

D

Obstacles commerciaux à la participation des PME au commerce

La section D examine les principaux obstacles commerciaux à la participation des PME au commerce. L'une des principales conclusions de cette section est que tous les types de coûts du commerce, qu'ils soient fixes ou variables, nuisent à la capacité des PME de participer au commerce, plus que pour les grandes entreprises. Étant donné que les PME ont plus de mal que les grandes entreprises à surmonter les obstacles au commerce, elles bénéficient beaucoup plus de leur élimination. Il est donc important de comprendre quels sont ces obstacles.



Sommaire

1. Obstacles à l'accès aux marchés internationaux perçus par les PME	86
2. Politique commerciale et PME	91
3. Autres coûts importants liés au commerce	101
4. Le commerce basé sur les TIC: avantages et défis pour les PME	107
5. Accès des PME au commerce reposant sur les CVM	114
6. Conclusions	117

Faits saillants et principales constatations

- Les droits de douane et les restrictions non tarifaires limitent la capacité des PME de participer au commerce mondial plus que celle des grandes entreprises.
- La facilitation des échanges favorise l'entrée des PME sur les marchés d'exportation. Les petites entreprises exportatrices retirent plus d'avantages de la facilitation des échanges quand elle concerne la disponibilité des renseignements, les décisions anticipées et les procédures de recours.
- Les PME du secteur des services sont plus affectées par les obstacles à l'établissement que par les obstacles aux opérations, notamment lorsqu'ils concernent le commerce selon le mode 4.
- La logistique a tendance à être plus coûteuse pour les PME que pour les grandes entreprises. Par exemple, en Amérique latine, les coûts logistiques nationaux peuvent représenter jusqu'à plus de 42 % du chiffre d'affaires total des PME, contre 15 à 18 % pour les grandes entreprises.
- Les PME sont plus confrontées au rationnement du crédit que les grandes entreprises et elles font face à des frais d'examen et à des taux d'intérêts plus élevés. Ce sont celles qui souffrent le plus du manque de crédits. On estime que la moitié de leurs demandes de financement du commerce sont rejetées, contre 7 % seulement pour les entreprises multinationales.
- Les avantages découlant de la révolution des TIC sont particulièrement importants pour les PME. Néanmoins, le commerce en ligne implique des coûts spécifiques, comme ceux qui sont liés à l'accès aux TIC, et nécessite la certitude et la prévisibilité des régimes régissant les transferts internationaux de données. Dans les PMA, le taux de connectivité des petites entreprises ne représente que 22 % de celui des grandes entreprises, contre 64% dans les pays développés.
- Les CVM aident les PME à surmonter certaines des difficultés auxquelles elles font face pour accéder aux marchés internationaux. Mais le manque de compétences et de technologies, conjugué à l'accès limité au financement, aux coûts de logistique et d'infrastructure et à l'incertitude réglementaire, rend difficile la participation des PME aux CVM.



La section D.1 identifie les obstacles au commerce que les entreprises, perçoivent comme des problèmes majeurs pour accéder aux marchés internationaux.¹ Les sections D.2 et D.3 donnent une idée de l'ampleur de ces obstacles et de leurs effets sur les PME, en considérant successivement les obstacles tarifaires et non tarifaires et les autres obstacles liés au commerce. Les sections D.4 et D.5 expliquent comment les PME peuvent surmonter certains de ces obstacles grâce au commerce en particulier grâce au commerce électronique et à la participation aux CVM. Ces sous-sections examinent aussi les difficultés rencontrées par les PME pour tirer parti des possibilités d'accès aux marchés internationaux offertes par le commerce électronique et les CVM.

1. Obstacles à l'accès aux marchés internationaux perçus par les PME

Pour avoir une idée des principaux obstacles au commerce des PME, on peut utiliser les données provenant d'enquêtes. La Commission du commerce international des États-Unis (USITC), la Commission européenne, la Banque mondiale, le Centre du commerce international (ITC) et, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) provenant conjointement avec l'OMC, ont réalisé un certain nombre d'enquêtes qui permettent de classer les entreprises selon leur taille. Les résultats de ces enquêtes aident à identifier certains des obstacles spécifiques aux PME qui sont examinés dans le présent chapitre.

Il est important de souligner d'emblée que les résultats des enquêtes dépendent fortement de la façon dont l'enquête est conçue. Dans une enquête visant à identifier les coûts du commerce, il faut généralement demander aux entreprises d'indiquer quels coûts elles considèrent comme des obstacles majeurs au commerce parmi une série d'options prédéfinie. Si un coût ne figure pas dans cette série, il n'apparaîtra pas comme un coût du commerce important. Pour cette raison, les différentes enquêtes ne sont pas vraiment comparables. Toutefois, le classement des coûts du commerce mentionnés dans chaque enquête peut aider à comprendre quels coûts sont les plus importants et les moins importants pour les entreprises et, ce qui est encore plus utile aux fins du présent rapport, quels coûts sont relativement plus importants pour les PME que pour les grandes entreprises.

La plupart des données sur les obstacles au commerce perçus par les PME dans les pays en développement ne permettent pas de comparer l'importance relative des obstacles au commerce pour les petites entreprises et pour les grandes entreprises car les études ne portent

généralement que sur les PME.² Une exception notable est la série d'enquêtes auprès des entreprises sur les mesures non tarifaires (MNT), réalisées par l'ITC,³ qui montrent que les PME sont plus affectées par les MNT que les grandes entreprises.

Toutes ces études mettent en évidence certains des principaux obstacles perçus au commerce. Le tableau D.1 passe en revue certaines études empiriques menées dans les pays en développement. Il en ressort que les principaux obstacles au commerce international sont :

- i) le manque d'informations sur le fonctionnement des marchés étrangers, en particulier la difficulté d'accéder aux circuits de distribution à l'exportation et de contacter les clients étrangers ;
- ii) les normes de produit et les procédures de certification coûteuses, en particulier, le manque d'informations sur les exigences dans le pays étranger ;
- iii) la méconnaissance et la pesanteur des procédures douanières et administratives ; et
- iv) l'accès limité au financement et la lenteur des mécanismes de paiement.

Afin de comprendre l'importance relative des obstacles au commerce pour les petites et les grandes entreprises des pays en développement, on utilise la base de données du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013). Cette enquête porte sur une question légèrement différente, à savoir les obstacles à l'entrée et à la progression dans les chaînes de valeur, plutôt que les obstacles au commerce. Toutefois, comme cela est indiqué dans la section B, l'internationalisation des PME a lieu principalement de façon indirecte, par leur contribution aux exportations en tant que producteurs en amont dans les chaînes de valeur. Les exportations directes sont presque exclusivement réalisées par les grandes entreprises. Dans les pays développés comme dans les pays en développement, 5% des entreprises représentent en moyenne 80% des exportations. Par conséquent, les obstacles perçus à la participation aux chaînes d'approvisionnement donnent des indices importants pour déterminer plus généralement quels sont les principaux obstacles au commerce.

Le tableau D.2 indique le classement des principaux obstacles à l'entrée et à la progression dans les chaînes de valeur perçus par les entreprises interrogées, par secteur. Dans la publication de l'OCDE et de l'OMC (2013), une enquête comportant 122 questions, à laquelle ont répondu 524 entreprises et associations professionnelles de pays en développement, portait

Tableau D.1 : Aperçu des obstacles à l'exportation identifiés dans certaines études sur les pays en développement

Éthiopie	Iran	Jordanie	Maurice	Nigéria	Sri Lanka
Lakew et Chiloane-Tsoka (2015), enquête auprès de 9 PME produisant du cuir et des articles en cuir à Addis-Abeba.	Kabiri et Mokshapathy (2012), enquête auprès de 76 PME produisant des fruits et des légumes à Téhéran.	Al-Hyari et al. (2012), enquête auprès de 135 PME manufacturières jordaniennes.	Dusoye et al. (2013), enquête auprès de 41 PME exportatrices de Maurice.	Okpara (2009), enquête auprès de 72 PME manufacturières du Nigéria.	Gunaratne (2009), enquête auprès des PME sri-lankaises au moyen d'un questionnaire envoyé par la poste.
PRINCIPAUX OBSTACLES AU COMMERCE					
<ul style="list-style-type: none"> - Manque de financement - Obstacles tarifaires et non tarifaires - Mauvaise connaissance des procédures d'exportation - Lenteur du recouvrement des paiements de l'étranger - Distribution à l'étranger - Complexité des documents d'exportation - Instabilité politique sur les marchés étrangers - Taux de change 	<ul style="list-style-type: none"> - Procédures/ documentation à l'exportation - Communication avec les clients étrangers - Recouvrement des paiements de l'étranger - Restrictions à l'exportation - Instabilité politique sur les marchés étrangers - Obstacles tarifaires et non tarifaires - Mauvaise connaissance des pratiques commerciales - Différences socioculturelles - Langue - Manque de renseignements sur les marchés étrangers - Circuits de distribution - Coûts logistiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûts de transport - Réglementations gouvernementales - Réglementations étrangères - Recouvrement des paiements de l'étranger - Coût du capital pour financer les exportations - Risque de change - Manque d'informations sur les marchés étrangers - Fluctuations monétaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûts de transport élevés - Coût de l'établissement d'un bureau à l'étranger - Fluctuations monétaires - Manque de financement - Formalités administratives - Établissement d'une représentation fiable à l'étranger - Politiques de change 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de connaissance des marchés d'exportation - Manque de financement à l'exportation - Difficulté à respecter les prescriptions concernant les documents requis à l'exportation - Coûts de transport et d'assurance - Différences linguistiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de financement - Pratiques corrompues de l'administration dans le pays d'origine - Obstacles tarifaires et non tarifaires - Langue - Manque de données fiables sur les marchés étrangers - Difficulté à gérer la publicité et la promotion
Pays de l'OCDE et de l'APEC		Pays de l'ALADI		CBI⁴ Programmes de formation à l'exportation	
OCDE (2008), enquête auprès de 978 PME de 47 pays sur leur perception des obstacles à l'internationalisation.		Un rapport de l'OCDE (2005) présente les résultats d'une étude sur 30 PME dans 12 pays de l'ALADI (Association latino-américaine d'intégration) portant sur leur perception des obstacles à l'accès aux marchés étrangers.		Vonk <i>et al.</i> (2015) ont évalué 5 programmes de formation à l'exportation du CBI. Ces programmes ont pour but d'accroître les exportations des pays en développement vers l'Europe. L'évaluation a été effectuée au moyen d'entretiens et de questionnaires adressés à certaines PME. Il y a eu 33 réponses, dont 24 d'entreprises indiennes, indiquant la « principale raison pour laquelle l'entreprise n'exporte pas (plus) vers l'UE ».	
OBSTACLES AU COMMERCE					
<ul style="list-style-type: none"> - Identification des possibilités commerciales à l'étranger - Manque de renseignements pour localiser/ analyser les marchés - Incapacité de contacter les clients étrangers potentiels - Établissement d'une représentation fiable à l'étranger - Manque de temps au niveau de la direction pour s'occuper de l'internationalisation - Personnel insuffisant et/ou non formé pour l'internationalisation - Coûts de transport excessifs 		<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'informations sur les prescriptions - Procédures douanières et administratives - Mécanismes de financement et de paiement - Obstacles non tarifaires - Transports: coûts, fréquence et insécurité; logistique inadéquate - Règlements sur la commercialisation et accords régionaux - Mesures SPS et mesures techniques hétérogènes - Asymétrie des infrastructures matérielles et technologiques des pays - Instabilité politique et économique - Subventions 		<ul style="list-style-type: none"> - Manque de contacts entre les entreprises - Manque d'informations sur les marchés 	

Note : Ces études ont examiné les obstacles au commerce tant internes qu'externes à l'entreprise ; toutefois, le tableau n'indique que les obstacles commerciaux. Par exemple, la difficulté d'obtenir des informations sur la réglementation en vigueur sur un marché étranger constitue un obstacle à l'exportation car cela impose des coûts supplémentaires que les entreprises doivent supporter pour exporter. Le manque de personnel pour examiner ces réglementations est un problème interne à l'entreprise.

