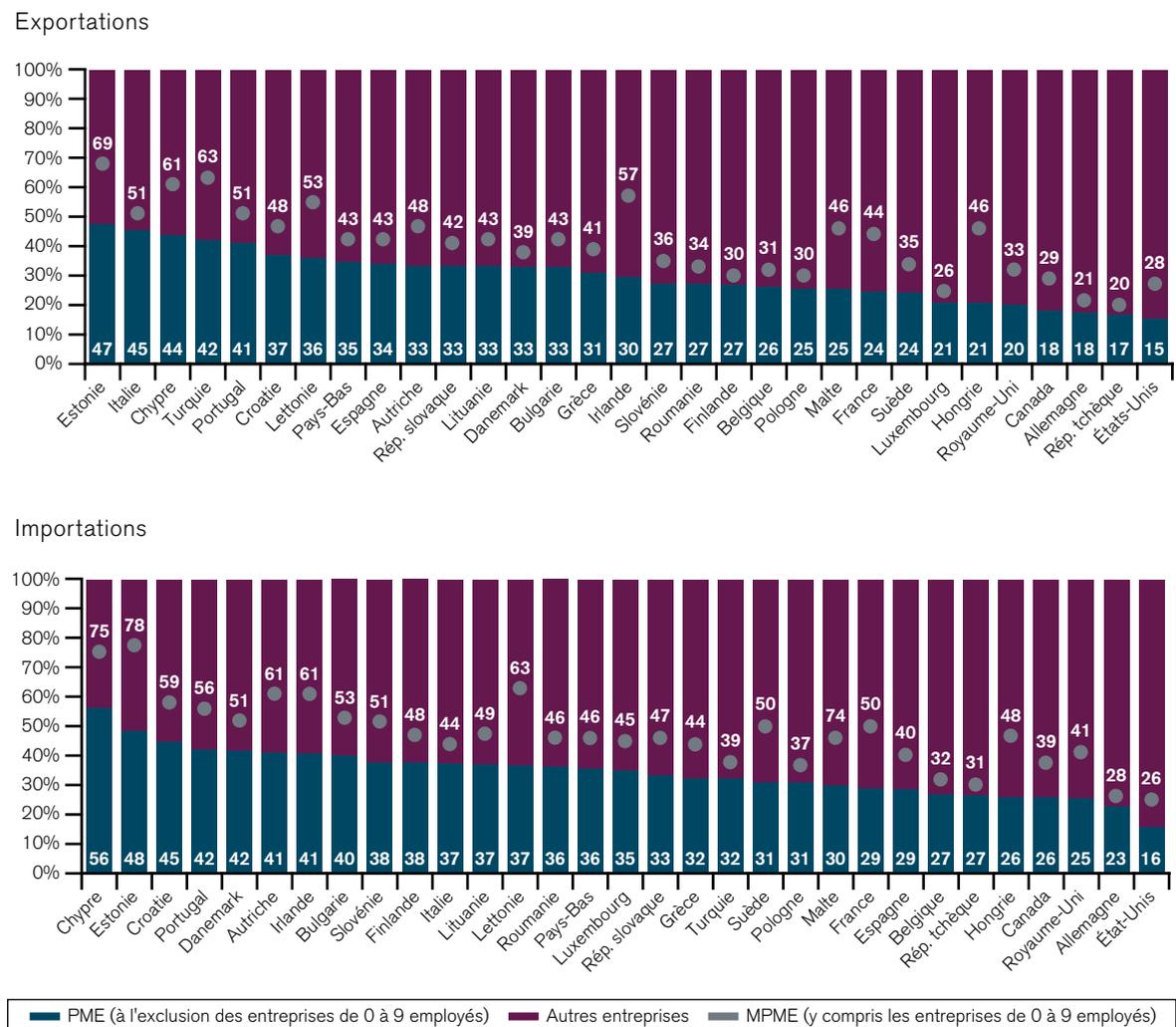
éventail de pays en développement, mais les données souffrent de certaines des insuffisances courantes des enquêtes, comme le caractère incomplet des réponses. Une autre limite des enquêtes auprès des entreprises est que les valeurs du commerce sont exprimées en monnaie nationale et que les chiffres sont ramenés à l'exercice précédant celui pendant lequel l'enquête a été réalisée. La conversion en dollars à des fins d'agrégation est loin d'être simple, mais elle a été effectuée pour parvenir à des estimations agrégées pour les pays les moins avancés (PMA) et les autres régions en développement.

En raison de différences dans la couverture et les sources des données, il n'est pas possible actuellement de comparer la participation des PME des pays développés avec celle des PME des pays en développement.

(a) Participation directe des PME et des MPME au commerce des pays développés

Bien que les MPME représentent la grande majorité des entreprises dans les économies développées (98% des entreprises industrielles dans les pays de l'OCDE, d'après la base de données TEC), leurs exportations directes représentent généralement moins de la moitié de la valeur des exportations brutes, comme le montre la figure B.1, qui indique la part des PME (non compris les microentreprises de moins de 10 salariés) et des MPME (y compris les microentreprises) dans le commerce avec les pays de l'OCDE. La part des PME dans les exportations est inférieure à 50% dans tous les pays et leur part dans les importations l'est aussi, sauf dans un pays. La prise

**Figure B.1 : Parts des PME et des MPME dans la valeur en dollars des exportations et des importations de certains pays développés, 2013 ou dernière année disponible (%)**



Note : Les données pour la Bulgarie, le Canada, l'Irlande, la Roumanie, la Slovénie, et la Turquie correspondent à 2012, tandis que les données pour le Luxembourg correspondent à 2011.

Source : Base de données TEC de l'OCDE.

en compte des microentreprises de 0 à 9 employés porte la part des MPME dans les exportations au-delà de 50% dans un petit nombre de cas, mais dans la plupart des pays, cette part reste inférieure à 50%.

### (i) Commerce direct par taille d'entreprise

La part des MPME dans les exportations est sensiblement supérieure à 50% dans un petit nombre de pays, parmi lesquels l'Estonie (69%), la Turquie (63%), Chypre (61%) et l'Irlande (57%). À l'exception de la Turquie, les pays où la part des PME dont la valeur des exportations est la plus élevée sont tous membres de l'Union européenne. Par comparaison, la part des PME est beaucoup plus faible dans les pays non membres de l'UE, comme les États-Unis (28%) et le Canada (29%) (voir la figure B.1).

La part des MPME dans les importations brutes a tendance à être un peu plus élevée que leur part dans les exportations, les parts plus importantes revenant à des petits pays comme l'Estonie (78%), Chypre (75%), Malte (74%) et la Lettonie (63%). Toutefois, ces entreprises représentent toujours moins de la moitié de la valeur des importations des grands pays développés, comme l'Allemagne (28%) et les États-Unis (26%).

Globalement, la part des MPME dans les exportations totales des pays développés était de 34% en 2013, d'après la base de données TEC. Leur part dans les importations était de 38%. Il faut noter que ces chiffres tiennent compte de la Turquie, qui est habituellement considérée comme un pays en développement, mais qui est membre de l'OCDE.

Malgré la part relativement faible des PME dans les exportations et les importations des pays développés, en valeur, les MPME (et en particulier les microentreprises) représentent la grande majorité des entreprises commerciales dans la plupart de ces pays. Cela est illustré par la figure B.2, qui indique le pourcentage de MPME exportatrices et importatrices dans certaines économies développées, par taille d'entreprise en 2013 ou pour la dernière année disponible. La part des MPME est la plus faible dans les pays où il y a beaucoup d'entreprises de taille inconnue (Belgique, République tchèque et Allemagne, entre autres). Cependant, les MPME représentent jusqu'à 99% des entreprises exportatrices et importatrices aux Pays-Bas et plus de 95% en Suède. Les parts sont beaucoup plus faibles si l'on exclut les microentreprises (0-9 employés), allant de 8% à 48%. Par comparaison, les petites entreprises (10-249 employés) représentent plus de la moitié des entreprises exportatrices et importatrices dans la plupart des pays, dans la base de données TEC. Au

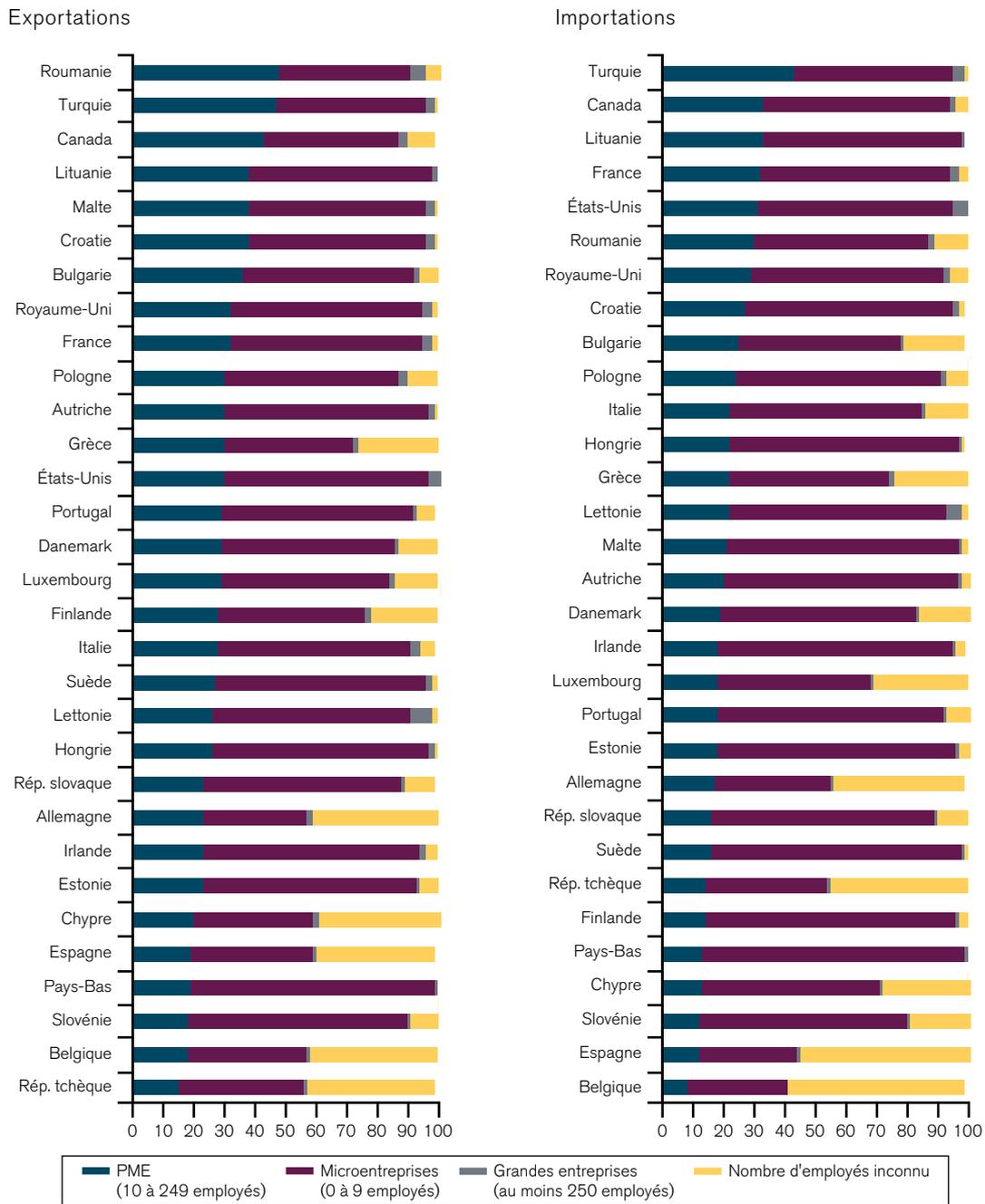
total, la part des MPME dans le nombre d'entreprises exportatrices et importatrices était de 78% pour ce qui est des exportations et de 76% pour ce qui est des importations en 2013 (ou dernière année disponible).

Dans la base de données TEC de l'OCDE, les petites entreprises sont peut-être plus représentatives des PME que les microentreprises ou les moyennes entreprises car les premières opèrent souvent dans des secteurs non marchands tandis que les secondes ressemblent parfois davantage à des grandes entreprises. Cela est particulièrement vrai si l'on compare les données TEC à celles des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, qui classent les établissements de plus de 100 employés parmi les grandes entreprises. Si l'on considère uniquement les petites entreprises, on voit que leur part globale dans les exportations (9%) est bien inférieure à leur part dans le nombre d'entreprises exportatrices (21%). De même, leur part dans les importations (11%) est inférieure, mais dans une moindre mesure, à leur part dans le nombre d'entreprises importatrices (16%). Par contre, la part des entreprises de taille moyenne dans le commerce international (15% des exportations et des importations) est supérieure à ce que leur nombre indique (7% des entreprises qui exportent et 5% des entreprises qui importent).

Si l'on considère seulement les entreprises industrielles, on observe une corrélation positive entre la taille de l'entreprise et la participation au commerce international, comme le montre la figure B.3 pour les pays développés membres de l'OCDE. La faible part des microentreprises ayant moins de 10 employés (9% des exportations et 12% des importations) fait baisser les chiffres moyens pour toutes les classes de taille en raison du nombre élevé de microentreprises dans les économies de l'OCDE. Toutes les autres classes de taille (petites, moyennes et grandes) représentent une proportion supérieure à la moyenne des entreprises engagées dans le commerce international, allant de 38% à 66% pour les exportations et de 40% à 70% pour les importations. En particulier, le taux de participation à l'exportation et à l'importation des entreprises de taille moyenne est voisin de celui des grandes entreprises, alors que le taux de participation des micro et petites entreprises est beaucoup plus faible.

En somme, la part des PME et des MPME dans les flux commerciaux des pays développés de l'OCDE est généralement faible, mais il y a une grande hétérogénéité entre les classes de taille d'entreprise. En particulier, le taux de participation à l'exportation et à l'importation des entreprises de taille moyenne est très élevé, approchant de celui des grandes entreprises.