Tableau D.2 : Les cinq principaux obstacles perçus par les PME pour entrer, s'établir ou avancer dans les chaînes de valeur

Agriculture	TIC	Textiles
Accès au financement des entreprises	Accès au financement du commerce	Accès au financement du commerce
Coûts de transport	Manque de transparence de l'environnement réglementaire	Procédures douanières et retards en douane
Coûts de certification	Manque de fiabilité de l'accès à Internet ou faible débit	Coûts et retards d'expédition
Accès au financement du commerce	Insuffisance des réseaux de télécommunication nationaux	Problème de gouvernance de la chaîne d'approvisionnement (par exemple pratiques anticoncurrentielles)
Procédures douanières et retards en douane	Procédures douanières et retards en douane	Autres formalités ou retards liés aux organismes présents aux frontières

Note : La question spécifique concernant les secteurs de l'agriculture, des TIC et des textiles est la suivante : « Quelles difficultés rencontrez-vous pour entrer, vous établir ou avancer dans les chaînes de valeur? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Source : OCDE et OMC (2013).

sur les principales contraintes rencontrées par ces entreprises pour entrer, s'établir ou avancer dans les chaînes de valeur.⁵ En outre, 173 grandes entreprises, principalement de pays de l'OCDE, ont aussi répondu au questionnaire pour indiquer les obstacles qu'elles rencontrent pour intégrer les entreprises des pays en développement dans leurs chaînes de valeur.⁶

Ce questionnaire était axé sur les entreprises participant aux chaînes de valeur dans cinq secteurs clés : l'agroalimentaire, les technologies de l'information et de la communication (TIC), les textiles et les vêtements, le tourisme, et le transport et la logistique.⁷ Le questionnaire original classait les entreprises répondantes en 5 catégories : les microentreprises, ayant moins de 10 employés ; les petites entreprises, ayant entre 10 et 49 employés ; les moyennes entreprises, ayant entre 50 et 250 employés ; les grandes entreprises, ayant plus de 250 employés ; et les entreprises multinationales, comptant plus de 250 employés et opérant dans plus de 1 pays. Dans les figures D.1, D.2 et D.3 de l'appendice, les données d'enquêtes concernant les grandes entreprises et les entreprises multinationales sont combinées et présentées sous l'intitulé « grandes entreprises », tandis que sous la rubrique « MPME » figure les données combinées des micro, petites et moyennes entreprises.

L'accès au financement et au financement du commerce, le manque de transparence de l'environnement réglementaire, les formalités douanières et les retards font partie des principaux obstacles à l'entrée et à la progression dans les chaînes de valeur pour les PME des pays en développement. Les coûts de certification dans le secteur agricole et l'insuffisance des réseaux de télécommunication dans le secteur des TIC empêchent aussi les PME d'entrer dans les chaînes d'approvisionnement et de monter en gamme.

Les figures D.1 et D.2 présentent les principaux obstacles perçus au commerce des produits manufacturés et des services d'après une enquête

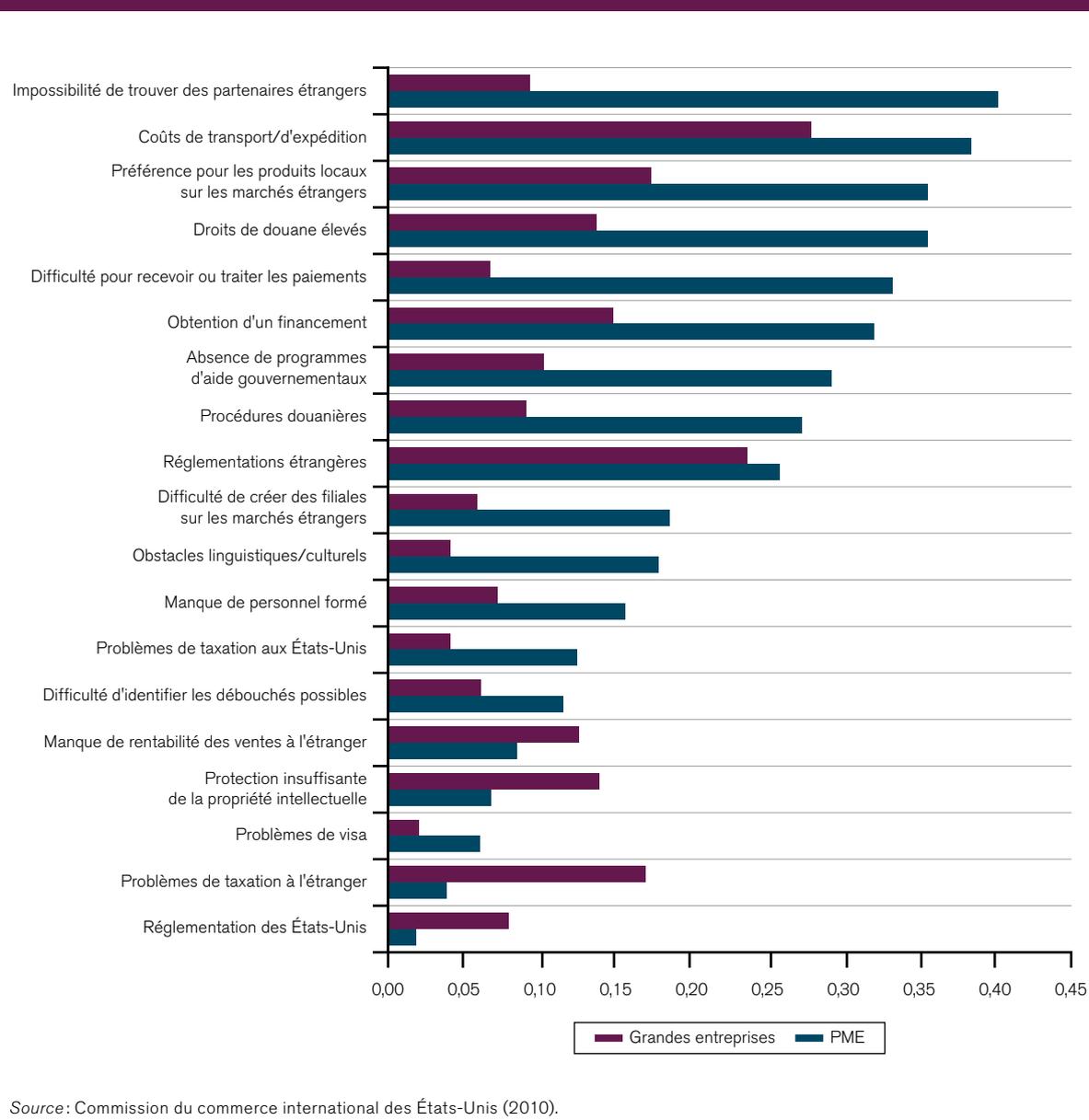
auprès des entreprises des États-Unis (USITC, 2010). Le questionnaire sur les principaux obstacles à la participation au commerce mondial utilise un échantillon aléatoire stratifié pour interroger plus de 8 400 entreprises américaines. Les résultats sont pondérés en fonction de la part des entreprises dans la population totale et des taux de réponse des différentes catégories d'entreprises. Les entreprises qui comptent entre 0 et 499 employés aux États-Unis sont classées comme des PME tandis que celles qui en comptent 500 ou plus sont classées parmi les grandes entreprises. Les entreprises répondantes ont noté l'importance de 19 obstacles sur une échelle allant de 1 (peu important) à 5 (très important). Les figures D.1 et D.2 indiquent les réponses correspondant aux notes 4 et 5, reflétant ainsi la part des PME et des grandes entreprises qui considèrent les obstacles comme importants.⁸

Il est intéressant de noter que l'accès aux réseaux de distribution des pays étrangers est perçu comme l'obstacle le plus important par les PME du secteur manufacturier des États-Unis. À l'inverse, ce facteur est considéré comme un obstacle relativement mineur par les grandes entreprises. De même, les droits de douane élevés et les difficultés d'accès au financement et de traitement des paiements apparaissent comme des obstacles au commerce relativement plus importants pour les PME que pour les grandes entreprises.

Dans le secteur des services, les PME des États-Unis ont indiqué que la protection insuffisante de la propriété intellectuelle était le principal obstacle à l'exportation. Par exemple, les exportateurs de films et de programmes de télévision ont indiqué qu'il était souvent trop coûteux pour les PME productrices de chercher à obtenir réparation en cas d'atteinte à leurs droits de propriété intellectuelle (Independent Film & Television Alliance, 2010).

La figure D.3, tirée du Rapport de la Commission européenne intitulé *Small and Medium Sized Enterprises and the Transatlantic Trade and Investment Partnership*,

Figure D.1 : Principaux obstacles à la participation au commerce mondial des produits manufacturés, d'après une enquête auprès des entreprises des États-Unis



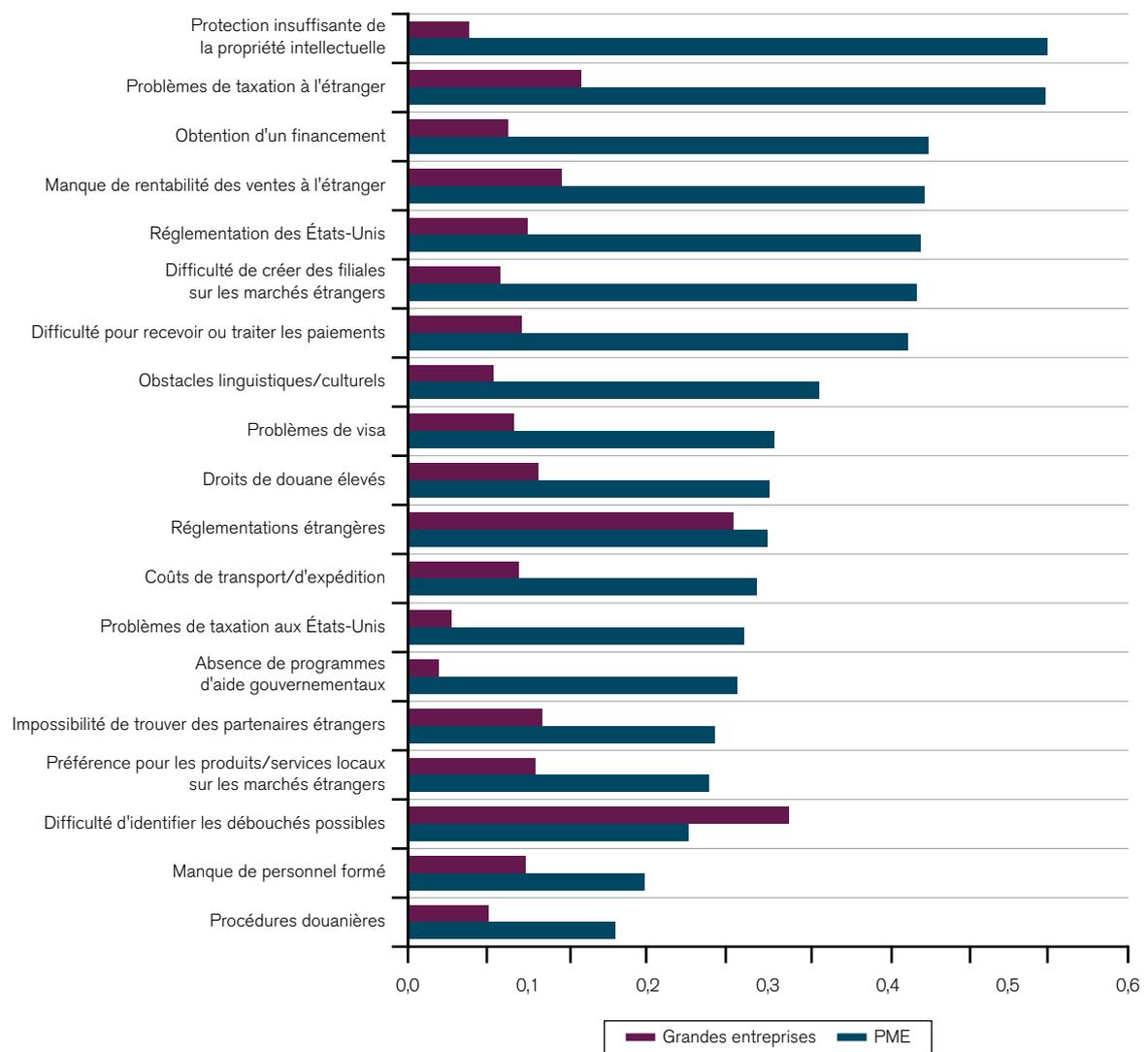
montre les principaux obstacles au commerce rencontrés par les entreprises de l'UE qui exportent vers les États-Unis (Commission européenne, 2014b). La figure présente les résultats d'une enquête en ligne effectuée auprès de 869 entreprises européennes, avec le soutien d'Enterprise Europe Network, entre juillet 2014 et janvier 2015.

Il a été demandé à ces entreprises d'indiquer si elles estimaient rencontrer des obstacles sur le marché américain et d'identifier la nature de ces obstacles à partir d'une liste type de mesures non tarifaires. Parmi les répondants figuraient des microentreprises (de 1 à 9 employés), des petites entreprises (de 10 à 50 employés), des moyennes entreprises (de

51 à 250 employés) et des grandes entreprises (plus de 250 employés). Cette enquête donne un aperçu général des problèmes les plus importants pour les PME, comme le respect des règlements et des normes, les procédures douanières et les restrictions visant le mouvement des personnes et les circuits de distribution. Elle indique aussi que bon nombre de ces problèmes représentent des obstacles plus importants pour les PME que pour les grandes entreprises, les petites entreprises devant supporter les coûts fixes de mise en conformité avec des recettes inférieures à celles des grandes entreprises.

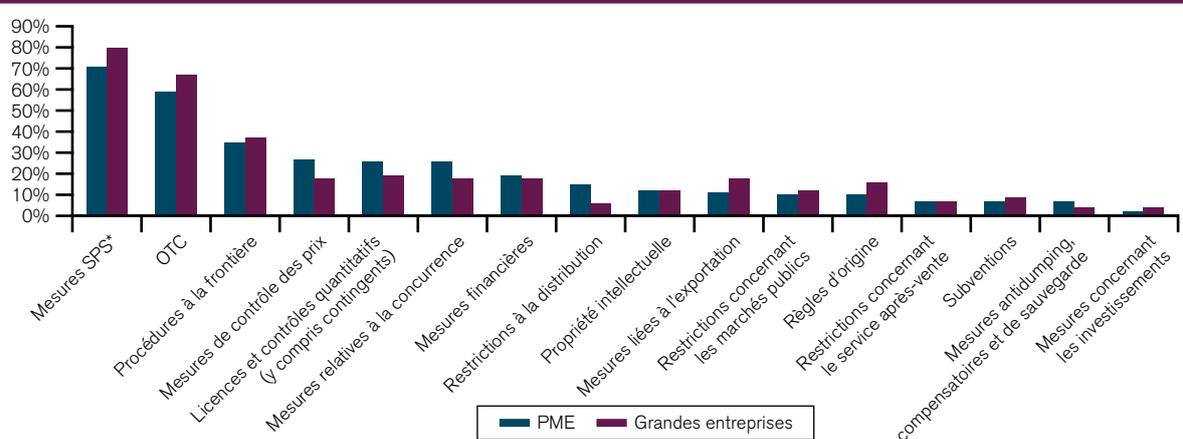
Les réglementations sanitaires et phytosanitaires (SPS) et les obstacles techniques au commerce (OTC)

Figure D.2 : Principaux obstacles à la participation au commerce mondial des services, d'après une enquête auprès des entreprises des États-Unis



Source: Commission du commerce international des États-Unis (2010).

Figure D.3 : Obstacles à l'accès aux marchés de marchandises des États-Unis signalés par les entreprises de l'UE, par taille d'entreprise



Note: *Seulement pour les exportateurs de produits alimentaires, boissons, aliments pour animaux et produits entrant en contact avec les aliments (par exemple emballages, ustensiles de cuisine).

Source: Calculs des auteurs, d'après la Commission européenne (2014b).

sont considérés comme les principaux obstacles au commerce pour toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Plus de 50% des entreprises ont indiqué que c'était le principal obstacle à l'accès aux marchés étrangers. Les procédures à la frontière viennent en deuxième position pour 30 à 40% des PME, suivies par les mesures de contrôle des prix, les licences, les contrôles quantitatifs et les mesures relatives à la concurrence, que 20 à 30% des PME perçoivent comme des obstacles importants à l'accès au marché des États-Unis. Ces mesures sont aussi des obstacles relativement plus importants pour les PME que pour les grandes entreprises. Il est intéressant de noter que les normes et les réglementations sont aussi citées par les PME des États-Unis comme d'importants obstacles à l'accès au marché de l'UE, d'après l'USITC (2014). Le rapport souligne que les différentes approches réglementaires, le manque de participation des entreprises des États-Unis à l'élaboration des normes de l'UE, les coûts de mise en conformité avec les normes et procédures, ainsi que la non-application du traitement national aux organismes de certification des États-Unis, sont tous des obstacles importants rencontrés par les PME des États-Unis.

En somme, d'après les données disponibles, le coût de l'accès aux réseaux de distribution étrangers, les coûts de transport, les droits de douane élevés, l'accès au financement et au financement du commerce, les procédures douanières et les réglementations étrangères concernant les marchandises et les services semblent être les principaux obstacles au commerce des PME. Les sous-sections suivantes examinent plus en détail les raisons pour lesquelles ces coûts sont particulièrement importants pour les PME et la manière dont le commerce électronique et la participation aux CVM peuvent les aider à faire face à certains de ces coûts.

2. Politique commerciale et PME

Cette sous-section examine les obstacles tarifaires et non tarifaires au commerce, leur ampleur et leurs effets sur la participation des PME au commerce des marchandises. Elle examine aussi les obstacles qui peuvent être particulièrement contraignants pour les PME opérant dans le secteur des services.

(a) Les obstacles tarifaires peuvent être plus importants pour les PME

Comme le montre la figure D.1, les droits de douane élevés sont considérés comme un obstacle plus important à l'exportation par les PME du secteur manufacturier que par les grandes entreprises manufacturières. Comment s'explique cette perception?

Cela peut s'expliquer par l'effet des droits de douane élevés sur la participation des PME au commerce. Des droits de douane élevés sur les marchés de destination font qu'il est plus difficile pour les entreprises de réaliser des bénéfices à l'exportation. Dans un tel environnement, ce sont les entreprises les plus productives qui exporteront, et non les petites entreprises moins productives. À mesure que les droits de douane baissent, les petites entreprises entrent progressivement sur le marché. En utilisant des données recueillies au niveau des entreprises en Irlande, Fitzgerald et Haller (2014) estiment que l'abaissement des droits de douane de 10% à zéro accroît de 11,5% à 14,2% la participation des entreprises de taille moyenne (ayant de 100 à 249 employés), mais ils ne constatent pas d'effet significatif sur les entreprises de plus petite taille.

Une deuxième explication est l'effet des droits de douane élevés sur le volume des exportations d'une entreprise. Il y a de plus en plus d'études théoriques qui montrent que l'impact de la politique commerciale dépend des caractéristiques de l'entreprise, comme la taille et la productivité.⁹ Les petites entreprises sont plus sensibles à la modification des droits de douane car elles produisent des biens dont la demande est plus sensible aux variations des prix ou parce que la recherche de nouveaux clients leur coûte moins cher qu'aux grandes entreprises (voir l'encadré D.1).