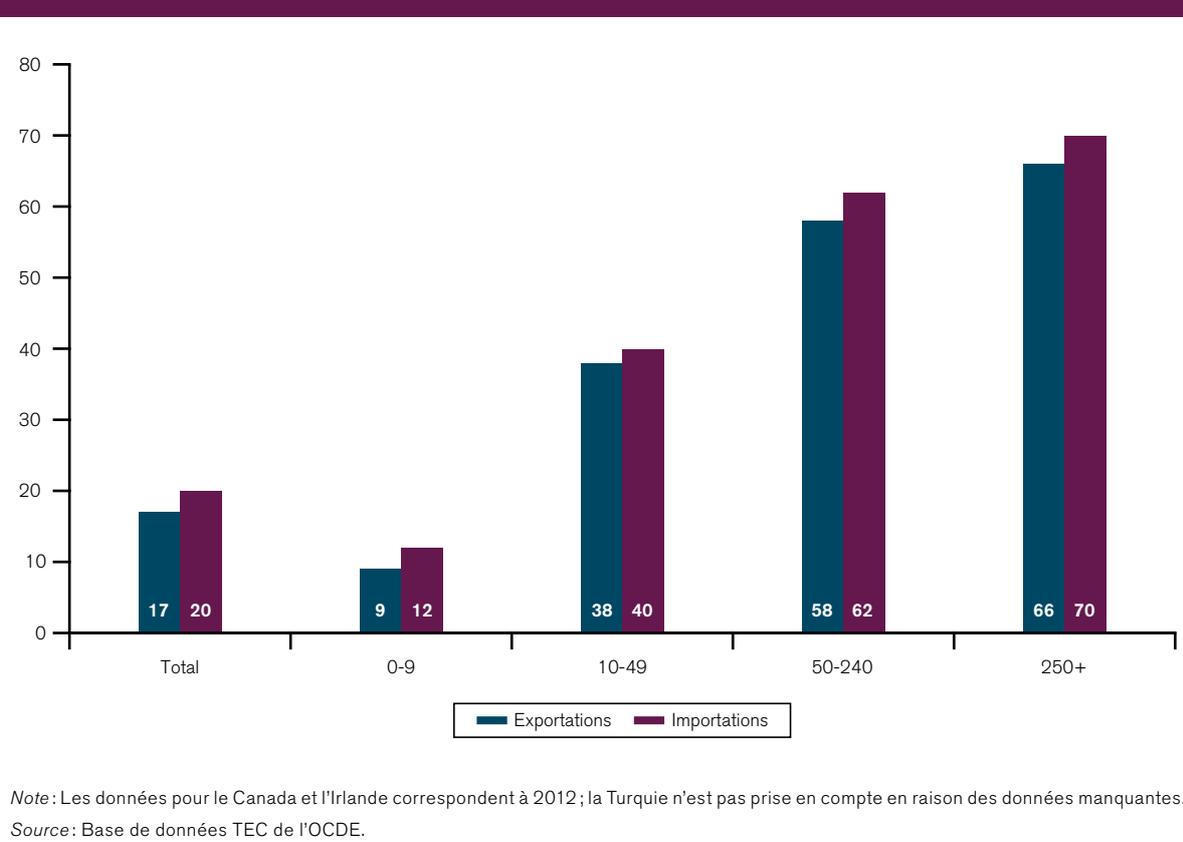
**Figure B.2 : Pourcentage d'entreprises exportatrices et importatrices qui sont des PME dans certaines économies développées, par taille d'entreprise, 2013 ou dernière année disponible (%)**



Note : Les données pour la Bulgarie, le Canada, l'Irlande, la Roumanie, la Slovaquie et la Turquie correspondent à 2012, tandis que les données pour le Luxembourg correspondent à 2011.

Source : Base de données TEC de l'OCDE.

**Figure B.3 : Pourcentage d'entreprises industrielles qui exportent et importent par taille d'entreprise, 2013 ou dernière année disponible (%)**



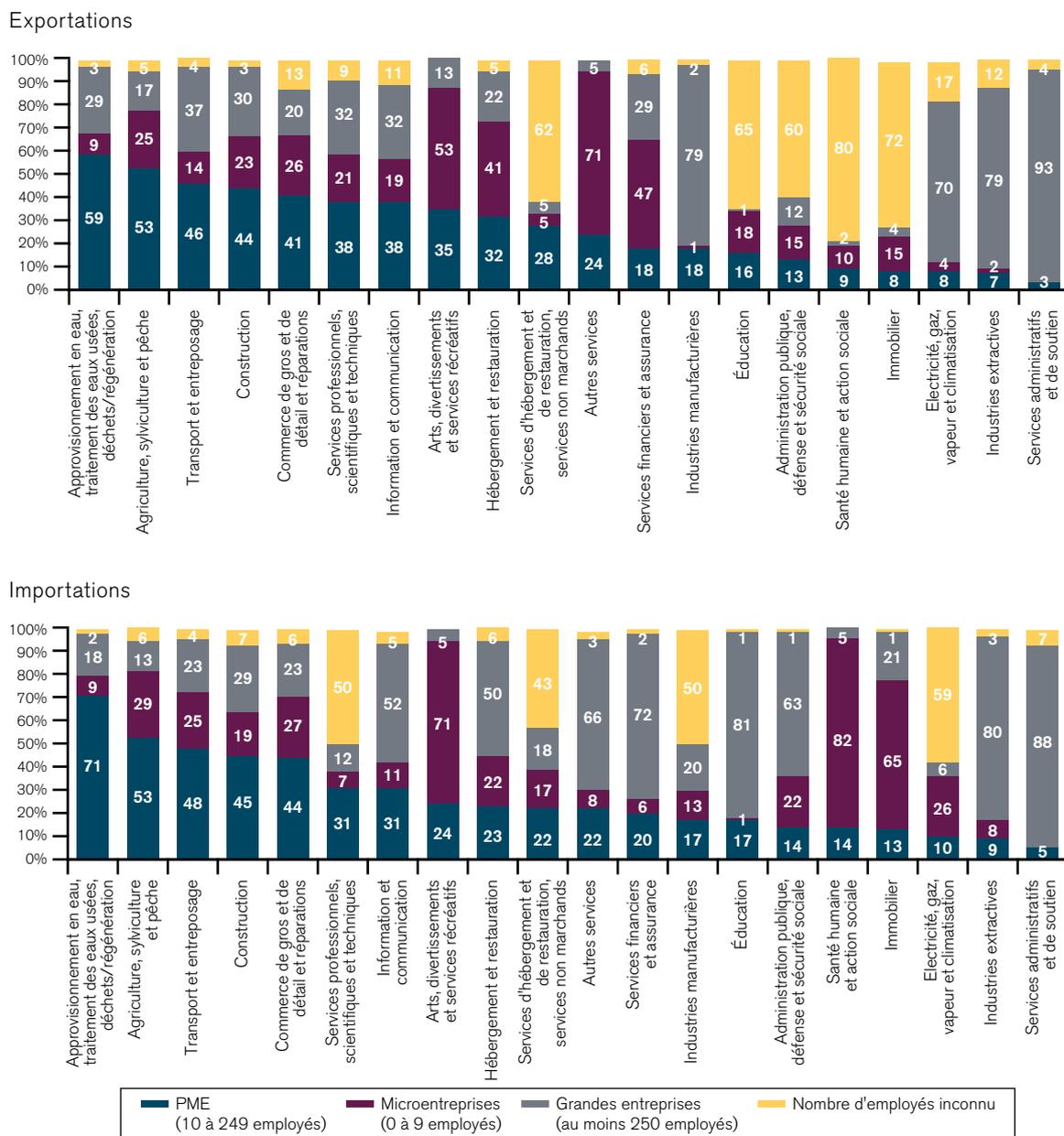
### (ii) Commerce direct des MPME par secteur et partenaire

La valeur en dollars des flux commerciaux par taille d'entreprise et secteur est indiquée dans la figure B.4 jusqu'en 2012, dernière année pour laquelle une ventilation sectorielle complète était disponible dans la base de données TEC pour un nombre suffisant de pays. Les microentreprises semblent avoir la part dans les exportations de certaines catégories de services, y compris les services d'hébergement et les services artistiques/de spectacles/récréatifs, alors que les grandes entreprises prédominent dans des secteurs comme l'industrie manufacturière et les industries extractives. Pour ce qui est des importations, les microentreprises prédominent dans les secteurs de services, y compris dans les soins de santé, tandis que les grandes entreprises ont une part disproportionnée dans les importations de services financiers. Il ne semble pas y avoir de relation systématique entre le secteur économique et la taille de l'entreprise, hormis le fait que les secteurs à forte intensité de capital (industries extractives, industrie

manufacturière, approvisionnement en électricité et en gaz) sont généralement dominés par les grandes entreprises. À un degré d'agrégation plus élevé, il semble que les services constituent la majeure partie des exportations et des importations des MPME dans les économies développées, à raison de 68 % et de 83 %, respectivement (voir la figure B.5, aussi avec des données jusqu'en 2012).

Deux observations s'imposent concernant le commerce des services des PME. Premièrement, les PME qui commencent à exporter ont tendance à persister dans cette activité, c'est-à-dire qu'elles affichent un bon taux de survie aussi longtemps qu'elles exportent. Deuxièmement, bien qu'elles soient moins nombreuses que les grandes entreprises à participer au commerce, les PME qui le font dirigent une plus grande partie de leurs ventes vers les marchés étrangers que les grandes entreprises. Ces observations de Lejárraga *et al.* (2014), pourraient avoir des implications importantes sur le plan des politiques en ce qui concerne l'efficacité du soutien apporté aux PME pour accéder aux marchés internationaux.

**Figure B.4 : Valeurs du commerce par secteur, exportations et importations, 2012 (%)**



Source : Base de données TEC de l'OCDE.

Les MPME des pays développés exportent principalement vers d'autres économies développées, et la plupart de leurs importations proviennent également de pays développés. La Chine est la principale exception, représentant 2,3% et 7%, respectivement, des exportations et des importations des pays développés, comme le montre la figure B.6 pour 2012, dernière année pour laquelle on dispose de données suffisamment détaillées par partenaire. Il se peut que la part des pays développés en tant que

partenaires des MPME soit surestimée parce que les échanges intra-UE sont inclus dans le graphique. Un autre point de vue est donné par la figure B.7, qui exclut le commerce entre les membres de l'Union européenne. Dans ce cas, la part de la Chine dans les exportations et les importations des PME des pays développés augmente considérablement, passant à 7% et 22%, respectivement, tout comme la part d'autres marchés émergents comme l'Inde, la Fédération de Russie et la Turquie.



Une conclusion qui pourrait être tirée des graphiques précédents est que les MPME des pays développés, en particulier les microentreprises, ont plus de difficultés à combler l'écart commercial entre elles et leurs partenaires éloignés ou dissemblables.

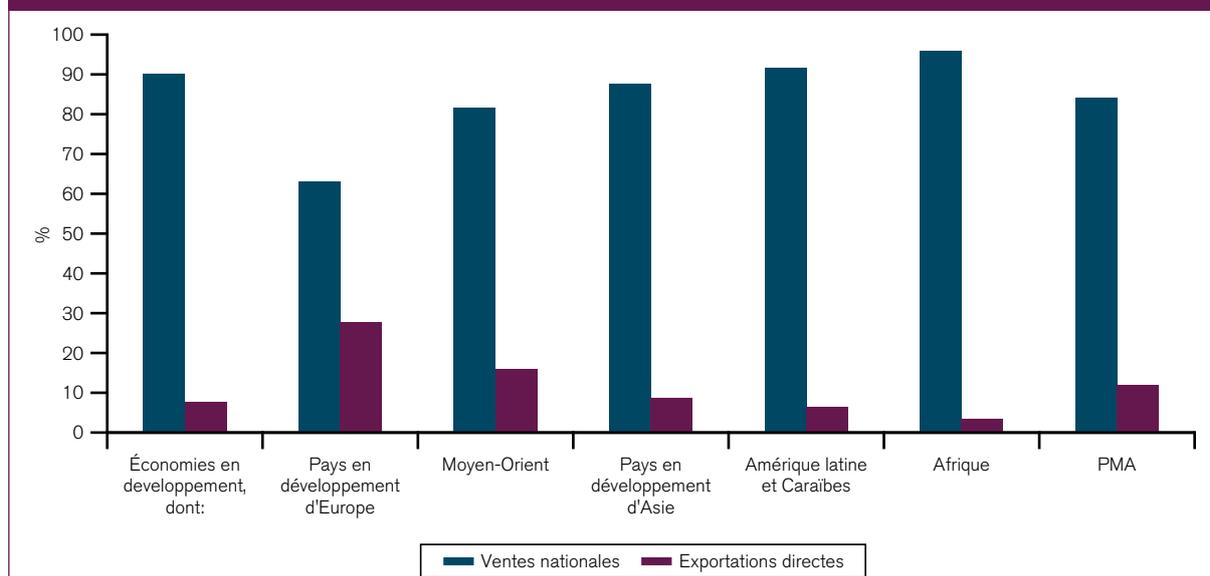
(b) Participation directe des PME au commerce des pays en développement

Comme on l'a vu dans la section A, les PME jouent un rôle important dans le développement économique et social, en particulier dans les pays pauvres et dans les PMA. D'après des calculs de l'OMC basés sur les données provenant des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, sur plus de 15 500 entreprises manufacturières ou de services de 41 PMA, 88 % étaient des PME, dont environ 59 % de petites entreprises employant moins de 20 personnes et 29 % d'entreprises de taille moyenne comptant entre 20 et 99 employés. En général, la participation directe de ces entreprises au commerce international est faible. Selon les estimations de l'OMC basées sur les données provenant des enquêtes de la Banque mondiale et portant sur plus de 25 000 PME du secteur

manufacturier dans les pays en développement, les exportations directes des PME ne représentent en moyenne que 7,6 % de leurs ventes totales.<sup>4</sup> Par contre, pour les grandes entreprises manufacturières employant plus de 100 personnes, les exportations directes représentent 14,1 % de leurs ventes totales.

La participation des PME aux exportations directes varie considérablement selon les régions en développement. Les parts les plus élevées ont été enregistrées dans les pays en développement d'Europe, avec environ 28 % des ventes totales, et au Moyen-Orient (16 %). Ces parts sont beaucoup plus élevées que celle des PME des pays en développement d'Asie (8,7 %). Pour les PME d'Afrique, les exportations directes ne représentent que 3 % des ventes totales (voir la figure B.8). Comme on l'a dit plus haut, les enquêtes de la Banque mondiale excluent les microentreprises (entre zéro et quatre employés). La Banque mondiale a cependant recueilli des données sur les microentreprises dans certains pays en développement. Sur la base de ces données, l'encadré B.1 montre que, dans les PMA, la participation directe au commerce des microentreprises de moins de cinq employés est très faible.

**Figure B.8 : Part des exportations directes des PME dans les ventes totales du secteur manufacturier, par région en développement et dans les PMA (% des ventes totales)**



*Note:* La part des exportations indirectes des PME n'est pas prise en compte. Les pays en développement d'Europe sont l'Albanie, la Bosnie-Herzégovine, l'ex-République yougoslave de Macédoine, le Monténégro, la Serbie et la Turquie. Les pays en développement d'Asie comprennent tous les membres de la région Asie de l'OMC moins l'Australie, le Japon et la Nouvelle-Zélande. L'Amérique latine et les Caraïbes comprennent tous les membres de la région Amérique du Sud et centrale et Caraïbes de l'OMC plus le Mexique (voir le document de l'OMC WT/COMTD/W/212). Les économies en développement et les PMA sont définis dans les Notes techniques et dans OMC (2016).

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

**Encadré B.1 : Participation des microentreprises aux exportations dans certains PMA**

Les résultats de récentes enquêtes de la Banque mondiale auprès des microentreprises (moins de cinq employés) dans certains PMA confirment la marginalisation de ces entreprises dans le commerce international. Les entreprises concernées travaillaient dans différents secteurs de l'économie, allant de la fabrication de produits alimentaires au commerce de détail et de gros, en passant par la maroquinerie, la restauration et les services de TI. En 2013, sur les 412 microentreprises interrogées en République démocratique du Congo, seulement 6 % exportaient. Au Bhoutan et en Éthiopie, la proportion de microentreprises exportatrices était encore plus faible (3% du total) dans l'industrie comme dans les services. Enfin, au Myanmar, moins de 1 % des 430 entreprises ayant participé à l'enquête exportaient leurs produits.