L'hétérogénéité des effets des droits de douane sur les entreprises de différentes tailles peut s'expliquer aussi par l'existence de droits non *ad valorem*. Les droits spécifiques (droits par unité) et les contingents tarifaires (par l'imposition d'un prix contingentaire) agissent comme des coûts du commerce additionnels, c'est-à-dire comme des coûts qui sont indépendants du prix unitaire du produit. Ces coûts ont systématiquement un effet différent sur les entreprises à bas prix et sur les entreprises à prix élevés. À l'évidence, ajouter un droit de 1 dollar sur un produit dont le prix est de 1 dollar est une mesure beaucoup plus restrictive qu'ajouter un droit de 1 dollar sur un produit dont le prix sur le marché est de 100 dollars. Si les entreprises à bas prix sont de petite taille, la prévalence de coûts du commerce additionnels peut aussi expliquer que les droits de douane élevés soient perçus par les petites entreprises comme des obstacles importants au commerce (Irrarrazabal *et al.*, 2015).¹⁰

Un troisième facteur expliquant pourquoi les petites entreprises considèrent que les droits de douane les affectent de manière disproportionnée pourrait être en fait qu'il existe un biais anti-PME dans les conditions d'accès aux marchés. En effet, les PME font face à des droits de douane plus élevés en moyenne que les grandes entreprises sur leurs marchés d'exportation et

Encadré D.1 : Réactions des entreprises à l'augmentation des droits de douane

Spearot (2013) explique les effets différenciés sur les entreprises d'une augmentation (réduction) des droits de douane par le fait que les entreprises font face à différentes élasticités de la demande. En particulier l'élasticité de la demande est plus grande pour les marchandises qui génèrent peu de recettes. Pour cette raison, l'effet négatif traditionnel de coûts du commerce plus élevés sur les flux commerciaux est amplifié pour les variétés générant de faibles recettes (entreprises dont la valeur des exportations est faible avant l'adoption de la nouvelle mesure restrictive).¹¹ L'inverse est vrai en cas de réductions des droits de douane. En fait, Spearot constate qu'après 1994, suite au Cycle d'Uruguay, pour la même réduction tarifaire, les importations de variétés générant de faibles recettes aux États-Unis ont augmenté beaucoup plus que les importations de variétés générant de fortes recettes. Dans certains cas, les importations de variétés générant de fortes recettes diminuent après la libéralisation.

Une autre étude (Arkolakis, 2011) explique l'effet différencié d'une augmentation des droits de douane sur les petites et sur les grandes entreprises par les différences dans les coûts de pénétration du marché. Moyennant des coûts plus élevés, les entreprises peuvent toucher un plus grand nombre de consommateurs dans un pays. Toutefois, le coût pour atteindre davantage de consommateurs augmente quand une entreprise a déjà un volume de ventes élevé. Il est donc de plus en plus difficile de toucher de plus en plus de consommateurs. Dans ce contexte, toutes les entreprises sont pénalisées par une augmentation des droits de douane, mais leurs réponses en matière d'offre varient en fonction du coût pour atteindre plus de consommateurs. Ces coûts additionnels sont élevés pour les grandes entreprises et faibles pour les petites. Les exportations des petites entreprises augmentent plus que celles des grandes entreprises suite à une libéralisation tarifaire car pour les petites entreprises, le coût pour atteindre davantage de consommateurs est moins élevé que pour les grandes. À l'inverse, les grandes entreprises sont moins réactives à une augmentation des droits de douane car pour chaque unité de réduction des exportations, elles économisent plus que les petites entreprises en termes de coûts pour toucher les consommateurs.

c'est pour cette raison qu'elles considèrent les droits de douane comme un obstacle important au commerce. L'économie politique fournit quelques éléments qui expliquent cette conséquence potentielle.

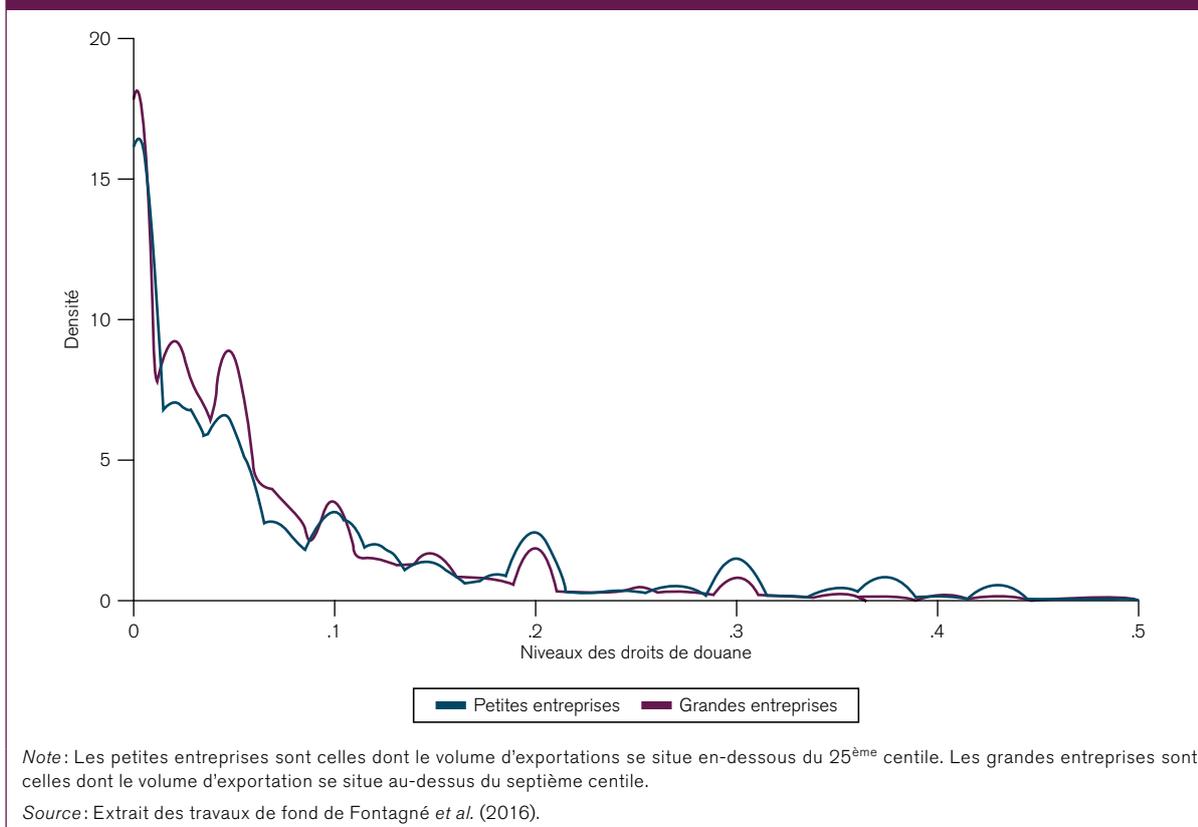
Dans un monde où les gouvernements qui négocient des accords sont influencés par de puissants groupes d'intérêts, les grandes entreprises sont mieux à même de faire du lobbying que les PME, car elles ont plus de ressources et plus de capacités pour cela. En outre, les secteurs qui comptent quelques grandes entreprises peuvent influencer plus efficacement sur les politiques commerciales que les secteurs où il y a beaucoup de petites entreprises. Par conséquent, le profil tarifaire sectoriel d'un pays dépend généralement de la taille des entreprises de ce secteur. Alors que dans un contexte unilatéral, des droits de douane seraient plus élevés dans les secteurs dominés par des grandes entreprises (Olson, 1965; Bombardini, 2008), quand les droits de douane sont fixés dans un environnement coopératif, les grandes entreprises exportatrices feront campagne pour la libéralisation des échanges et parviendront à faire baisser les droits (Plouffe, 2012).¹² Par conséquent, dans la mesure où les grandes entreprises sont présentes dans les mêmes secteurs, elles ont aussi des chances d'être soumises à des droits de douane plus bas.

Les données disponibles ne permettent pas d'évaluer de manière systématique les droits de douane appliqués aux entreprises sur leur marché de destination.

Idéalement, pour calculer le droit moyen appliqué aux petites entreprises, il faudrait savoir quels produits les petites entreprises exportent sur chaque marché et faire la moyenne des droits appliqués sur les différents marchés. Ce type de données n'est pas disponible pour tous les pays.

Pour donner une idée des droits auxquels les entreprises sont soumises sur leur marché d'exportation, la figure D.4 montre la distribution des droits que doivent acquitter les entreprises manufacturières françaises exportatrices. Il est intéressant de voir, dans la figure, que i) la majorité des petites et des grandes entreprises françaises qui exportent des produits manufacturés sont soumises à des droits inférieurs à 10 %, et ii) les petites entreprises sont plus concentrées dans les secteurs soumis à des droits relativement élevés (la ligne bleue se situe au-dessus de la ligne rouge dans la figure), alors que les grandes entreprises sont davantage présentes dans les secteurs soumis à des droits plus faibles. La différence entre les droits pour les petites entreprises et pour les grandes entreprises françaises n'est pas si importante et, comme cela est dit dans la section C, le lien de causalité peut être inversé, c'est-à-dire qu'en réalité, il se peut que les entreprises des secteurs soumis à des droits plus faibles connaissent une croissance plus rapide. Toutefois, ces constatations amènent à se demander s'il peut être important pour certains pays d'examiner si les droits appliqués aux entreprises sur le marché d'exportation constituent un obstacle particulièrement important pour les PME.

Figure D.4 : Distribution des entreprises françaises selon la taille et le niveau des droits de douane dans le pays d'exportation



On peut tenter de déterminer s'il existe un biais anti-PME dans les profils tarifaires pour un large échantillon de pays en utilisant les données sur les flux commerciaux au niveau des entreprises provenant de la base de données de l'OCDE sur le commerce en fonction des caractéristiques des entreprises (TEC). Il faut noter cependant que cette base de données donne des renseignements sur les flux commerciaux totaux selon la taille des entreprises (classées en 5 catégories : de 1 à 9 employés, de 10 à 49 employés, de 50 à 249 employés, 250 employés et plus, et nombre d'employés inconnu) et non par entreprise individuelle. En outre, les données sectorielles sont agrégées au niveau des positions à deux chiffres (CITI Rev. 4) et les flux commerciaux ne sont pas ventilés simultanément par secteur et par partenaire. Cela limite fortement la précision des estimations des droits de douane selon la taille des entreprises.

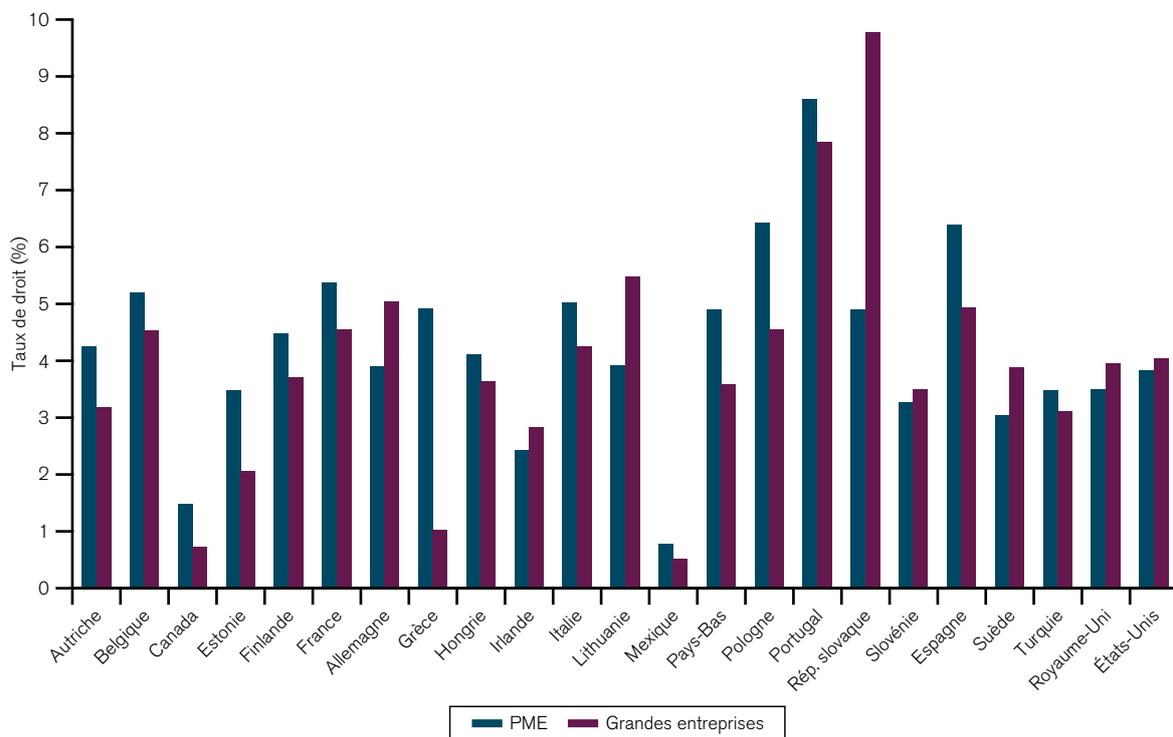
Nonobstant ces limitations, la figure D.5 indique le droit moyen pondéré effectivement appliqué aux PME sur leurs marchés d'exportation pour un sous-ensemble de pays de l'OCDE. Afin de calculer le droit moyen appliqué aux entreprises selon leur taille, les données sur les flux commerciaux au niveau des entreprises tirées de la base de données TEC ont été combinées

avec les données tarifaires du Système d'analyse et d'information commerciales (TRAINS) de la CNUCED. On utilise les données de 2011 parce qu'il y a plus de données disponibles pour cette année. La figure ne fait pas apparaître de tendance monotone claire entre la taille de l'entreprise et les droits de douane, mais dans 17 des 23 pays de l'échantillon, les grandes entreprises sont soumises à des droits moyens plus bas que celles d'au moins 1 des 3 autres catégories d'entreprises plus petites (micro, petites ou moyennes entreprises).

(b) Les mesures non tarifaires entravent le commerce de marchandises des PME

Les MNT sont considérées comme un obstacle important au commerce tant par les PME que par les grandes entreprises.¹³ Elles apparaissent comme l'obstacle le plus important pour les entreprises de l'UE qui veulent accéder au marché des États-Unis (figure D.3) et comme un obstacle majeur pour les entreprises des États-Unis (figure D.1). D'après une étude de l'ITC (ITC, 2015d), données par 11 500 exportateurs et importateurs de 23 pays en développement, les petites entreprises des pays en développement sont considérées comme celles qui sont le plus touchées par les MNT. Les prescriptions

Figure D.5 : Droit moyen appliqué selon la taille de l'entreprise (à l'exclusion du commerce intra-UE), 2011



Note: Pour calculer les moyennes pondérées en fonction des échanges selon la taille de l'entreprise, on additionne les droits sectoriels (par taille d'entreprise) pour l'ensemble des secteurs en utilisant comme facteur de pondération la distribution des exportations par taille d'entreprise entre les secteurs. Pour les pays de l'UE, les droits de douane sont ceux qui sont appliqués sur les marchés hors UE.

Source: Calculs des auteurs à partir des bases de données TEC et TRAINS.

relatives à la conformité et les prescriptions applicables avant l'expédition sur le marché d'exportation, ainsi que la faiblesse des procédures d'inspection et de certification dans le pays d'origine, semblent être les principaux obstacles. Dans le secteur agricole, les coûts de certification font partie des obstacles les plus difficiles à surmonter pour avancer dans les chaînes de valeur dans les pays en développement, en particulier pour les PME (tableau D.2). L'encadré D.2 donne quelques exemples, tirés de l'expérience du CBI en matière d'assistance technique, du type d'obstacles non tarifaires que rencontrent les PME.

Très peu d'études donnent une indication de la façon dont les MNT affectent les exportateurs de différentes tailles. Toutefois, l'impact des mesures SPS/OTC sur le commerce dépend vraisemblablement de la taille de l'exportateur. Les MNT sont souvent considérées comme ayant un élément de coût fixe important, ce qui les différencie nettement des droits de douane. Par exemple, une entreprise peut être obligée de consentir un investissement initial important pour se conformer à une norme étrangère, mais une fois la technologie acquise, elle n'aura probablement pas

à supporter des coûts variables additionnels.¹⁴ De même, une prescription en matière de qualification ou de certification pour le personnel qui fournit les services peut comporter un coût initial pour l'obtention des qualifications ou de la certification, mais il n'y a pas de coûts variables additionnels. Les coûts fixes, qui sont indépendants du volume ou de la valeur des échanges, sont relativement plus pesants pour les PME car ils représentent une part plus élevée de leur chiffre d'affaires.

Les données montrent que des mesures OTC/SPS plus rigoureuses sont particulièrement coûteuses pour les petites entreprises. Considérant le secteur électronique, Reyes (2011) examine la réponse des entreprises manufacturières des États-Unis à l'harmonisation des normes de produit de l'UE avec les normes internationales. Il constate que l'harmonisation facilite l'entrée des entreprises non exportatrices sur le marché européen et que cet effet est plus marqué pour les entreprises des États-Unis qui exportent déjà vers les pays en développement mais pas vers l'UE. Ces entreprises sont en moyenne plus petites que les entreprises qui exportent vers l'UE. Dans le cas du

Encadré D.2 : Les PME et les obstacles non tarifaires : importance de la transparence et de la prévisibilité

Chaque année, le CBI (Centre pour la promotion des importations provenant des pays en développement, qui fait partie de l'Agence de l'entreprise des Pays-Bas et qui relève du Ministère des affaires étrangères néerlandais) fournit un soutien technique lié au commerce à plus de 700 PME exportatrices des pays en développement. Un enseignement essentiel tiré des programmes du CBI concerne l'importance de la prévisibilité et de la transparence des normes et des règlements pour les PME.

Dans le secteur du thé au Kenya, par exemple, le CBI a soutenu la diversification des produits et des marchés vers la production à valeur ajoutée de thés parfumés mis en sachets. Comme l'indique l'expert du CBI, Phoebe Owuor: « Alors que les obstacles à l'accès aux marchés de l'UE sont souvent élevés et imposent des coûts de mise en conformité élevés aux PME exportatrices de thé, les exportations vers les marchés régionaux et émergents se sont avérées plus difficiles en raison du manque de renseignements sur les conditions effectives. »

L'expérience du CBI en matière d'assistance technique aux entreprises a montré que les PME exportatrices des pays en développement investissent de plus en plus dans les qualifications professionnelles et dans la connaissance des prescriptions relatives à l'accès aux marchés. Les PME exportatrices établissent aussi de plus en plus des procédures et des directives internes claires pour assurer le respect des réglementations nationales et des réglementations convenues au niveau international.

Les PME désireuses de cibler de nouveaux marchés doivent réaliser des études de marché en examinant la demande mondiale et locale, les concurrents et les conditions d'accès aux marchés (obstacles tarifaires et non tarifaires). Parmi les outils utiles figurent des services payants (souvent avec une orientation sectorielle), ainsi que des « biens publics mondiaux » tels que les outils d'accès aux marchés de l'ITC (comme Trademap, Macmap et Standardsmap), ainsi que la plate-forme d'information sur les marchés européens du CBI, qui s'appuie sur une combinaison de recherches quantitatives et qualitatives, y compris des contributions de 24 comités sectoriels composés d'experts et d'entrepreneurs des industries importatrices européennes (<http://www.cbi.eu/market-information>). Toutefois, les exportations des PME continuent d'être entravées par la modification des réglementations, le manque de clarté et l'imprévisibilité.

Source: Schaap et Hekking (2016).

Sénégal, Maertens et Swinnen (2009) montrent que les exportations de légumes vers l'UE ont fortement augmenté entre 1991 et 2005 malgré la multiplication des prescriptions SPS, ce qui a entraîné une hausse importante des revenus et une forte réduction de la pauvreté. Mais le durcissement de la réglementation concernant les produits alimentaires a aussi entraîné le remplacement des petits agriculteurs par de grandes exploitations intégrées.

Lorsqu'une nouvelle mesure SPS restrictive est introduite sur un marché étranger, ce sont les petites entreprises exportatrices qui sortent de ce marché et qui perdent le plus en termes de volume d'échanges. L'étude de Fontagné *et al.* (2016) est la seule qui donne des indications sur la façon dont les marchés s'adaptent après l'introduction d'une mesure SPS plus restrictive. Utilisant des données individuelles sur les exportations des entreprises françaises communiquées par les douanes françaises, les auteurs constatent que les mesures SPS restrictives (mesurées par rapport aux problèmes commerciaux spécifiques soulevés) nuisent à la fois à la *participation* des petites

entreprises au commerce et au *volume* de leurs échanges. En particulier, ils estiment que les mesures SPS restrictives qui ont amené le pays exportateur à soulever un problème auprès du Comité SPS de l'OMC réduisent de 4% en moyenne la probabilité d'exporter d'une entreprise. L'effet moyen d'une mesure SPS restrictive sur la valeur des exportations (la marge intensive) est d'environ 18%. Mais cet effet négatif est plus faible dans le cas des grandes entreprises.