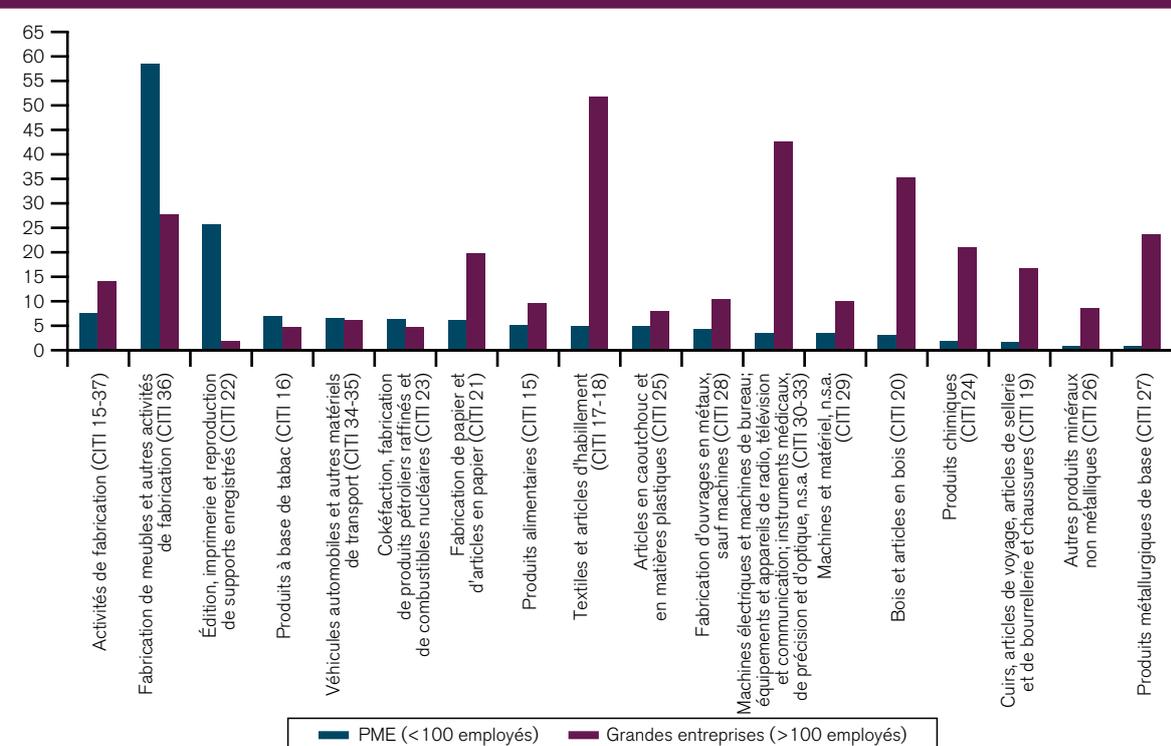
Il s'agissait d'entreprises jeunes, qui avaient démarré leur activité en 2004 ou 2005 et dont plusieurs appartenaient à des femmes ayant fait au moins des études secondaires. Au Myanmar, la moitié des propriétaires d'entreprise possédait un diplôme universitaire, contre un quart en Éthiopie.

Les microentreprises concernées appartenaient presque toutes à des nationaux et s'adressaient au marché local ou national. Seules quelques-unes avaient des certificats internationaux pour des produits et/ou des procédés. Plusieurs utilisaient Internet pour atteindre leurs clients ou leurs fournisseurs, mais quelques-unes seulement avaient leur propre site Web (2 % au Bhoutan et 20 % en Éthiopie).

Une analyse sectorielle révèle que, dans les économies en développement, la participation des PME aux exportations directes est plus faible que celle des grandes entreprises dans tous les secteurs manufacturiers, à l'exception de la fabrication de meubles en bois et de l'édition/imprimerie (voir la figure

B.9). On notera que, dans ces deux cas, les taux de participation plus élevés sont imputables surtout aux PME des PMA (66 % et 30 %, respectivement). Dans plusieurs PMA (Bhoutan, Mozambique, Myanmar, Ouganda, Tanzanie et Zambie, entre autres), un grand nombre d'entreprises de taille moyenne exportent

**Figure B.9 : Exportations directes par secteur manufacturier et taille d'entreprise dans les économies en développement (% des ventes totales)**



Note: Estimations du Secrétariat de l'OMC, sur la base de la Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI Rev. 3.1). «N.s.a.» signifie «non spécifié ailleurs».

Source: Enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.

directement des divans, des lits, des chaises et des tables en bois, etc. Les PME ne participent pas activement aux exportations directes de textiles et de vêtements. Leur part des exportations directes est souvent inférieure à 5%, ce qui est beaucoup moins que pour les grandes entreprises. Un autre exemple est la fabrication de matériel de bureau et d'appareils électroniques, domaine dans lequel les exportations directes des grandes entreprises des économies en développement représentent, en moyenne, environ 43% de leurs ventes totales, contre 4% pour les PME.

La participation des PME des pays en développement aux exportations directes de services est négligeable (moins de 1% des ventes totales de services), contre 32% pour les grandes entreprises. L'écart par rapport aux grandes entreprises de services est important, allant de 16% dans les PMA à 40% dans les autres économies en développement (voir la figure B.10).

S'agissant des services, c'est dans le secteur des transports que la part des exportations directes des PME des pays en développement est la plus importante (20% des ventes totales). Dans le domaine des communications, y compris la fourniture d'accès à Internet, leur contribution est de 4% environ. En ce qui concerne les services d'hébergement, la part des

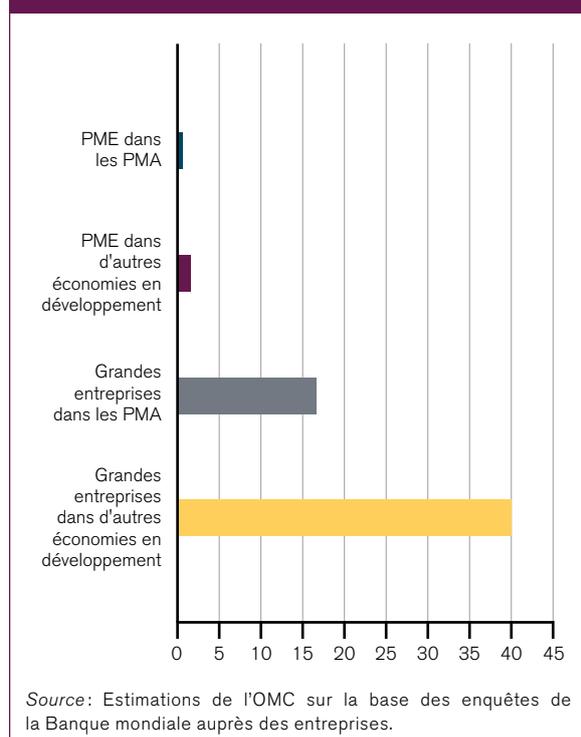
exportations directes des PME est inférieure à 1%. Dans les PMA, pratiquement toutes les PME du secteur du bâtiment, qui sont souvent sous contrôle étranger, desservent le marché national. Enfin, la participation des PME aux exportations directes de services qualifiés est très faible. Les activités liées à l'informatique représentent moins de 1% de leurs ventes totales, contre 23% pour les grandes entreprises.

## 2. Participation des PME au commerce indirect et aux chaînes de valeur mondiales (CVM)

Au lieu d'exporter directement, les PME peuvent se connecter indirectement aux marchés mondiaux en fournissant des produits et des services à d'autres entreprises nationales qui exportent. Elles peuvent recourir aux services d'intermédiaires, agents ou distributeurs, pour commercialiser leurs produits à l'étranger et trouver de nouveaux marchés. Cependant, les biens et services produits par les PME peuvent aussi être exportés indirectement en tant qu'intrants intermédiaires incorporés dans des produits exportés par des entreprises de plus grande taille. Dans le secteur manufacturier, par exemple, les PME peuvent fabriquer certaines pièces sous contrat suivant les spécifications d'autres entreprises, souvent plus grandes, et elles peuvent entrer ainsi dans les chaînes de valeur.

Au cours des dernières décennies, les progrès technologiques et rapides, conjugués à des moyens de transport plus efficaces et moins coûteux, ont profondément modifié la façon dont les biens et les services sont produits et vendus. Grâce à la réduction des obstacles au commerce international, la production de biens et de services, qui avait lieu auparavant dans un même pays, s'est mondialisée et s'est fragmentée, faisant intervenir des entreprises de différents pays formant une chaîne. Le commerce au sein des CVM consiste avant tout en l'échange de biens et de services à l'intérieur de chaînes de production et de distribution réparties entre plusieurs pays. Le processus de production est souvent complété par un réseau de logistique et de distribution dans lequel les produits intermédiaires et finals circulent dans les pays et entre eux jusqu'à ce qu'ils atteignent le marché de consommation final. Si le commerce à l'intérieur des CVM consiste essentiellement en l'échange de produits et services intermédiaires, l'exportation du produit final a toujours lieu au dernier stade de la chaîne. À partir des intrants produits par les fournisseurs en amont, l'entreprise qui se trouve au bout de la chaîne de production, qui peut être ou non l'entreprise chef de file dans la chaîne, assemble le produit final et l'expédie à des distributeurs internationaux (grossistes ou détaillants), ou le fournit directement au pays importateur.

**Figure B.10: Part des exportations directes de services par taille d'entreprise et groupe de pays en développement (% des ventes totales)**



Les entreprises participent aux CVM de deux façons qui dépendent de leurs relations avec leurs partenaires étrangers. Les *liaisons en amont* consistent en l'importation d'intrants pour produire des biens et des services intermédiaires ou finals destinés à la consommation intérieure ou à l'exportation. Les entreprises peuvent aussi importer des produits finis pour les distribuer par le biais de réseaux nationaux ou internationaux. Dans les CVM, les liaisons en amont représentent le point de vue de l'«acheteur» ou la demande. Et les *liaisons en aval*, représentent le point de vue du «vendeur» ou l'offre, une entreprise exportant des produits intermédiaires via la chaîne de production internationale ou des produits finis destinés aux circuits de distribution.

Il faut aussi faire une distinction entre les liaisons en aval directes et indirectes. Une entreprise contribue directement aux CVM quand elle exporte des intrants vers des pays partenaires le long de la chaîne de production pour une transformation plus poussée (puis pour la consommation intérieure) ou pour la réexportation via des réseaux internationaux. L'exportation directe de produits finis par le biais de chaînes de distribution internationales fait aussi partie du commerce à l'intérieur des CVM.

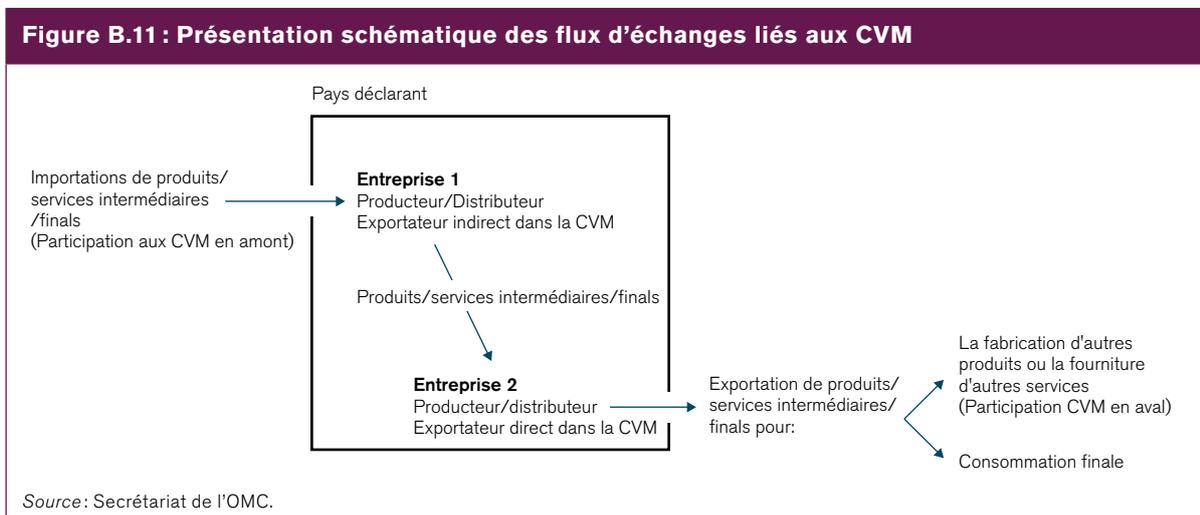
La participation en aval indirecte aux CVM concerne principalement les entreprises qui fournissent des biens et des services intermédiaires ou finals à une grande entreprise nationale pour l'exportation par le biais de réseaux internationaux. Ainsi, une entreprise se comporte en «exportateur indirect» en contribuant à la production ou à la distribution de produits et de services exportés par d'autres entreprises nationales. La participation en aval directe ou indirecte aux CVM concerne l'exportation de produits destinés à faire l'objet d'autres échanges au sein de la chaîne de production ou de distribution. La figure B.11 illustre

les définitions ci-dessus et montre les flux d'échanges nationaux et internationaux liés aux CVM.

(a) Exportations indirectes et participation des PME aux CVM dans les pays développés

Seules quelques études ont examiné le rôle des PME dans les exportations indirectes. Dans un rapport sur la participation des entreprises américaines aux chaînes d'approvisionnement internationales, Slaughter (2013) dit que, dans une année typique, les entreprises multinationales américaines achètent pour plus de 3 milliards de dollars EU d'intrants à des PME aux États-Unis, soit 25 % du total des achats d'intrants. Selon d'autres estimations, établies par la Commission du commerce international des États-Unis (2010), la part des PME dans les exportations brutes est passée en 2007 de 28 % à 41 %, une fois prises en compte les exportations indirectes. Une étude analogue sur les PME canadiennes, réalisée par Industrie Canada (2011), a produit des estimations selon lesquelles 26 % des entreprises manufacturières ont vendu à d'autres entreprises sociétés canadiennes des intrants utilisés pour fabriquer des produits finis destinés à l'exportation. Toutefois, les PME canadiennes avaient moins de chances que les grandes entreprises d'exporter des biens intermédiaires indirectement. Plus précisément, 26 % des petites entreprises et 27 % des moyennes entreprises exportaient indirectement des produits intermédiaires, contre 30 % des grandes entreprises.

Les enquêtes officielles auprès des entreprises et les sources de données concernant les entreprises, comme les statistiques du commerce en fonction des caractéristiques des entreprises (TEC), les statistiques du commerce des services en fonction



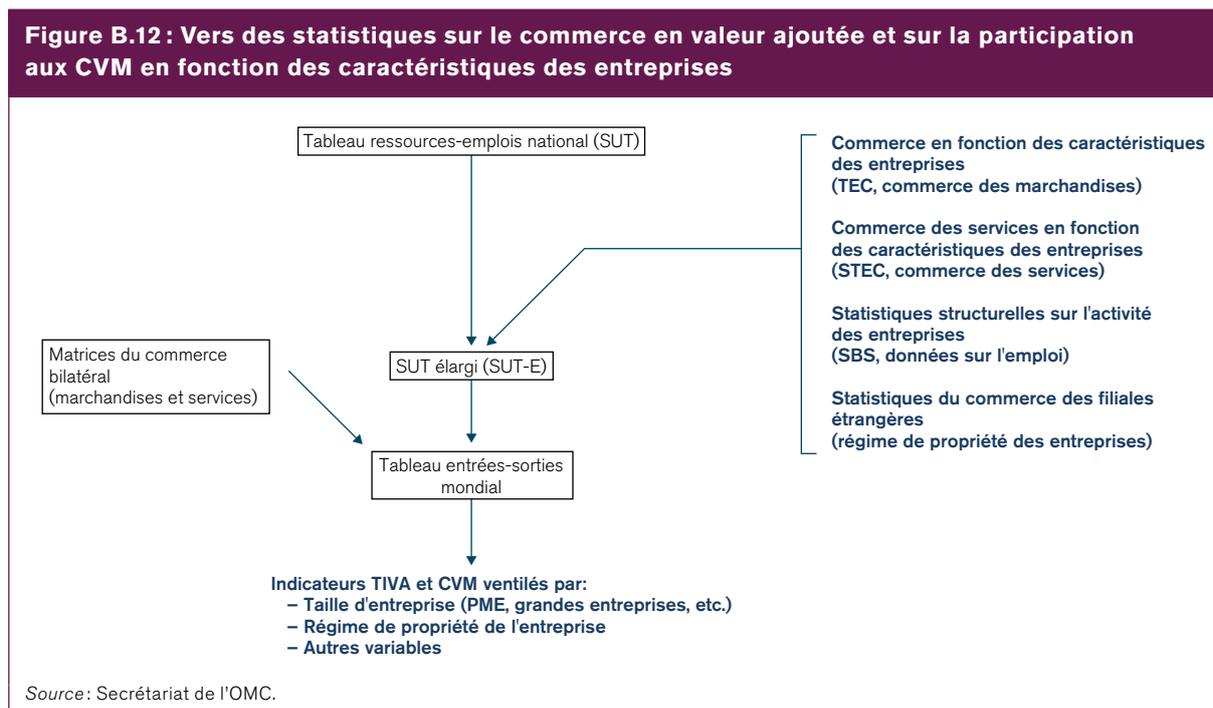
des caractéristiques des entreprises (STEC) ou encore les statistiques structurelles et démographiques des entreprises (SDBS) fournissent des renseignements intéressants sur le commerce des PME et sur d'autres domaines comme la production, l'emploi, la productivité ou la consommation, mais elles ne contiennent pas nécessairement des données détaillées permettant de déterminer le rôle effectif des PME dans les exportations indirectes et dans les CVM.