Comme le montrent Fontagné *et al.* (2016), l'introduction d'une mesure SPS restrictive sur le marché d'exportation est moins dommageable pour les grandes entreprises que pour les petites car les premières peuvent absorber une partie des coûts plus élevés.¹⁵ Les prix augmentent à la suite de l'introduction d'une mesure restrictive sur le marché d'exportation, mais moins pour les grandes entreprises. Cela tient à ce que les grandes entreprises, potentiellement plus efficaces, peuvent se conformer plus facilement et à un moindre coût à des prescriptions plus strictes. En outre, les grandes entreprises exportatrices, qui ont des parts de marché plus importantes et une plus faible élasticité de la

demande, répercutent moins l'augmentation des coûts sur les consommateurs.

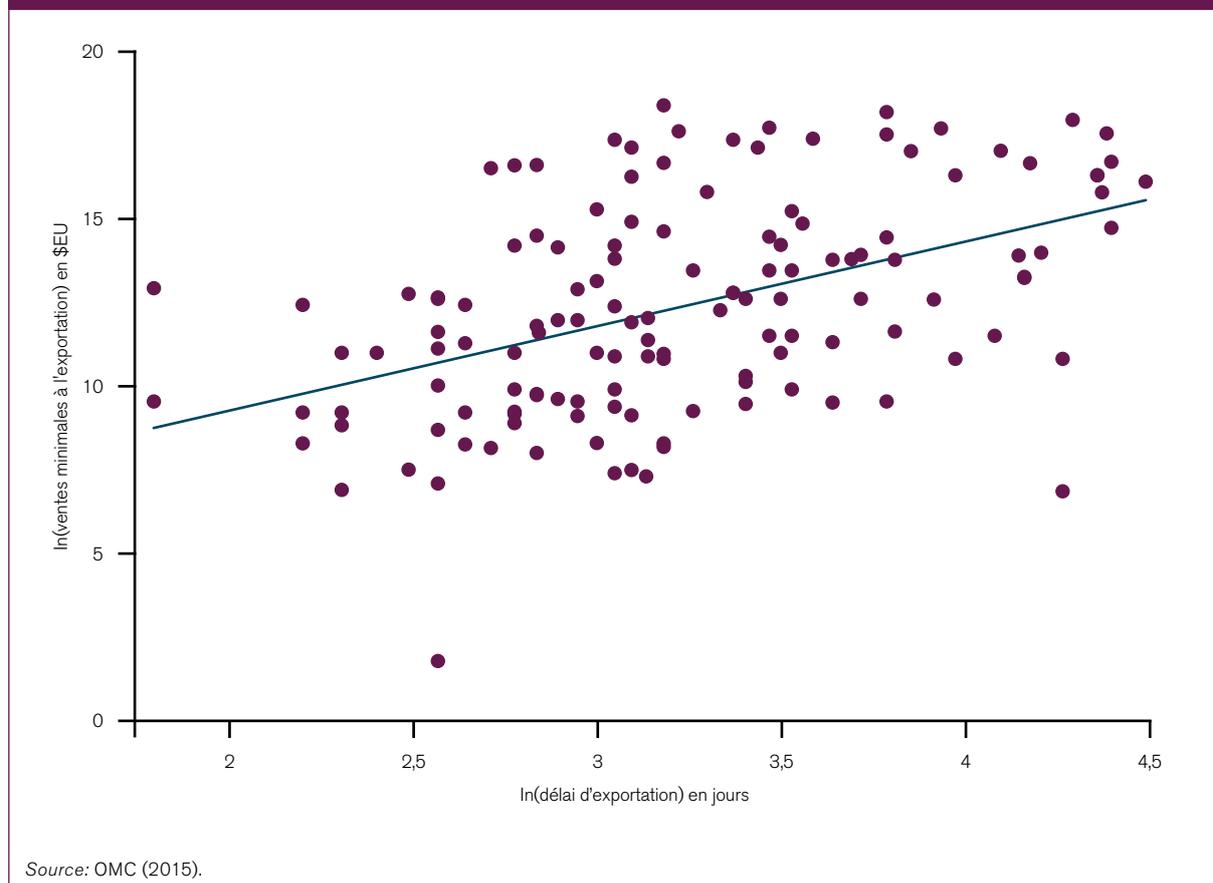
Il existe aussi des éléments spécifiques montrant que l'incidence des MNT sur le commerce dépend de la taille des exportateurs. Par exemple, l'impact de la certification sur la stratégie d'approvisionnement des entreprises exportatrices d'asperges au Pérou illustre l'effet négatif que les MNT peuvent avoir sur les petites entreprises. Le Pérou est le premier exportateur mondial d'asperges fraîches et le secteur a connu une forte croissance au cours de la dernière décennie, à la fois du point de vue du volume des exportations et du nombre d'exportateurs. Or, dans le même temps, le nombre de normes privées dans le secteur a considérablement augmenté. Cet exemple de réussite va cependant de pair avec le constat que la multiplication des normes privées influe sur la stratégie d'approvisionnement des entreprises, au détriment des petits producteurs. Actuellement, les entreprises exportatrices certifiées s'approvisionnent moins auprès des petits producteurs (1,5%) que les entreprises non certifiées (25%), alors qu'avant d'être certifiées (en 2001), elles s'approvisionnaient davantage auprès des petits producteurs (20%) (Maertens et Swinnen, 2015).

(c) Procédures douanières

Les gains résultant de la facilitation des échanges seront sans doute plus importants pour les PME. Avec la baisse des coûts du commerce, les entreprises seront de plus en plus nombreuses à exporter, et de moins en moins productives. La facilitation des échanges peut donc promouvoir l'entrée des PME sur les marchés d'exportation. La corrélation simple entre la taille minimale des entreprises exportatrices par pays et le délai d'exportation le confirme. Comme le montre la figure D.6, plus le délai d'exportation est court, plus les entreprises exportatrices sont de petite taille. Toutefois, on a peu de données empiriques sur l'effet hétérogène de la facilitation des échanges sur le commerce selon la taille des entreprises.

Les données économétriques existantes sur l'impact de la facilitation des échanges sur les exportations au niveau des entreprises corroborent l'idée que les grandes entreprises et les petites entreprises profitent toutes deux de la facilitation des échanges et que, en particulier, les petites entreprises en profitent le plus en termes d'exportations si l'on tient compte aussi de l'effet bénéfique de la facilitation des échanges sur l'entrée de nouvelles entreprises sur le marché

Figure D.6 : Relation entre les ventes minimales à l'exportation (par pays) et le délai d'exportation



d'exportation. Utilisant la base de données des enquêtes de la Banque mondiale auprès des entreprises, Han et Piermartini (2016) montrent que l'effet de la facilitation des échanges sur le commerce dépend de la taille de l'entreprise. Lorsque les entreprises exportatrices et non exportatrices sont toutes deux incluses dans l'échantillon d'analyse, les microentreprises et les PME profitent plus que les grandes entreprises d'une réduction du délai d'exportation. Han et Piermartini estiment que les mesures de facilitation des échanges qui réduisent le délai d'exportation pour toutes les entreprises au niveau régional médian peuvent augmenter la part des exportations des PME de près de 20 % et celle des grandes entreprises de 15 %. Cela tient à ce que les petites entreprises ont plus de chances de commencer à exporter. Toutefois, en ne prenant en compte que les entreprises exportatrices, Hoekman et Shepherd (2015) constatent qu'une réduction du délai d'exportation augmente la part des exportations des entreprises, mais cette augmentation est la même pour les petites et pour les grandes entreprises.

Il est établi aussi que les différentes dispositions de l'Accord sur la facilitation des échanges affectent différemment les petites et les grandes entreprises. Utilisant les données douanières au niveau des entreprises pour les exportations françaises, Fontagné *et al.* (2016) examinent les effets sur les exportations d'une entreprise de la facilitation des échanges dans le pays importateur plutôt que dans le pays exportateur lui-même. Ils montrent que, si, en général, toutes les entreprises exportatrices profitent de l'amélioration de la facilitation des échanges dans le pays importateur, l'effet relatif sur les petites et les grandes entreprises varie selon le type de mesure.

L'étude constate que les petites entreprises exportatrices profitent relativement plus des mesures de facilitation des échanges quand celles-ci concernent la disponibilité de l'information, les décisions anticipées et les procédures d'appel. Par exemple, si tous les pays d'Asie de l'Est et du Pacifique adoptaient les meilleures pratiques de la région pour améliorer la disponibilité de l'information, les petites entreprises exportatrices augmenteraient leurs exportations de 48 % et les moyennes entreprises de 25 % (il n'y aurait pas d'effet significatif pour les grandes entreprises). Les grandes entreprises exportatrices en profitent relativement plus lorsque les mesures de facilitation du pays importateur concernent la simplification des formalités. Une explication possible, avancée par les auteurs, est que la simplification des formalités réduit la corruption à la frontière et que cela a aussi un effet positif sur la propension des grandes entreprises à exporter. Les données empiriques montrent en fait que les grandes entreprises sont plus sensibles à la corruption que les petites.

(d) La politique commerciale et les PME de services

L'évaluation des obstacles au commerce qui entravent plus particulièrement les exportations de services des PME soulève un certain nombre de difficultés. Premièrement, le commerce des services, tel qu'il est défini dans l'AGCS, est multimodal: il englobe non seulement les transactions transfrontières (mode 1) mais aussi la consommation d'un service à l'étranger (mode 2) et le mouvement des fournisseurs à l'étranger soit pour établir une présence commerciale (mode 3) soit pour fournir le service en personne (mode 4).¹⁶ La plupart des services peuvent être échangés par le biais de plus d'un mode de fourniture. Ainsi, l'impact des obstacles au commerce pour un mode particulier dépend probablement de la question de savoir si le mode en question est le mode d'exportation préféré d'un fournisseur de services. Deuxièmement, il n'existe pas d'analyses théoriques et peu d'études empiriques qui traitent directement de cette question. Troisièmement, on sait peu de choses des caractéristiques des PME exportatrices de services, et les renseignements disponibles sont en grande partie basés sur l'expérience des pays développés.

Toutefois, la littérature empirique disponible sur le comportement à l'exportation des PME du secteur des services (Lejárraga et Oberhofer, 2013) fournit un cadre de référence utile pour analyser cette question. Les PME exportatrices de services emploient des travailleurs relativement plus qualifiés, paient des salaires plus élevés et sont plus innovantes, mais elles ne sont pas forcément plus grandes. La relation positive entre la taille de l'entreprise et la probabilité d'exporter est en fait peu concluante dans le cas des services, alors qu'elle est bien établie dans le cas du secteur manufacturier.

Utilisant des données au niveau des entreprises pour la France, Lejárraga et Oberhofer (2013) constatent que la taille de l'entreprise a un effet positif sur la probabilité d'exporter pour les fournisseurs de services financiers, de services de TIC et de services professionnels, mais aucun impact pour les fournisseurs de services de voyages, par exemple. Il est important de noter que, comme cela a déjà été indiqué dans la section B.1 et prouvé par les résultats d'enquêtes présentés dans la section D.1, l'élément qui ressort clairement des recherches disponibles est la forte hétérogénéité des caractéristiques des opérateurs commerciaux dans les différents secteurs de services (Lejárraga *et al.*, 2014). Il est donc assez difficile de tirer des conclusions fermes au sujet des «PME exportatrices de services» en tant que catégorie monolithique.

S'agissant de la façon d'exporter, le mode de fourniture choisi par les PME de services dépend du coût

comparatif et des revenus escomptés. Elles peuvent choisir un seul mode, ou elles peuvent vouloir, ou devoir, combiner plusieurs modes pour fournir des services sur les marchés étrangers. Les échanges de services de TIC selon le mode 1, par exemple, seront facilités par les mouvements du mode 4 qui permettent au fournisseur d'être physiquement proche de ses clients. En outre, tous les modes ne peuvent pas être utilisés de la même façon pour exporter des services : par exemple les services d'hôtellerie ne peuvent être fournis, pour l'essentiel, que selon le mode 2 et les services de construction sont difficiles à exporter.

Persin (2011) avance, qu'en raison de leur taille, les PME de services ont tendance à opter pour des formes d'internationalisation indirectes, et à exporter principalement par la fourniture transfrontières (mode 1) et le mouvement des fournisseurs de services contractuels sans lien avec une présence commerciale (mode 4). Kelle *et al.* (2013) analysent le choix des entreprises d'exporter par le commerce transfrontières ou par l'établissement d'une présence commerciale. S'appuyant sur des données au niveau des entreprises concernant l'Allemagne, ils confirment empiriquement la préférence des PME pour le mode 1. Dans leur étude, Henten et Vad (2001) constatent aussi que les PME danoises exportent des services en recourant au commerce transfrontières plutôt qu'à l'établissement d'une présence commerciale, sauf dans le cas des services financiers.

Outre les exportations directes, les PME ont aussi recours à des formes d'internationalisation indirectes, comme l'exportation indirecte par le biais d'intermédiaires, dont il a été question dans l'analyse des CVM dans la section B.2, la coopération technique avec des entreprises étrangères ou les relations contractuelles sans participation au capital, notamment le franchisage et l'octroi de licences. Nordås (2015) fait observer que les fabricants ont souvent recours au franchisage avec des PME de services, comme des concessionnaires automobiles, des stations-service, des pubs ou des coiffeurs, pour distribuer leurs produits.

Les obstacles au commerce des services sont presque tous de nature réglementaire, mais certains peuvent affecter les PME plus que les grandes entreprises. Une distinction utile à cet égard peut être faite entre les mesures qui affectent la capacité des entreprises d'entrer ou de s'établir sur un marché étranger («mesures concernant l'établissement») et celles qui ont une incidence sur leurs opérations une fois qu'elles sont présentes sur ce marché («mesures concernant les opérations») (pour une analyse plus complète, voir OMC, 2012). Étant donné que les premières impliquent des coûts fixes, tandis que les secondes impliquent plus souvent des coûts variables, on peut supposer que les mesures concernant l'établissement sont relativement

plus contraignantes pour les PME (Deardorff et Stern, 2008).

Compte tenu de l'hétérogénéité des négociants dans les secteurs de services, il faut tenir compte des différences d'ouverture des régimes dans les différents secteurs. La figure D.7, qui s'appuie sur l'indice de restriction des échanges de services de la Banque mondiale (IRES de la Banque mondiale), donnent des renseignements sur le caractère restrictif des politiques concernant les services dans cinq secteurs. Elle montre que les obstacles les plus importants concernent les services professionnels et les services de transport et, dans une mesure légèrement moindre, les services de télécommunication.

À la lumière de ce qui a été dit plus haut, il est utile de faire une distinction supplémentaire, dans les différents secteurs, entre les mesures qui restreignent la capacité des entreprises à s'établir sur un marché étranger et celles qui affectent leurs opérations une fois à l'étranger. Utilisant les données qui sous-tendent l'Indice de restrictivité des échanges de services de l'OCDE (IRES de l'OCDE), la figure D.8 montre l'importance relative de ces mesures pour les secteurs et les économies couverts par l'index, pour 2015. Il convient de noter que, bien que les indices de la Banque mondiale et de l'OCDE soient tous deux appelés «IRES», ils diffèrent par leur portée, leur méthodologie et leur couverture par pays. L'IRES de l'OCDE est plus récent et englobe un plus grand nombre de secteurs, tandis que l'IRES de la Banque mondiale couvre davantage de pays mais ne fait pas de distinction entre les mesures concernant les opérations et les mesures concernant l'établissement.¹⁷

Comme le montre la figure D.8, les obstacles à l'établissement sont les plus importants pour les services professionnels, suivis par les services audiovisuels, les services de transport et les services financiers. Cela donne à penser que, dans ces secteurs, les PME rencontrent relativement plus de difficultés pour exporter.

Les obstacles au commerce ont une incidence sur le(s) mode(s) de fourniture que les entreprises utilisent pour desservir les marchés étrangers. Comme on l'a vu, les PME recourent plus à certains modes qu'à d'autres. Même s'il n'existe pas d'analyse empirique qui permettrait de dissocier l'impact spécifique des politiques commerciales sur le choix du mode d'exportation des PME, les obstacles rencontrés dans ces modes nuisent manifestement plus à la participation des PME au commerce des services qu'à celle des grandes entreprises dans la même situation.

On peut cependant supposer que, du moins pour les micro et les petites entreprises, le mode 3 ne serait pas

Figure D.7 : Caractère restrictif de la politique relative au commerce des services par secteur, 2009

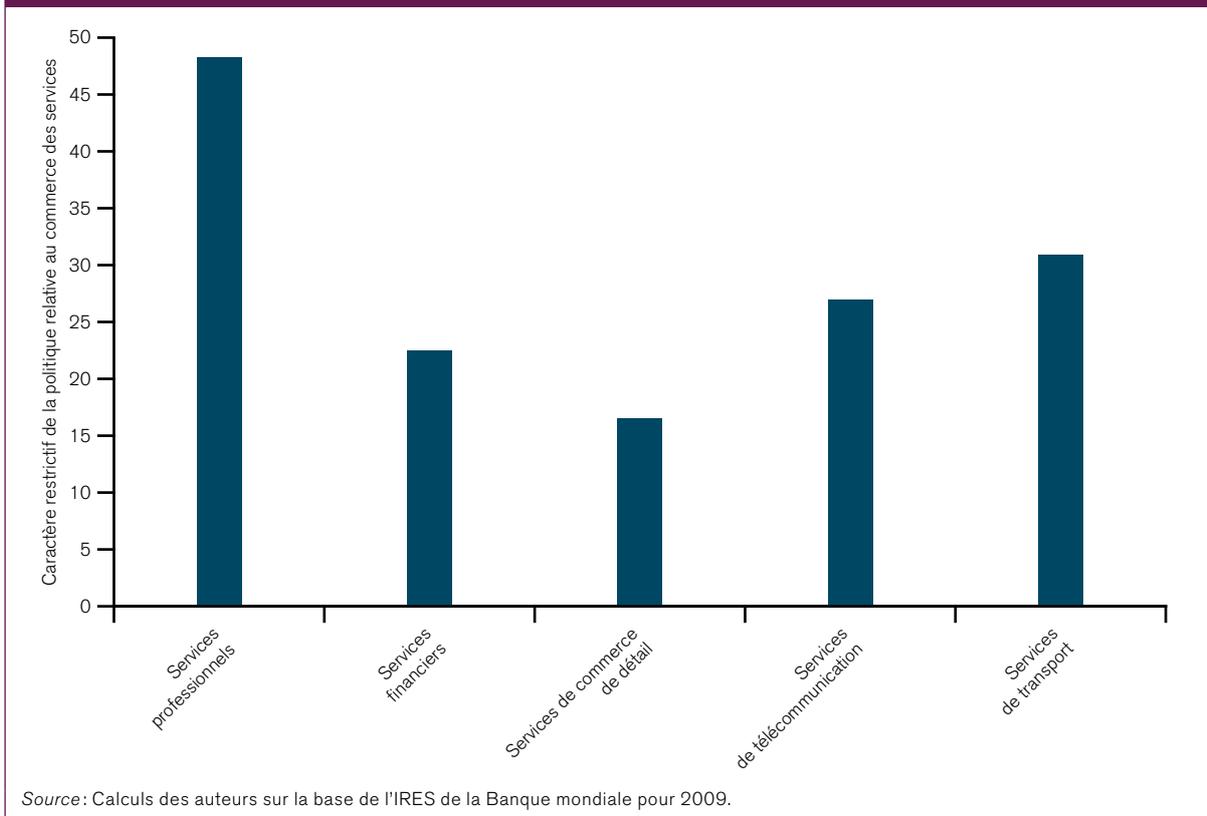
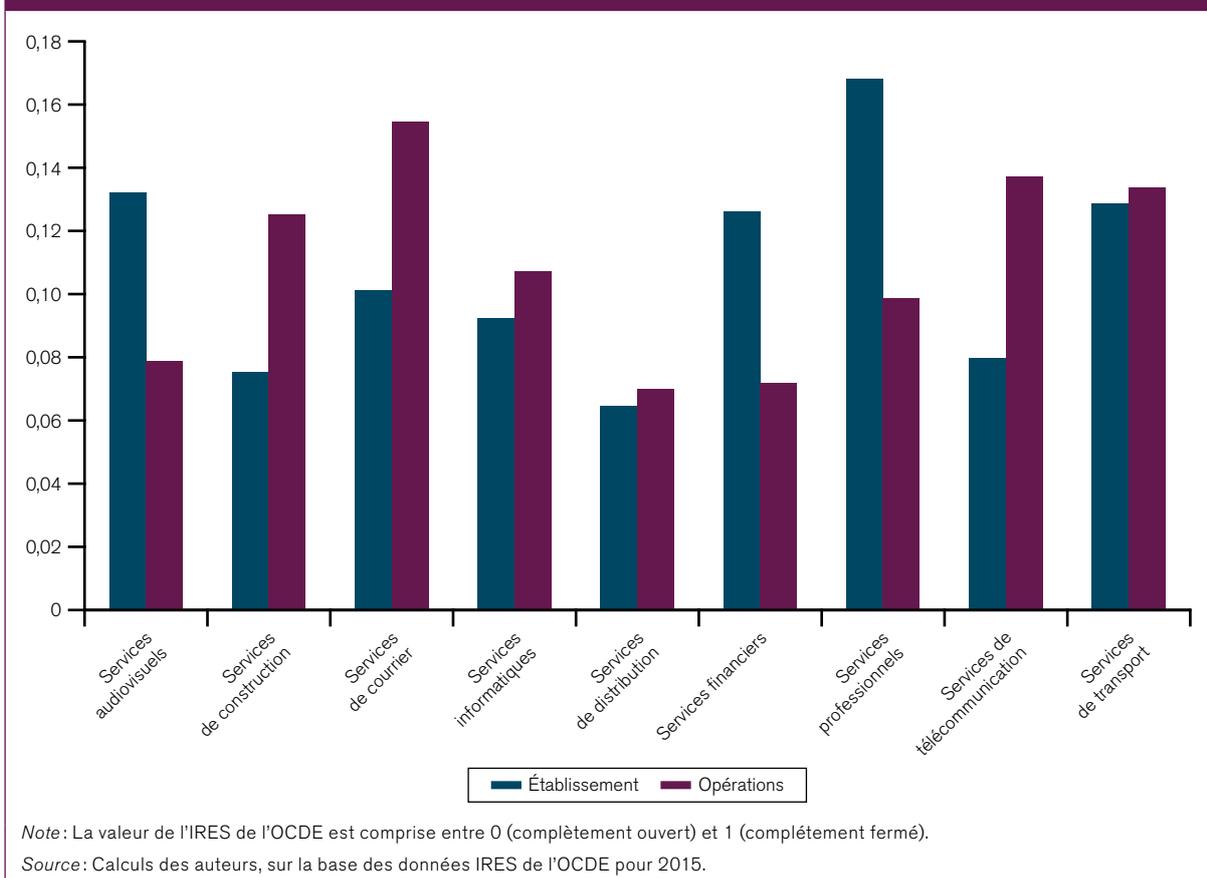