Une autre solution est d'utiliser les données par le commerce en valeur ajoutée, qui permettent de décomposer les exportations brutes en composants à valeur ajoutée nationale et valeur ajoutée étrangère et de suivre les échanges de biens et services intermédiaires qui ont lieu à l'intérieur des CVM. Actuellement, la base de données OCDE-OMC sur le commerce en valeur ajoutée (TIVA) fournit des estimations sur les liaisons en amont et en aval avec les CVM pour 61 pays déclarants, 34 secteurs d'activité et 7 années historiques. Pour l'heure, le tableau entrées-sorties mondial qui sert de base aux données TIVA et aux données sur la participation aux CVM repose sur l'hypothèse de l'homogénéité des entreprises et des secteurs, ce qui signifie que toutes les entreprises d'un même secteur sont censées avoir les mêmes techniques de production et la même part d'intrants importés. Or cela ne reflète pas la grande diversité des entreprises participant aux CVM (PME, entreprises multinationales, transformateurs et filiales multinationales).

Un groupe d'experts sur les «tableaux ressources-emplois élargis» (E-SUT) mis en place en 2015 par l'OCDE étudie les moyens de mieux rendre compte de l'hétérogénéité des entreprises dans les tableaux ressources-emplois nationaux (SUT) qui sont utilisés pour construire le tableau entrées-sorties mondial pour la base de données TIVA. Le principe consiste à combiner les tableaux SUT et les sources de données sur les entreprises, comme les TEC, les SDBS ou les FATS (statistiques du commerce des filiales étrangères), pour obtenir des tableaux E-SUT qui amélioreront la granularité des SUT types dans plusieurs domaines (voir OCDE, 2015b). Sur cette base, les indicateurs TIVA et les indicateurs CVM connexes seront ventilés selon :

- la taille de l'entreprise (microentreprises, PME, grandes entreprises ou entreprises multinationales);
- le contrôle de l'entreprise (national ou étranger), à l'aide des FATS; et
- l'intensité d'exportation ou de transformation (entreprises participant ou non à la production mondiale).

La figure B.12 présente les diverses des sources de données et la séquence de production qui seront utilisés pour produire des statistiques sur le commerce en valeur ajoutée et sur la participation aux CVM par type d'entreprise.

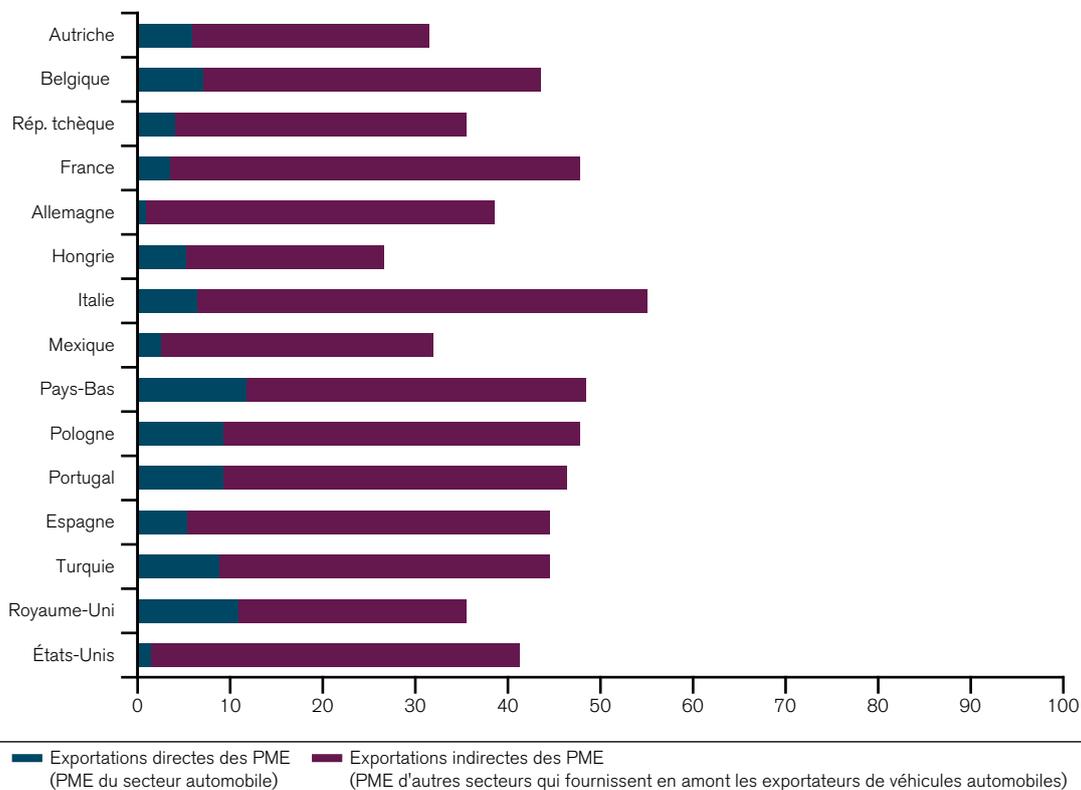


L'OCDE a mené des travaux exploratoires pour déterminer le type d'indicateurs du commerce en valeur ajoutée qui pourrait résulter des futurs tableaux SUT élargis. L'exercice a consisté à rapprocher les statistiques nationales sur les PME et les tableaux entrées-sorties mondiaux établis pour l'initiative OCDE-OMC sur le commerce en valeur ajoutée. Les résultats ont été présentés dans un rapport conjoint OCDE-groupe de la Banque mondiale préparé pour la réunion des ministres du commerce du G-20 tenue à Istanbul le 6 octobre 2015 (voir OCDE et Banque mondiale, 2015a).

La contribution des PME aux CVM est ventilée selon la teneur des exportations en valeur ajoutée nationale directe et indirecte. L'approche directe mesure la contribution des PME d'un secteur d'activité donné à la production de biens et de services destinés à l'exportation. La notion d'exportation à valeur ajoutée indirecte correspond à la valeur ajoutée nationale apportée par les PME de secteurs en amont qui fournissent des intrants au secteur exportateur.

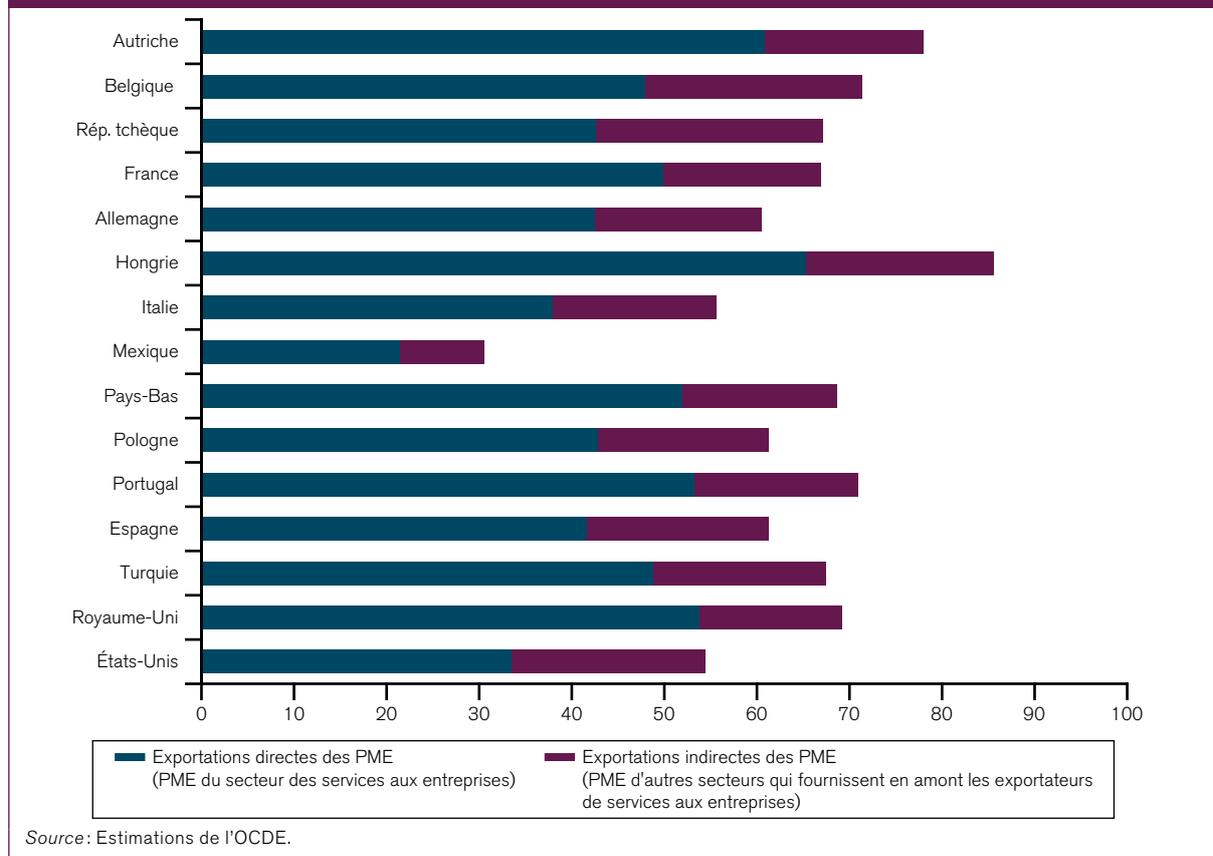
Pour la plupart des pays de l'OCDE considérés dans le rapport, les PME représentaient plus de 50% des exportations totales en valeur ajoutée nationale en 2009. Globalement, la contribution directe des PME aux exportations à valeur ajoutée nationale est plus importante que leur contribution indirecte. Toutefois, la proportion entre exportations directes et indirectes varie considérablement selon les secteurs. Comme le montre la figure B.13, les exportations directes des PME du secteur automobile sont faibles, tandis que les PME d'autres secteurs nationaux (industrie et services) contribuent bien plus aux exportations du secteur automobile en lui fournissant des composants ou des services intermédiaires. En fait, la contribution directe des PME aux exportations de services aux entreprises représentait souvent plus de 40% de la valeur ajoutée nationale totale exportée par le secteur en 2009 pour la plupart des pays considérés (voir la figure B.14). Dans l'ensemble, si on ajoute aux exportations directes des PME ce qui est fourni en amont par d'autres secteurs, on voit que les PME sont les principaux exportateurs de services aux entreprises dans nombre de pays de l'OCDE.

**Figure B.13 : Part des PME dans la valeur ajoutée nationale totale contenue dans les exportations de véhicules automobiles, 2009 (%)**



Source : Estimations de l'OCDE.

**Figure B.14 : Part des PME dans la valeur ajoutée nationale totale contenue dans les exportations de services aux entreprises, 2009 (%)**



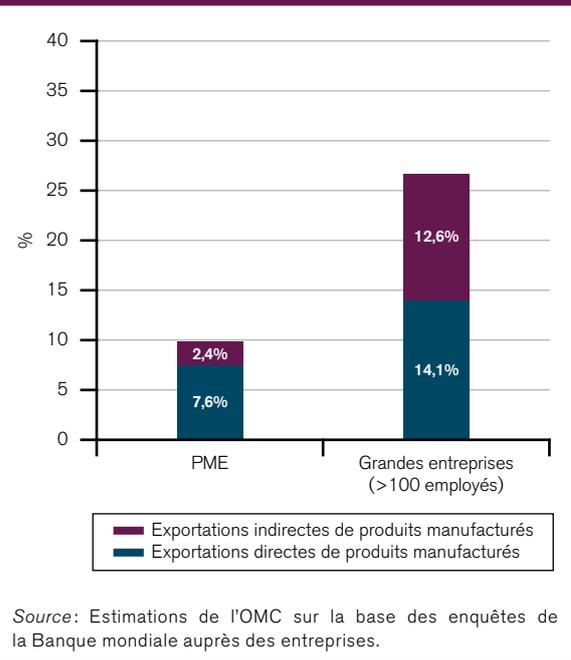
(b) Exportations indirectes et participation des PME aux CVM dans les économies en développement

Les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises permettent de quantifier le commerce indirect des PME et leur activité potentielle dans les CVM. Cette sous-section se fonde sur les indicateurs disponibles pour présenter des faits stylisés concernant les PME dans les économies en développement.

(i) *Exportations indirectes*

D'après les estimations de l'OMC, dans les économies en développement, les exportations indirectes des PME du secteur manufacturier (ventes de marchandises par l'intermédiaire d'une tierce partie nationale exportatrice) représentent en moyenne 2,4 % des ventes totales, soit trois fois moins que la part estimée des exportations directes. Les exportations indirectes représentent une part beaucoup plus importante des ventes des grandes entreprises (14,1 %), ce qui donne à penser que ces dernières peuvent s'adapter plus facilement aux exigences des autres entreprises concernant les produits, comme les normes et la certification, ou qu'elles disposent de réseaux d'intermédiaires plus efficaces (voir la figure B.15). Globalement, dans les

**Figure B.15 : Part des exportations directes et indirectes du secteur manufacturier par taille d'entreprise dans les économies en développement (% des ventes totales)**



économies en développement, la participation des PME aux exportations, directes ou indirectes, est estimée à seulement 10% des ventes totales du secteur manufacturier, contre environ 27% pour les grandes entreprises.

Ce sont les PME des pays en développement d'Europe qui enregistrent la plus forte participation indirecte aux exportations, avec une part d'environ 9,3%, suivis par les pays en développement d'Asie (3,7%) et le Moyen-Orient (2,4%), tandis que pour les PME d'Afrique, hors PMA, les exportations indirectes ne représentent que 1% des ventes totales (voir la figure B.16).

Au niveau des produits, la plus forte participation des PME aux exportations indirectes est enregistrée dans la fabrication de divers types de machines, l'édition et l'imprimerie, la fabrication de papiers et d'articles en papier et l'industrie automobile, où la production est largement internationalisée. Dans tous ces secteurs, la part des exportations indirectes dans les ventes totales des PME dépasse de beaucoup celle des grandes entreprises (voir la figure B.17). En comparaison, les grandes entreprises semblent très présentes dans la fabrication de textiles et d'articles d'habillement, de machines de bureau, d'appareils électroniques, de produits à base de tabac et de produits en verre et en céramique, ainsi que dans l'industrie du cuir et de la chaussure, en particulier dans les PMA.

Dans les économies en développement, les PME de services participent davantage aux exportations

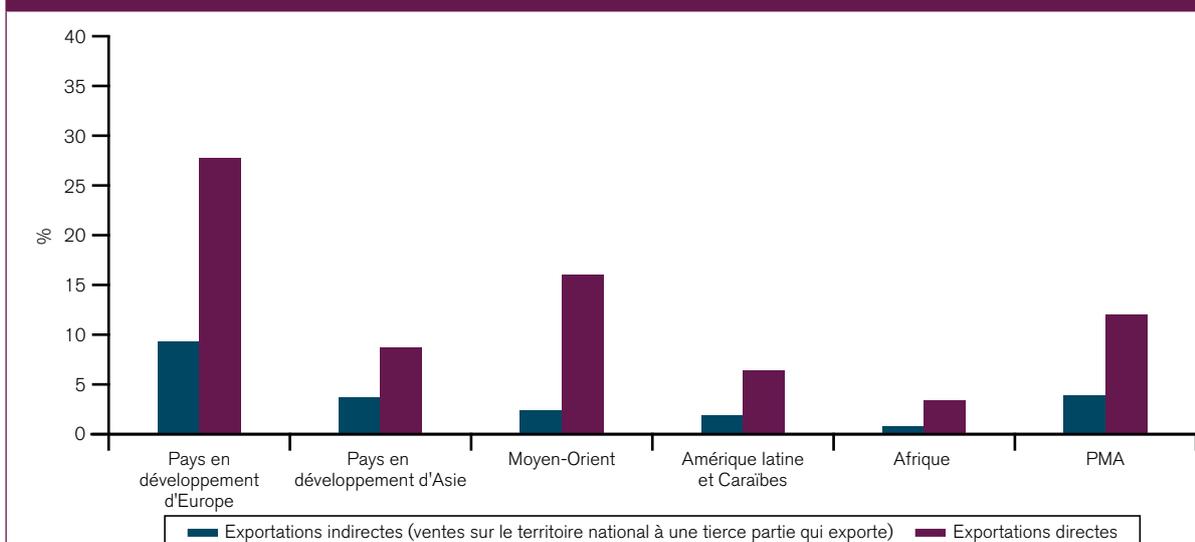
indirectes qu'aux exportations directes, mais leur participation globale aux exportations de services est faible, à 4% des ventes totales. Il est intéressant de noter que, dans ces économies, c'est avant tout par les biais d'exportations directes que les grandes entreprises fournissent des services aux consommateurs étrangers (voir la figure B.18).

### (ii) Participation aux CVM

Les chaînes de valeur mondiales (CVM) offrent aux PME d'énormes possibilités. La participation aux CVM leur permet de disposer d'une large base de clients/d'acheteurs et leur donne la possibilité d'élargir leur expérience auprès de grandes entreprises et en s'engageant avec succès sur les segments très disputés du marché mondial. Néanmoins, la participation aux chaînes de valeur mondiales présente pour les PME d'énormes défis souvent redoutables (BASD, 2015).

Malheureusement, les données sur le commerce des PME dans les CVM sont rares. Les sources de données officielles (TEC, STEC ou SDBS, par exemple) ne couvrent pas toujours l'activité au sein des CVM et s'intéressent avant tout aux économies développées. Les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises apportent un éclairage sur l'activité potentielle des PME à l'intérieur des CVM dans les économies en développement. Dans le cadre de ces enquêtes, l'indicateur du «pourcentage des intrants matériels et/ou des fournitures d'origine étrangère» fait référence aux liaisons en amont que les PME

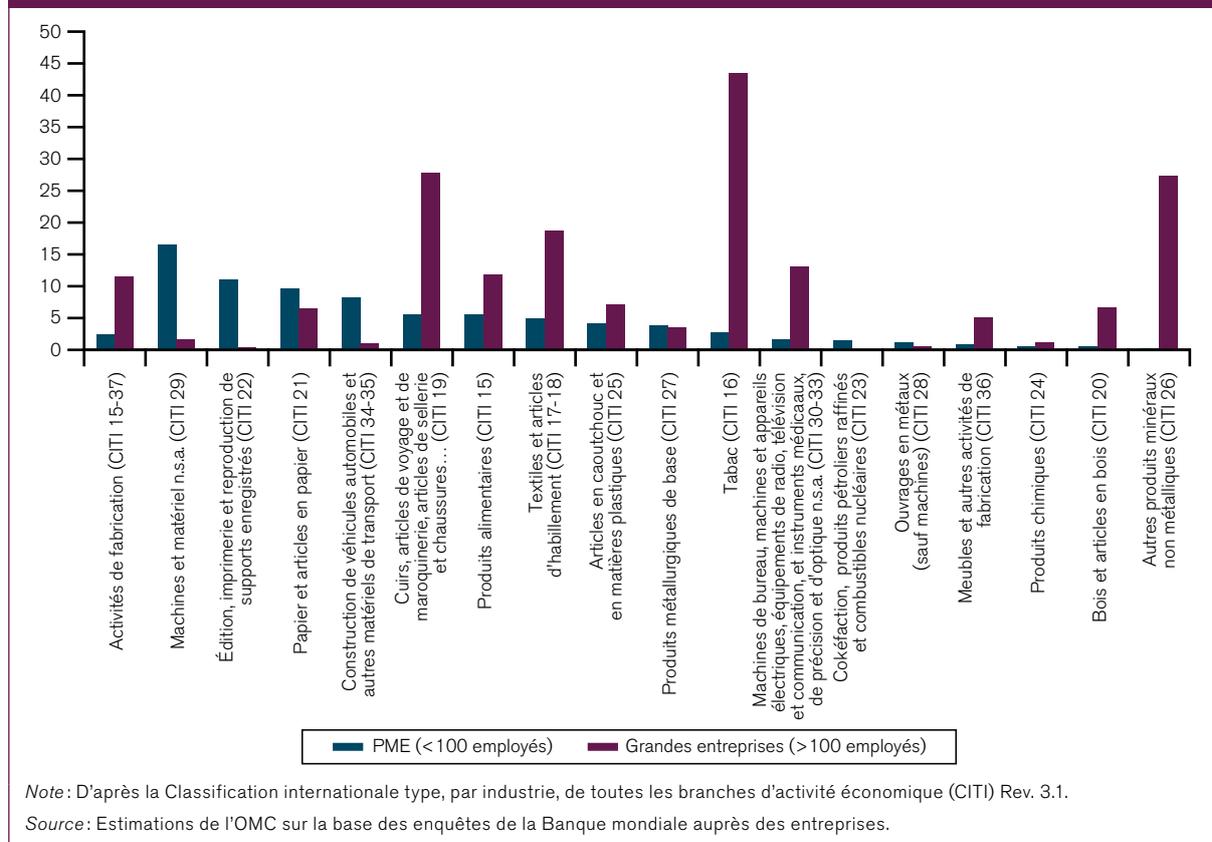
**Figure B.16 : Part des exportations indirectes des PME dans les ventes totales du secteur manufacturier, par région en développement et dans les PMA (% des ventes totales)**



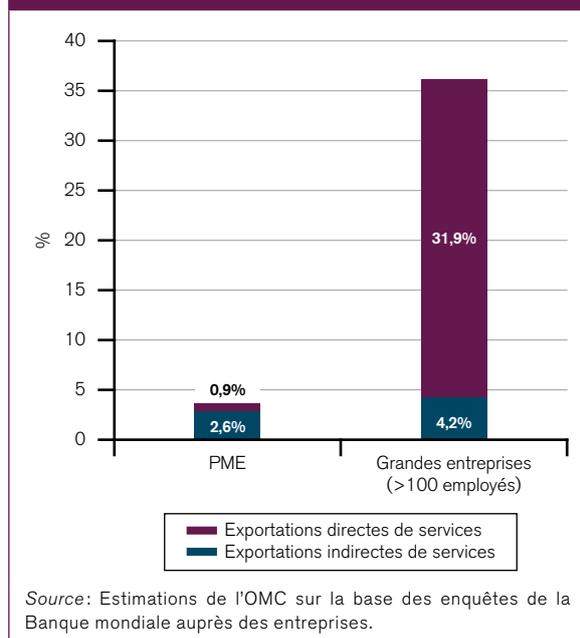
Note: La part des ventes nationales des PME est exclue. Voir les notes de la figure B.8 pour plus de détails sur les groupes de pays.

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

**Figure B.17 : Exportations indirectes par secteur manufacturier et par taille d'entreprise dans les pays en développement (% des ventes totales)**



**Figure B.18 : Part des exportations directes et indirectes de services par taille d'entreprise dans les économies en développement (% des ventes totales)**



établissent avec des partenaires étrangers pour obtenir des intrants pour leur production et leurs exportations. C'est un indicateur supplétif de la participation en amont aux CVM. La participation moyenne en amont est calculée comme la moyenne des intrants étrangers utilisés dans le processus de fabrication pour chaque économie, par taille d'entreprise et par secteur manufacturier.

Pour ce qui est des fournisseurs, deux indicateurs sont combinés pour évaluer la participation en aval des PME aux CVM, à savoir les « ventes exportées directement des ventes totales » et les « ventes exportées indirectement en pourcentage des ventes totales ». Toutefois, ces indicateurs ne permettent pas de déterminer le rôle effectif des PME dans les CVM car ils ne renseignent pas sur le type d'utilisation finale des biens et services exportés. Bien qu'aucune distinction ne soit faite entre les exportations de biens et de services intermédiaires utilisés tout au long de la chaîne de production et les produits destinés à la consommation finale, ces deux indicateurs sont retenus pour estimer le potentiel de liaisons en aval des PME avec les CVM.

Plus de 33 000 établissements de pays en développement opérant dans le secteur manufacturier

ont communiqué le montant de leurs ventes totales, le plus souvent en monnaie locale, et leur ventilation en pourcentage entre les ventes nationales, les exportations directes et les exportations indirectes. Les montants des exportations directes et indirectes ont été calculés pour chaque établissement, puis convertis en dollars EU. Les données sur ces exportations ont ensuite été agrégées pour obtenir la part moyenne des exportations directes et des exportations indirectes pour chaque économie, ventilée par taille d'entreprise et secteur manufacturier.

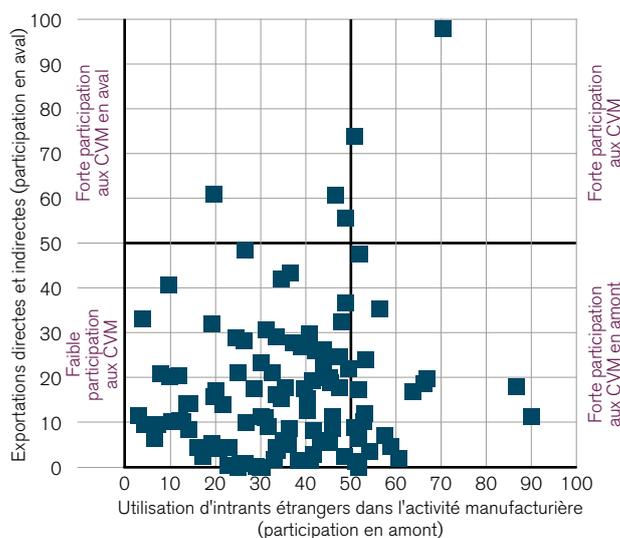
D'après les estimations de l'OMC, dans les économies en développement, les PME du secteur manufacturier ne participent pas activement aux CVM. Leur participation repose principalement sur les liaisons en amont, avec l'importation des intrants nécessaires pour le processus de fabrication. Une petite partie seulement de la production des PME est exportée directement ou indirectement. Comme le montre la figure B.19, la grande majorité des PME des économies en développement se trouvent dans le quadrant inférieur gauche du graphique, ce qui indique une faible participation aux CVM (en amont et en aval).

La faible intégration des PME aux CVM est évidente, en particulier par comparaison avec les grandes entreprises manufacturières (figure B.20). Dans les pays en développement d'Asie de même qu'en Amérique latine et dans les Caraïbes, les grandes entreprises sont intégrées dans les CVM, comme l'indiquent les chiffres très élevés de leur participation

en amont et en aval dans certaines économies. En revanche, la participation en aval des PME est faible dans ces régions, la plupart des pays étant concentrés dans le quadrant inférieur gauche du graphique, ce qui donne à penser qu'ils ne participent pas encore aux CVM. De plus, les PME des pays en développement d'Asie utilisent en moyenne moins d'intrants d'origine étrangère (figure B.21). Cela peut s'expliquer par le fait que le tissu industriel en Asie est plus dense que dans d'autres régions en développement. Les entreprises asiatiques produisent elles-mêmes des intrants et des biens intermédiaires, en particulier pour des entreprises étrangères; dans les économies développées. Les intrants nécessaires sont donc largement disponibles sur place, et n'ont pas besoin d'être importés.

Les estimations semblent indiquer qu'en Afrique, non seulement les PME mais aussi les grandes entreprises profitent peu de la participation aux CVM. Dans plusieurs pays africains, les PME comme les grandes entreprises ont un taux élevé de participation en amont. Par rapport aux autres régions, elles importent une grande partie des intrants dont elles ont besoin pour fabriquer leurs produits. Cependant, leur participation en aval est la plus faible de toutes les régions en développement. Une analyse sectorielle montre qu'en général, la faible intégration des PME dans les CVM concerne toutes les activités manufacturières, à l'exception de la fabrication de meubles, secteur dans lequel les PME des PMA ont une part importante d'exportations directes (comme on l'a vu dans la sous-section précédente). En revanche, les

**Figure B.19 : Les PME dans les économies en développement : participation aux CVM en amont et en aval**  
(% du total des ventes et des intrants)

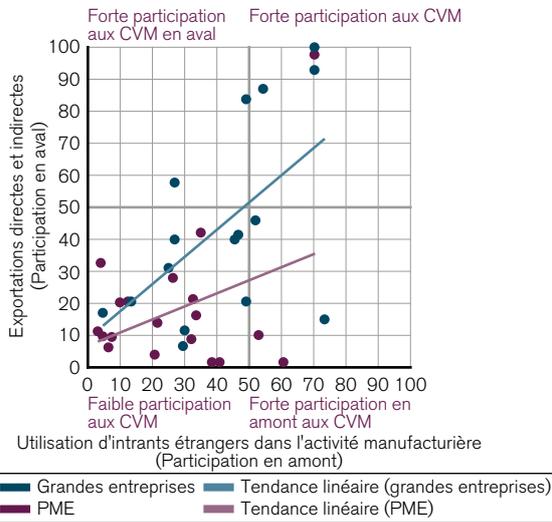


Note: Chaque carré représente la participation moyenne des PME aux CVM dans une économie en développement donnée.

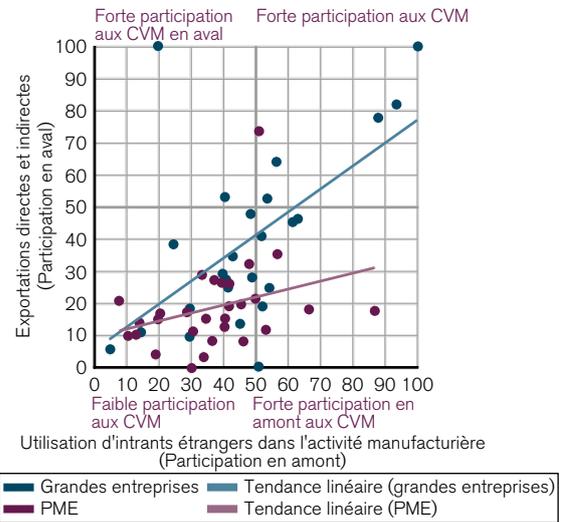
Source: Estimations de l'OMC sur la base des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.

**Figure B.20 : PME et grandes entreprises : participation en amont et en aval aux CVM par région, régime de propriété et secteur manufacturier (% du total des ventes et des intrants)**

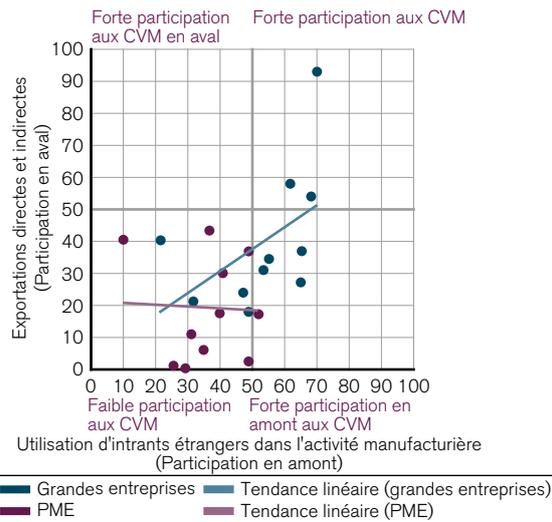
**Pays en développement d'Asie**



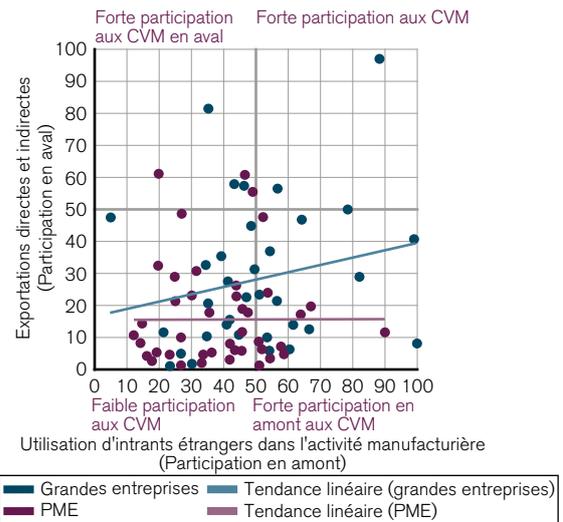
**Amérique latine et Caraïbes**



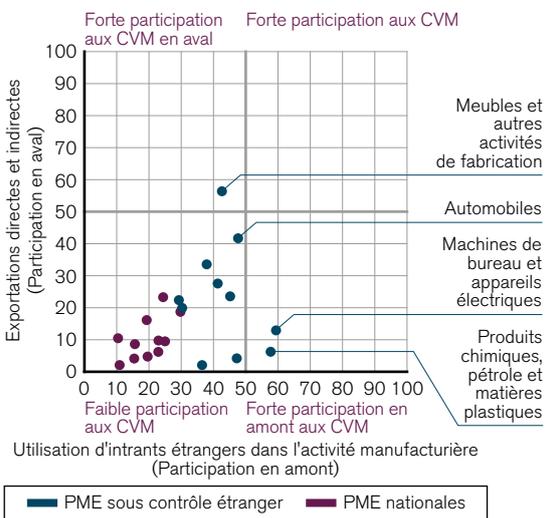
**Pays en développement d'Europe et du Moyen-Orient**



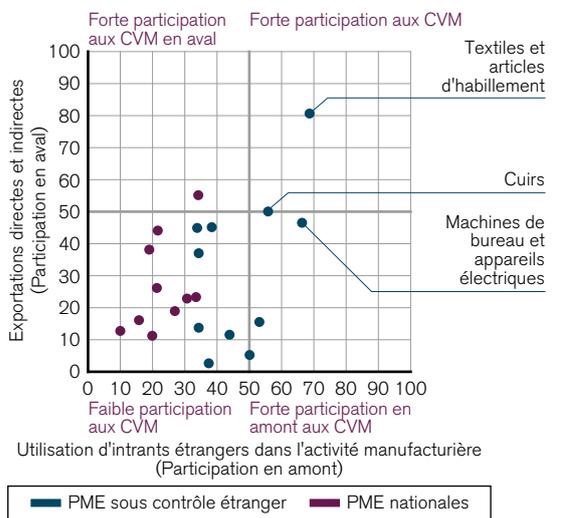
**Afrique**



**PME par secteur manufacturier et régime de propriété**

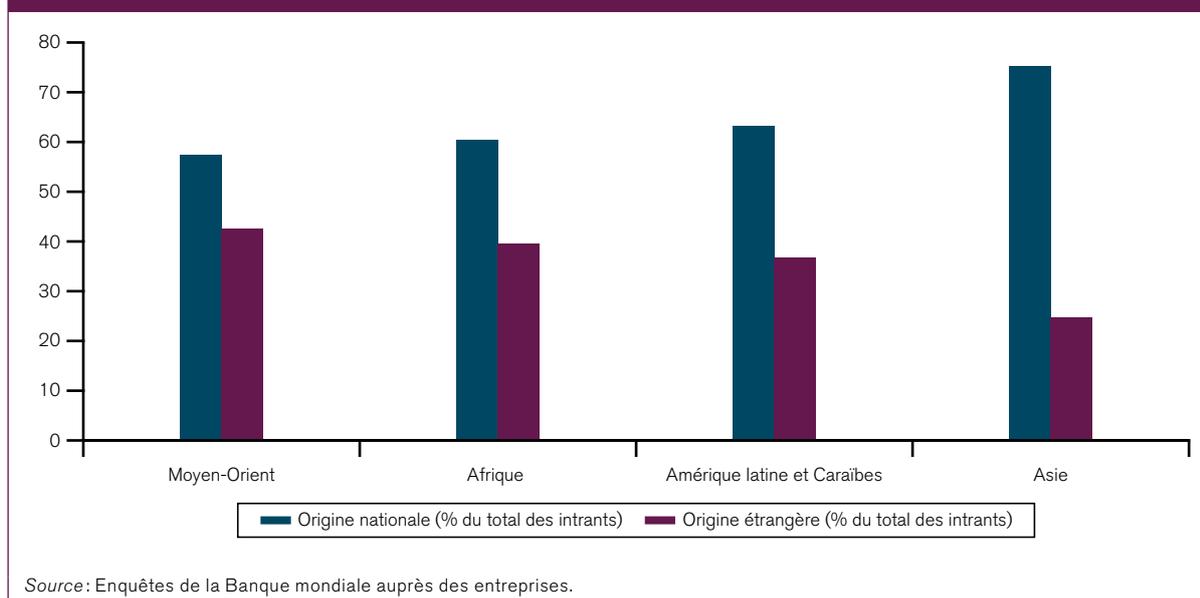


**Grandes entreprises par secteur manufacturier et régime de propriété**



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

**Figure B.21 : Utilisation d'intrants étrangers et nationaux dans la production des PME, par région en développement (%)**



grandes entreprises sont relativement plus connectées aux CVM dans plusieurs secteurs, comme les textiles et les vêtements et la fabrication de matériel de bureau tels que les ordinateurs et les produits électroniques. Dans ces secteurs, les économies en développement ont des taux élevés de participation en aval dans les CVM. Les grandes entreprises sont également bien intégrées dans les CVM dans le secteur de fabrication d'articles en cuir.

La figure B.20 montre aussi la participation moyenne aux CVM en amont et en aval par taille d'entreprise, secteur manufacturier et régime de propriété. L'investissement étranger direct (IED) joue un rôle important dans l'intégration des entreprises dans les CVM, qu'elles soient petites ou grandes. Les estimations indiquent que les PME sous contrôle étranger ont plus de liens avec les CVM que les PME nationales. Elles importent plus d'intrants à utiliser dans le processus de fabrication, d'où une plus large participation en amont dans les CVM. De plus, elles peuvent exporter une plus grande partie de leur production (participation en aval), ce qui vaut pour presque tous les produits manufacturés. Dans le secteur automobile, par exemple, les exportations directes et indirectes représentent plus de 40 % des ventes totales des PME sous contrôle étranger, contre environ 10 % pour les PME nationales. De même, dans le secteur de la fabrication de meubles, qui enregistre la plus grande part d'exportations directes dans les ventes totales, l'essentiel de la contribution est à mettre au crédit des mêmes PME à capitaux étrangers.

### 3. Participation des PME au commerce électronique international

Le développement du commerce électronique comme moyen pour les entreprises de trouver des clients à l'étranger promet d'élargir considérablement les possibilités d'exportation des PME pour autant qu'on puisse surmonter certains obstacles, notamment ceux qui sont liés à l'infrastructure des technologies de l'information et de la communication (TIC) et au cadre juridique et réglementaire, mentionnés dans la section D.4. Les détaillants et les fournisseurs de services, comme Amazon, eBay, ou PayPal, offrent aujourd'hui des plate-formes et des systèmes de paiement qui facilitent les exportations, même pour les toutes petites entreprises. Les technologies numériques réduisent les coûts du commerce pour les PME et leur assurent une présence sur les marchés mondiaux qui était autrefois réservée aux grandes sociétés multinationales, si bien que les petites entreprises peuvent maintenant entrer directement en concurrence avec les grandes. Parmi les services que les technologies basées sur Internet ont rendues plus accessibles aux PME, il y a les services de transport et de logistique, les paiements internationaux, les services de traduction, les services à la clientèle et les études de marché.

Cette section examine les données disponibles sur la contribution des technologies de l'information au commerce des PME. Aux fins du présent rapport, le commerce électronique est défini comme la production,

la promotion, la vente et la distribution de biens et de services au moyen de réseaux de télécommunication comme Internet. Dans le commerce électronique, on peut distinguer les ventes et les achats en ligne. Dans une enquête sur l'utilisation des TIC par les entreprises, l'Union européenne constate que les achats des entreprises en ligne sont deux fois plus fréquents que les ventes.<sup>5</sup> Cette section porte sur les ventes en ligne transfrontières, et non sur les ventes en ligne au niveau national. Il convient de souligner d'emblée que l'essentiel du commerce électronique se fait aujourd'hui au niveau national, notamment dans les grandes économies (McKinsey Global Institute, 2013a). Les transactions en ligne transfrontières, exprimées en pourcentage des ventes en ligne totales, sont nettement plus importantes dans certains pays en développement (plus de 50 % en Inde et à Singapour, par exemple) que dans les pays développés (20 % au Canada et 18 % au Japon, entre autres) (McKinsey Global Institute, 2013a).

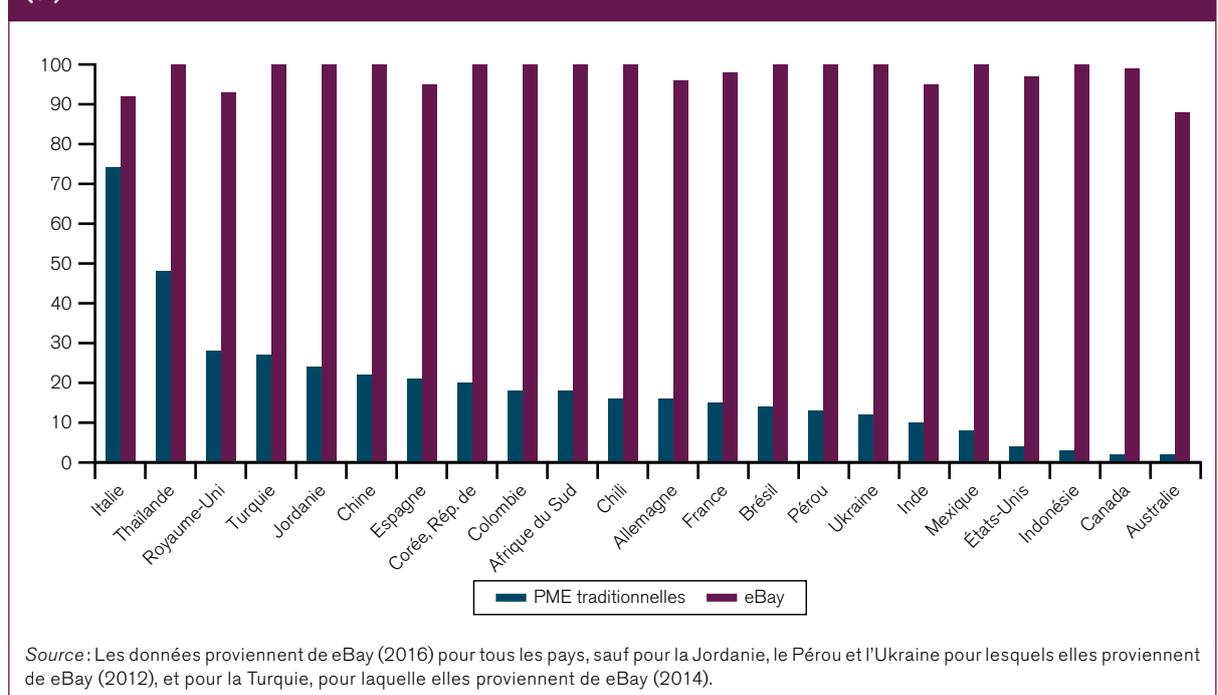
Internet s'est avéré beaucoup plus facile à utiliser pour les PME que les réseaux commerciaux privés qui existaient avant. L'Office des statistiques nationales du Royaume-Uni a estimé qu'entre 2009 et 2013, les ventes des PME via Internet ont augmenté cinq fois plus vite que les ventes passant par les réseaux d'échange de données informatisées (EDI). Une série d'études réalisées par eBay (eBay, 2012 ; 2014 ; 2016) porte sur les transactions effectuées via la plate-forme eBay depuis 2010. Pour

faire en sorte que la communauté des petites entreprises commerciales soient convenablement prise en compte et pour exclure les petits vendeurs individuels, les données sont limitées aux transactions des vendeurs réalisant un chiffre d'affaires annuel de plus de 10 000 dollars (ou l'équivalent en monnaie locale) sur la plate-forme eBay. Ces vendeurs sont appelés «vendeurs commerciaux» ou «petites entreprises en ligne». Pour permettre la comparaison avec les PME «traditionnelles» ne recourant pas à Internet, eBay a utilisé des données provenant de sources publiques comme la Banque mondiale, Eurostat et divers offices nationaux de la statistique.

Dans l'ensemble, ces études montrent que la grande majorité des petites entreprises reposant sur la technologie exportent : 97 % d'entre elles en moyenne, et jusqu'à 100 % dans certains pays. En comparaison, seul un petit pourcentage de PME traditionnelles exportent (entre 2 % et 28 % pour tous les pays, sauf l'Italie et la Thaïlande – voir la figure B.22). Les PME commerciales qui utilisent Internet exportent beaucoup, et vers un grand nombre de destinations. Par exemple, les PME en Chine et en Corée du Sud exportent, respectivement, vers 63 pays et vers 57 pays (figure B.23).<sup>6</sup>

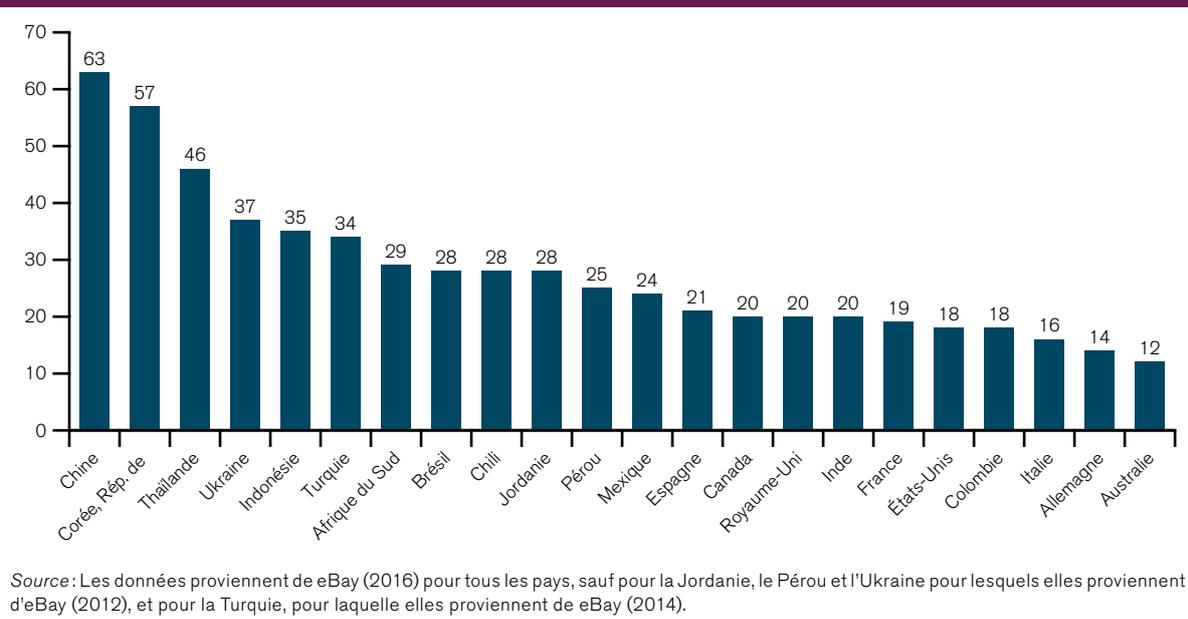
Une différence entre les PME et les grandes entreprises exportatrices est que les premières exportent souvent un seul produit en petite quantité, qui est expédié par la poste ou par des entreprises de livraison exprès.

**Figure B.22 : Part des PME utilisant eBay et traditionnelles (%)**



Source : Les données proviennent de eBay (2016) pour tous les pays, sauf pour la Jordanie, le Pérou et l'Ukraine pour lesquels elles proviennent de eBay (2012), et pour la Turquie, pour laquelle elles proviennent de eBay (2014).

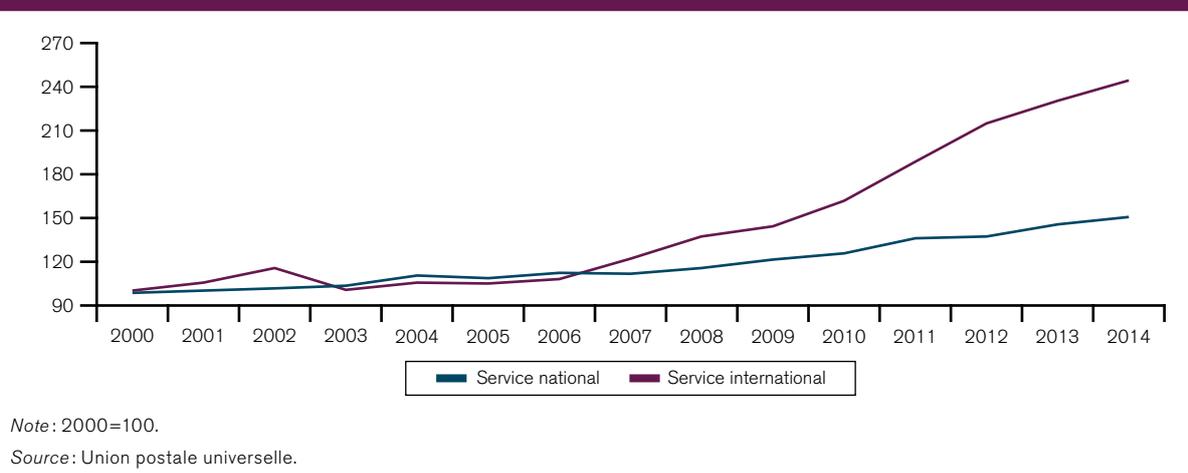
**Figure B.23 : Nombre de destinations à l'exportation des PME utilisant eBay**



L'augmentation rapide des envois de colis par la poste (figure B.24) pourrait correspondre à un accroissement des expéditions des PME. Cette croissance a été plus rapide dans les pays développés (de plus de 10% par an moyenne depuis 2005), mais elle a été négative en Afrique (-3,1%) et nulle en Asie et dans le Pacifique ainsi qu'en Amérique latine. La faible proportion de colis livrés par la poste dans ces régions peut s'expliquer par le fait que les envois peuvent être effectués par le biais d'entreprises de livraison exprès, à un coût plus élevé que les services postaux traditionnels. La hausse de 40% de l'indice du volume des livraisons exprès internationales enregistré par la Global Express Association (DHL, FedEx, TNT et UPS) entre 2008 et 2013 donne une indication utile à cet égard.

L'achat et la vente en ligne sont importants pour le commerce des marchandises comme pour celui des services. Et même dans le commerce des marchandises, les services jouent aussi un rôle. Les services en ligne, même ceux qui offrent essentiellement des marchandises, sont aussi une forme de services de vente au détail. En outre, le commerce en ligne est naturellement adapté aux services qui peuvent être fournis par voie électronique. Cela comprend des activités comme les services professionnels, les services de traitement d'affaires et les services de soutien administratif aux entreprises, et des produits numériques comme les logiciels, la musique, les films, les livres électroniques, et les rapports des consultants. Avec l'offre de services en ligne pour les réservations,

**Figure B.24 : Indice du nombre de colis ordinaires expédiés dans le monde, service national et service international, 2000-2014**



la billetterie, le suivi et le service à la clientèle, le tourisme a été l'un des premiers secteurs de services à s'engager dans le commerce électronique. Comme l'a montré une étude de cas sur le secteur en Égypte (Kamel et El Sherif, 2001), les PME ont participé à cette évolution.<sup>7</sup>

De plus en plus de plate-formes de commerce électronique sont créées ou adaptées dans le but précis d'aider les PME et même les vendeurs individuels comme les indépendants ou concepteurs d'art ou d'artisanat.<sup>8</sup> Par exemple, Etsy, plate-forme en ligne destinée aux artisans et petits producteurs, a enregistré 2 milliards de dollars EU de ventes en 2014, dont plus d'un tiers des à l'international (McKinsey Global Institute, 2015). De grandes plate-formes de détail et des fournisseurs de services, comme Amazon, eBay et PayPal, fournissent ou développent des services auxiliaires et des systèmes de paiement pour faciliter les exportations, même des plus petites entreprises. Ces places de marché en ligne peuvent donner aux PME un moyen de se développer à un coût minime, en leur apportant des solutions quasi instantanées comme des systèmes de paiements sécurisés, un soutien logistique et une visibilité mondiale qui était naguère réservée aux grandes entreprises.

La multiplication des plate-formes commerciales indépendantes pour les transactions d'entreprise à entreprise (B2B) est une autre évolution prometteuse pour les PME, quelle que soit leur activité. Au tout début du commerce électronique, les premières plate-formes étaient le plus souvent des portails d'achat de grandes multinationales, ouverts aux offres de vendeurs. Mais les nouveaux modèles donnent aux vendeurs la possibilité de vendre leurs produits à d'autres entreprises, et elles offrent souvent un plus large éventail de produits et de services que les plate-formes orientées vers le consommateur. Indiamart.com et Tradekey.com en sont deux exemples, offrant sur leurs sites Web une large gamme de fournitures et d'équipements professionnels mais aussi toute une série de services commerciaux, professionnels et financiers (assurance, par exemple).

Les vendeurs en ligne peuvent aussi bénéficier de la possibilité d'analyser d'importants volumes de données disponibles grâce aux applications Web, ce qui est souvent appelé le Big Data ou mégadonnées. En transformant une série de données discontinues en un tableau global du comportement et des motivations des clients, l'analyse des mégadonnées peut augmenter considérablement les ventes en ligne (Van Bommel *et al.*, 2014). Ces services deviennent plus abordables pour les jeunes pousses et les PME (OCDE, 2015a). Certaines plate-formes de commerce électronique offrent ce type de données à leurs vendeurs, tandis que des logiciels analytiques, souvent combinés au traitement et au stockage en nuage, sont mis à

la disposition des entreprises qui vendent via leurs propres sites Web.

Même dans les cas où les plates-formes commerciales classiques ne sont pas facilement accessibles ou abordables, les réseaux sociaux jouent un rôle important dans le commerce des PME. Certaines plates-formes commerciales exigent, par exemple, que les vendeurs soient des entreprises enregistrées, alors que, sur les réseaux sociaux, les microentreprises informelles et même les entrepreneurs individuels peuvent opérer. De plus, ces sites peuvent être plus faciles d'accès au moyen des technologies mobiles pour maintenir le contact avec les clients et pour assurer et organiser les ventes. Une étude du McKinsey Global Institute (2016) indique que le nombre de PME ayant une page Facebook est en augmentation, passant de 25 millions en 2013 à 30 millions en 2014 et à 50 millions en 2015. Alors qu'il y a aujourd'hui une majorité d'«amis» locaux, l'exposition étrangère transfrontière est importante (30%). Par exemple, plus de 20 000 créateurs et artistes indépendants présentent leur travail sur Pinkoi, plate-forme en ligne basée au Taipei chinois. L'entreprise a trouvé des clients dans plus de 47 pays, utilisant Facebook pour élargir sa présence dans la région Asie-Pacifique (McKinsey Global Institute, 2016).

Malgré les promesses du commerce électronique, les PME sont toujours moins bien représentées en ligne que les grandes entreprises. Cela tient notamment aux exigences qu'implique la création d'un site prêt pour la vente au détail, condition très importante pour faciliter la vente en ligne. Au Royaume-Uni (où 70% des consommateurs achètent des produits en ligne, ce qui est plus que dans tout autre pays, d'après la figure II.3 dans CNUCED, 2015), près de 77% des entreprises ayant 49 employés ou moins avaient un site Web en 2013, alors que près de 99% des grandes entreprises interrogées en avaient un (voir le tableau B.1).<sup>9</sup> Dans les pays en développement, les PME qui ont un site Web sont moins nombreuses, comme le montre le tableau B.2. D'un point de vue dynamique, le tableau B.3 indique la part des entreprises qui reçoivent des commandes par Internet et sa croissance entre 2010 et 2014. Le tableau confirme que les PME restent à la traîne des grandes entreprises en termes de ventes en ligne, bien qu'elles s'orientent vers la vente en ligne dans la plupart des économies.

#### 4. Évolution de la participation des MPME au commerce dans le temps

On n'a très peu de renseignements sur l'évolution du commerce des MPME, direct ou indirect, dans les économies développées comme dans les économies en

**Tableau B.1 : Pourcentage d'entreprises ayant un site Web au Royaume-Uni, par taille d'entreprise, 2007-2013 (%)**

Année	Nombre d'employés				
	10 à 49 employés	50 à 249 employés	250 à 999 employés	Au moins 1 000 employés	Toutes les classes de taille
2007	65,8	89,3	94,4	97,6	70,0
2008	70,6	91,3	95,2	97,9	74,5
2009	72,0	91,9	96,9	98,3	75,7
2010	75,3	92,3	96,0	98,7	78,5
2011	78,7	93,6	96,2	98,6	81,4
2012	77,6	92,9	95,7	98,7	80,3
2013	76,6	94,9	95,8	98,6	79,7

Source: Office des statistiques nationales du Royaume-Uni.

**Tableau B.2 : Pourcentage d'entreprises ayant un site Web dans les pays en développement, par taille d'entreprise (%)**

	Nombre d'employés				
	0 à 9 employés	10 à 50 employés	51 à 100 employés	101 à 250 employés	Au moins 251 employés
Pays en développement	22,75	43,94	67,25	75,11	84,79
Pays en développement du G-20	32,33	52,8	72,88	81,37	88,93
Autres pays en développemen	23,62	43,79	65,88	73,66	84,88
PMA	12,33	27,25	53,44	58,08	71,64

Source: Enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises (dernière enquête disponible par pays) et calculs des auteurs.

**Tableau B.3 : Proportion d'entreprises recevant des commandes par Internet (%)**

Économie	(10 à 49 employés)			(50 à 249 employés)			(à partir de 250 employés)		
	2010	2014	% progression	2010	2014	% progression	2010	2014	% progression
<b>Pays où la proportion de commandes reçues par les entreprises de 10 à 49 employés était faible en 2010</b>									
Bulgarie	3,3	7,9	144%	6,0	11,5	92%	7,3	12,2	67%
Chypre	5,9	8,7	46%	15,1	26,1	73%	14,8	33,5	126%
Estonie	8,7	12,5	44%	18,6	21,3	15%	29,7	32,0	8%
Ex-République yougoslave de Macédoine	3,7	6,8	87%	6,7	7,3	9%	6,0	10,7	77%
Grèce	8,3	9,3	11%	13,0	18,7	44%	20,0	20,5	3%
Hongrie	7,9	11,5	46%	12,9	17,9	39%	23,6	31,1	32%
Italie	4,5	7,3	62%	8,0	13,1	63%	16,6	26,0	57%

**Tableau B.3 : Proportion d'entreprises recevant des commandes par Internet (suite)**  
(%)

Économie	(10 à 49 employés)			(50 à 249 employés)			(à partir de 250 employés)		
	2010	2014	% progression	2010	2014	% progression	2010	2014	% progression
Lettonie	6,2	7,5	21%	10,0	14,8	48%	15,5	22,8	47%
Pologne	7,3	10,1	39%	11,8	16,1	37%	24,5	34,4	40%
Roumanie	6,4	7,4	15%	6,4	8,9	39%	8,2	15,1	84%
Rép. slovaque	7,1	12,3	72%	10,0	19,5	95%	14,7	29,0	97%
Slovénie	10,0	15,1	50%	18,8	27,6	47%	39,0	50,2	29%
<b>Pays où la proportion de commandes reçues par les entreprises de 10 à 49 employés était moyenne en 2010</b>									
Allemagne	21,4	23,6	10%	30,2	30,3	0%	45,1	45,6	1%
Autriche	15,0	14,9	-1%	28,1	27,1	-3%	46,0	45,7	-1%
Belgique	25,9	22,1	-15%	42,6	32,8	-23%	53,3	49,1	-8%
Croatie	24,4	24,2	-1%	23,2	32,5	40%	29,9	51,9	74%
Danemark	27,8	25,8	-7%	33,6	35,4	5%	49,9	53,4	7%
Espagne	11,8	16,8	43%	18,9	26,6	41%	29,0	36,4	26%
Finlande	15,8	15,4	-3%	30,9	32,4	5%	48,7	49,5	2%
France	12,3	12,4	1%	21,5	26,3	22%	34,7	44,2	27%
Irlande	18,1	20,4	13%	33,6	40,4	20%	34,8	45,6	31%
Islande	16,3	29,4	80%	34,7	53,8	55%	51,8	53,1	3%
Lituanie	21,3	17,9	-16%	24,0	24,6	2%	27,6	29,8	8%
Malte	15,1	15,9	5%	26,0	29,1	12%	27,8	30,7	10%
Pays-Bas	21,4	21,8	2%	30,5	31,5	3%	42,0	39,9	-5%
Portugal	18,3	12,6	-31%	24,8	24,3	-2%	36,5	40,6	11%
République tchèque	18,8	26,1	39%	25,1	30,4	21%	38,7	45,1	17%
Royaume-Uni	14,3	19,3	36%	28,0	29,5	5%	43,8	47,9	9%
Suède	21,8	23,3	7%	39,6	39,7	0%	54,7	53,1	-3%
<b>Pays où la proportion de commandes reçues par les entreprises de 10 à 49 employés était forte en 2010</b>									
Indonésie	26,1*	35,8	37%	57,8*	46,9	-19%	58,6*	54,6	-7%
Maurice	35,7	35,4*	-1%	36,1	47,4*	31%	46,2	56,2*	22%
Norvège	36,3	26,2	-28%	45,7	37,5	-18%	50,4	44,9	-11%
Singapour	42,0	56,3*	34%	61,0	62,9*	3%	57,1	69,2*	21%

Notes: \* indique que les données sont celles de 2013. Ne sont prises en compte que les économies pour lesquelles on dispose de données chronologiques.

Source: Calculs de l'auteur sur la base de CNUCED (2015) et d'autres données de la CNUCED.

développement. Aucune tendance forte, à la hausse ou à la baisse, concernant le taux de participation à l'exportation des MPME (moins de 250 employés) ne se dégage de la base de données TEC de l'OCDE, bien qu'un peu plus de la moitié des pays ait enregistré une augmentation sur une période relativement courte de moins de 10 ans, y compris de grands pays comme les États-Unis et la

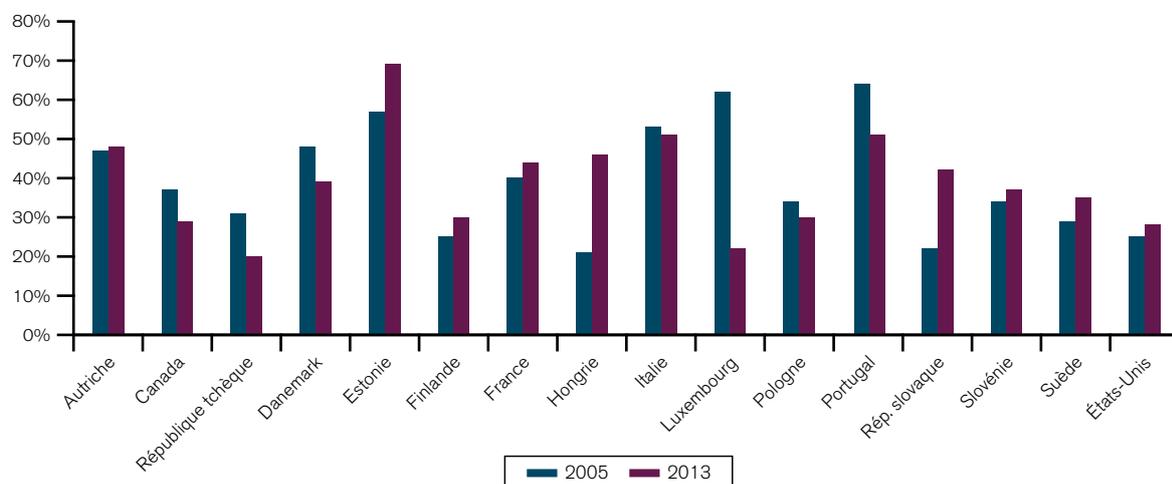
France (figure B.24). Dans le même temps, dans les pays en développement et les PMA couverts par les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, on peut observer une croissance modérée des exportations des PME (5 à 100 employés) entre la première enquête et la dernière en date (voir les figures B.25, B.26 et B.27). Il n'est cependant pas possible d'en dégager une tendance

significative car les données d'échantillonnage sont trop hétérogènes, les années de référence étant différentes d'un pays à l'autre.

Parmi les PMA (voir la figure B.26), c'est la Tanzanie qui a enregistré la plus forte augmentation des exportations des petites entreprises entre les deux périodes d'enquête, la part des petites entreprises exportatrices passant de 2,8% en 2006 à 11% en 2013. Cette progression est due en particulier à l'augmentation des exportations indirectes, effectuées probablement par l'intermédiaire d'entreprises plus grandes. En général,

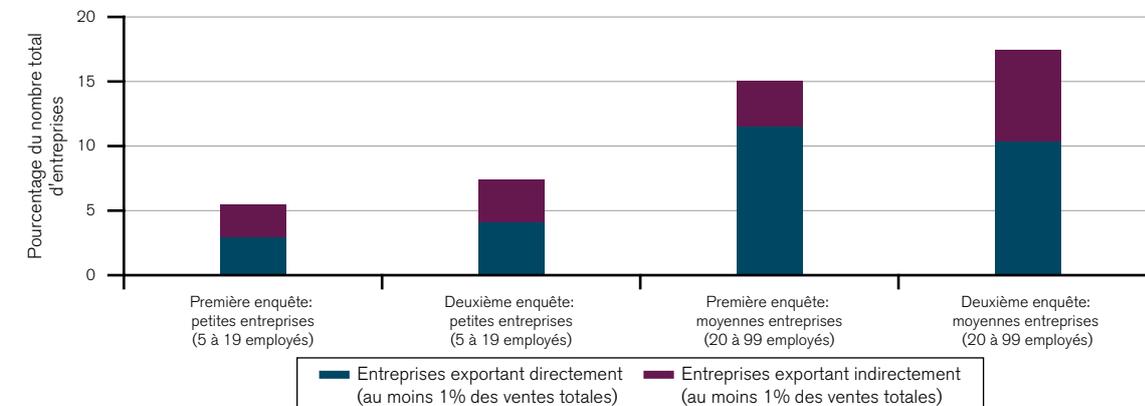
l'échantillon donne à penser que les entreprises de taille moyenne dans les PMA exportent plus que les petites, avec une plus forte augmentation des exportations indirectes entre les deux périodes d'enquête. C'est là le signe d'une plus grande intégration dans les chaînes de valeur nationales, et peut-être même dans les chaînes de valeur mondiales, en particulier quand les entreprises sont des fournisseurs locaux de sociétés à capitaux étrangers. Malgré une contribution accrue au commerce international dans le temps, la progression observée des exportations directes et indirectes varie beaucoup d'un pays à l'autre.

**Figure B.25 : Part des MPME dans les exportations de certaines économies développées, 2005 et 2013 (%)**



Source: Base de données TEC de l'OCDE.

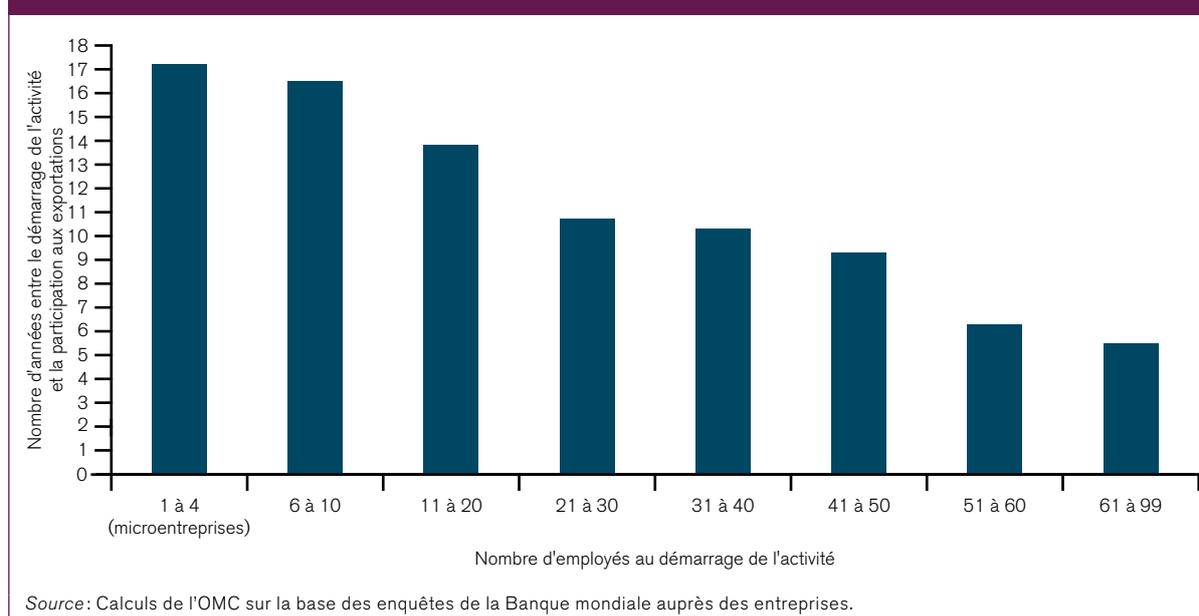
**Figure B.26 : Entreprises des PMA dont les exportations directes ou indirectes représentent au moins 1% de leurs ventes totales, par taille d'entreprise (% du total des entreprises)**



Notes: Première enquête réalisée entre 2006 et 2010. Deuxième enquête réalisée entre 2011 et 2014.

Source: Enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises.

**Figure B.27: Décalage entre le début de l'activité des entreprises et leur engagement à l'exportation, pour certaines tailles d'entreprise, dans les économies en développement (années et nombre d'employés)**



D'après des estimations fondées sur les enquêtes de la Banque mondiale portant sur plus de 3 000 grandes entreprises ayant commencé en tant que PME dans 85 économies en développement, il y a une corrélation négative entre la taille initiale des entreprises et leur nombre d'années d'existence avant qu'elles commencent à exporter. Dans le cas des grandes entreprises qui ont démarré comme des microentreprises (1 à 4 employés), en moyenne 17 ans se sont écoulés avant qu'elles exportent, et un peu moins quand le nombre d'employés se situait entre 5 et 10. Le nombre d'années diminue considérablement pour les entreprises dont le nombre d'employés a augmenté progressivement (voir la figure B.27).

En moyenne, il a fallu moins de temps à une PME d'un pays en développement d'Asie pour commencer à exporter qu'à une entreprise de même taille d'Afrique ou d'Amérique latine. Le décalage le plus important a été observé dans le secteur de l'alimentation : plus de 14 ans en moyenne, soit deux fois plus que dans le secteur des textiles et des vêtements ou dans celui de la fabrication de matériel de bureau et d'appareils électroniques. Cela vaut pour toutes les régions en développement, ce qui indique que les PME du secteur de l'alimentation rencontrent des difficultés supplémentaires pour exporter, liées aux normes sanitaires et phytosanitaires (SPS) et aux obstacles techniques au commerce (OTC) (voir la section D).

## 5. Conclusions

Cette section a passé en revue les données statistiques sur la participation des micros, petites et moyennes entreprises au commerce international. Elle a montré que la part des PME dans les exportations est faible par rapport à celle des grandes entreprises, et que les PME contribuent peu aux exportations et aux importations totales. Il y a cependant une grande hétérogénéité entre les entreprises selon la taille et selon d'autres variables. Dans les pays développés en particulier, la participation au commerce des moyennes entreprises peut être proche de celle des grandes entreprises, tandis que les micros et petites entreprises y participent moins. Dans les pays en développement, les PME participent peu aux exportations, directes ou indirectes, et celles qui ont moins d'employés mettent plus de temps pour accéder aux marchés internationaux que les plus grandes entreprises.

Les PME qui utilisent Internet, font exception à la règle de la faible participation au commerce, avec des taux d'exportation très élevés, proches de 100%. Le développement des plates-formes en ligne devrait permettre aux petites entreprises de trouver des clients dans le monde entier. D'après des études d'eBay, si seulement une petite fraction des PME traditionnelles (entre 4% et 28%) s'engage à l'exportation, presque toutes les PME qui utilisent Internet le font (97%).

En raison des limitations des données, il est difficile de rendre pleinement compte de la participation au commerce indirect et au commerce dans les CVM. C'est pourquoi cette section propose de nouvelles approches améliorées pour mesurer la contribution des PME au commerce dans les CVM en termes de valeur ajoutée.

L'intégration des PME des pays en développement dans les chaînes de valeur mondiales est encore relativement limitée pour les raisons indiquées dans les sections C et D, mais de nouvelles possibilités se profilent à l'horizon.

## Notes

- 1 Il existe plusieurs définitions de l'internationalisation. Voir, par exemple, Beamish (1999), Karlsen *et al.* (2003) ou Zeng *et al.* (2008).
- 2 La base de données de l'OCDE sur le commerce en fonction des caractéristiques des entreprises (TEC) donne des renseignements sur la valeur des exportations et des importations et sur le nombre d'entreprises commerciales dans 32 pays qui sont pour la plupart des pays développés (les 28 membres de l'UE plus le Canada, les États-Unis, la Norvège et la Turquie), ventilés par secteur, par classe de taille et par partenaire. Les chiffres sont établis par les organismes nationaux de statistique qui font un rapprochement entre les données sur les transactions disponibles dans les statistiques du commerce des marchandises et les registres du commerce. On notera que dans les statistiques du commerce international, la taille de l'entreprise est généralement définie au niveau de l'entreprise même si les entreprises font partie d'un groupe plus large.
- 3 Les enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises collectent des données concernant les grands secteurs industriels et de services dans chaque région du monde. Elles sont réalisées selon la méthode globale d'échantillonnage aléatoire stratifié pour limiter les erreurs de mesure et produire des données comparables d'une économie à l'autre. Cette méthode génère un échantillon représentatif de l'ensemble de l'économie privée non agricole, y compris les industries de services, et elle produit des échantillons suffisamment grands pour certaines industries pour effectuer des analyses statistiquement robustes avec un degré de précision d'au moins 7,5 % pour des intervalles de confiance de 90 %. Cela signifie que le paramètre population se situe dans la fourchette de 7,5 % de l'estimation de l'échantillon étudié, sauf dans 10 % des cas.
- 4 Environ 33 800 petites, moyennes et grandes entreprises interrogées par la Banque mondiale ont indiqué le montant de leurs ventes totales et leur ventilation entre les ventes nationales, les exportations directes et les exportations indirectes (effectuées par l'intermédiaire d'une entité nationale exportatrice). Le Secrétariat de l'OMC a classé ces entreprises en entreprises manufacturières ou entreprises de services en fonction du principal produit/secteur indiqué, selon la Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activité économique (CITI), Rev. 3.1. Dans les enquêtes, le principal produit/secteur était celui qui représentait la plus forte proportion des ventes annuelles, soit, d'après les calculs, une moyenne de plus de 83 % et 81 %, respectivement, des ventes annuelles des PME manufacturières et des PME de services. Ces renseignements ont été corroborés par la description des deux principaux produits/secteurs mentionnés par chaque établissement. Il convient de noter que seulement 17 % des établissements interrogés par la Banque mondiale dans différents pays et différentes années, faisaient partie d'entreprises plus importantes, la majeure partie étant des entreprises indépendantes.
- 5 L'enquête de l'UE sur l'utilisation des TIC et le commerce électronique dans les entreprises est une enquête annuelle effectuée depuis 2002 pour collecter des données sur l'utilisation des TIC, d'Internet, des services administratifs en ligne et du commerce en ligne dans les entreprises.
- 6 Une étude récente portant sur les entreprises des États-Unis (Lendle *et al.*, 2013) a montré aussi que les exportateurs en ligne exportent moins que les exportateurs hors ligne. Les 10 premiers pourcents des exportateurs en ligne représentent moins de 70 % des exportations, tandis que les 10 premiers pourcents des exportateurs hors ligne en représentent plus de 85 %. Toutefois, cette étude n'est pas centrée sur les PME.
- 7 Selon Kamel et El Sherif (2001), le commerce électronique a offert aux PME du secteur du tourisme en Égypte « un outil concurrentiel leur permettant d'accroître les profits en utilisant la technologie Web comme outil de promotion, de commercialisation et de vente, avec un effet immédiat », réduisant la dépendance vis-à-vis des intermédiaires de voyage coûteux et en permettant d'attirer des réservations du monde entier.
- 8 Des gouvernements et des organisations internationales ont également mis en place des plate-formes en vue d'aider les PME à participer au commerce électronique. Analysant l'efficacité des plate-formes bénéficiant d'un parrainage public en Australie, Gengatharen (2006) note que, dans certains des cas examinés, les PME ne commençaient à en tirer un bénéfice économique qu'au bout de six ans. L'étude souligne que les facteurs qui y contribuent sont notamment l'acceptation d'une longue période de gestation, un financement suffisant, pour assurer non seulement le développement et la maintenance des plate-formes mais aussi leur évaluation, et la reconnaissance de la nécessité d'accorder une attention particulière au renforcement des compétences en informatique des PME elles-mêmes. Pour un aperçu des initiatives en matière de commerce électronique dues à l'ICT, voir la section D du rapport.
- 9 Toutefois, le tableau B.1 montre aussi que le nombre de toutes petites entreprises ayant un site Web a augmenté de dix points de pourcentage entre 2007 et 2013, et que le nombre d'entreprises de 50 à 249 salariés qui en ont un a augmenté de cinq points.