Figure D.8 : IRES moyen de l'OCDE par type de mesure, par secteur, 2015



viable même en l'absence de restrictions significatives, en raison des coûts importants qu'implique l'établissement d'une présence commerciale à l'étranger. Les obstacles au mode 3 peuvent donc avoir une incidence relativement moindre sur les toutes petites entreprises que les obstacles aux autres modes de fourniture. D'ailleurs, l'analyse des mesures qui affectent la capacité d'exportation des PME de services met essentiellement l'accent sur le commerce selon les modes 1 et 4 et, dans une mesure nettement moindre, selon le mode 3 (voir, par exemple Adlung, et Soprana, 2013 ; Nordås, 2015).¹⁸

S'agissant du mode 3, les PME sont affectées en particulier par les mesures qui exigent que la présence commerciale prenne la forme d'une filiale. Comme il est moins coûteux et moins contraignant sur le plan administratif d'établir un bureau de représentation ou une succursale, les PME risquent d'être beaucoup plus affectées par une prescription exigeant qu'elles soient constituées en société dans le pays. Parmi les autres mesures qui peuvent avoir un effet identique figurent les exigences minimales de fonds propres, les obligations en matière de formation, les obligations de résidence et l'octroi de subventions uniquement aux PME locales.

Les obstacles les plus importants en ce qui concerne le mode 1 sont les mesures obligeant les entreprises à établir une présence commerciale sur le marché de destination pour fournir des services transfrontières. De même, les mesures exigeant la localisation des données sur les marchés étrangers sont forcément plus contraignantes pour les PME.

Enfin, les obstacles au commerce selon le mode 4 semblent particulièrement importants pour les PME. Tout d'abord, la catégorie « professionnels indépendants » du mode 4 (personnes travaillant pour leur compte qui fournissent un service à l'étranger) concerne par définition les PME. Ainsi, tous les obstacles au mouvement des professionnels indépendants pèsent entièrement et uniquement sur les PME. Cela est crucial quand on considère l'importance que le mode 4 peut avoir pour les exportations de ces « ultra-micro » entreprises, et la plus forte probabilité que, compte tenu de leur main-d'œuvre relativement plus qualifiée, les petites entreprises de services obtiennent des contrats pour fournir des services à l'international.

Les obstacles concernant la catégorie des « fournisseurs de services contractuels » du mode 4 peuvent aussi être particulièrement contraignants pour les PME. Les fournisseurs de services contractuels sont des employés d'une entreprise de services qui entrent sur le marché d'exportation aux termes d'un contrat conclu par leur employeur avec un consommateur local. Comme pour les professionnels indépendants, les services exportés par

des fournisseurs de services contractuels ne nécessitent pas l'établissement d'une présence commerciale et sont par conséquent moins coûteux à fournir. Les PME sont donc affectées de manière disproportionnée par les limitations de l'accès aux marchés, comme les contingents ou l'examen des besoins économiques, et par les mesures discriminatoires comme les obligations de résidence, la non-admissibilité au bénéfice des programmes de subventions, un traitement fiscal discriminatoire ou l'obligation de former des travailleurs locaux, qui s'appliquent à ces deux catégories de fournisseurs du mode 4.

Il existe plusieurs autres mesures concernant les services qui, sans constituer en soi des obstacles au commerce (c'est-à-dire qu'elles ne font pas partie des six mesures définies comme des limitations concernant l'accès aux marchés dans l'AGCS et qu'elles ne violent pas les disciplines de l'AGCS relatives au traitement national), peuvent néanmoins restreindre les possibilités commerciales des PME en particulier. Parmi ces mesures figurent les prescriptions et procédures en matière de licences et de qualifications et les normes techniques, dans la mesure où le respect de ces mesures est particulièrement coûteux ou complexe sur le plan administratif et que, de ce fait, elles augmentent considérablement le coût fixe de l'entrée sur un marché étranger. Il convient cependant de noter que, comme ces mesures sont non discriminatoires, leur effet est ressenti non seulement par les PME étrangères mais aussi par les PME nationales. En augmentant le coût de la fourniture de services sur le marché intérieur, ces mesures affectent d'une manière disproportionnée les petites entreprises de toute origine.

Il est vrai néanmoins que, pour les entreprises exportatrices, les mesures réglementaires intérieures représentent un coût qui doit être supporté sur chaque marché étranger. Il est donc probable que les PME exporteront moins que les grandes entreprises vers des marchés multiples, ce qui peut réduire la marge extensive du commerce. Cette observation semble être corroborée par des recherches empiriques. Lejárraga et Oberhofer (2013) et Lejárraga *et al.* (2014) constatent que les décisions d'exportation des PME sont très persistantes, c'est-à-dire que les entreprises qui entrent sur un marché étranger vont probablement continuer à exporter des services vers ce marché pendant des années. Leurs travaux montrent aussi que, une fois qu'elles vendent à l'étranger, les PME de services ont tendance à exporter une plus grande partie de leur production totale que les grandes entreprises. Elles sont donc affectées de manière disproportionnée par les mesures qui restreignent les échanges.

L'absence de reconnaissance de l'expérience professionnelle, de l'éducation ou des qualifications

acquises à l'étranger constitue aussi généralement un obstacle plus important pour les PME qui souhaitent exporter des services réglementés. En l'absence d'accords de reconnaissance qui accélèrent l'obtention d'une autorisation de fournir un service sur un marché étranger, les fournisseurs de services réglementés doivent suivre un processus long et coûteux pour démontrer qu'ils sont qualifiés pour fournir le service en question. Et là encore, ils doivent le faire pour chaque marché sur lequel ils souhaitent entrer. Dans la mesure où les entreprises disposent des ressources nécessaires pour établir une présence commerciale à l'étranger, elles peuvent contourner cet obstacle en embauchant des professionnels ayant obtenu leurs qualifications dans le pays, mais cela risque d'avoir un coût prohibitif pour les PME.

On peut aussi supposer que les prescriptions et procédures en matière de visas et de permis de travail sont plus contraignantes pour les PME, vu qu'elles recourent davantage au mode 4 pour exporter. Cela peut être particulièrement vrai pour les PME des pays en développement car leurs employés (qui sont habituellement des nationaux) sont généralement soumis à des prescriptions plus strictes en matière de visas, en particulier lorsqu'ils cherchent à accéder au marché d'autres pays en développement.¹⁹ La mise en place de programmes visant à simplifier les formalités d'entrée pour les entreprises pouvant bénéficier de services de visas « premium », qui sont habituellement des grands groupes, risque aussi de désavantager encore plus les PME par rapport aux grandes entreprises.

3. Autres coûts importants liés au commerce

Cette section examine les obstacles au commerce identifiés dans la section D.1, tels que les perçoivent les entreprises, et qui vont au-delà de la stricte définition des politiques commerciales (obstacles tarifaires, non tarifaires et réglementaires décrits dans la section D.2). Bon nombre des coûts du commerce examinés dans cette section sont liés aux services nécessaires pour faire du commerce, comme les coûts de distribution et de transport et le coût du financement de l'activité commerciale. À cet égard, l'analyse faite ici diffère de celle de la section D.2d), qui portait sur les obstacles au commerce des services et non sur les coûts liés à l'utilisation des services nécessaires à l'activité commerciale.

(a) Circuits d'information et de distribution

Au-delà des obstacles à l'accès aux marchés et des obstacles réglementaires pour les marchandises et

les services, il y a des coûts du commerce qui sont plus élevés pour les PME et qui sont liés aux circuits d'information et de distribution. Outre les producteurs et les consommateurs de marchandises et de services, il y a des entreprises intermédiaires qui participent à la création de la structure d'un réseau de distribution, avec une fonction spécifique à remplir. Les circuits de distribution peuvent donc prendre diverses formes: i) vente directe des producteurs aux clients; ii) vente par l'intermédiaire de détaillants; iii) vente par l'intermédiaire de grossistes et de détaillants; ou iv) vente par l'intermédiaire d'un agent travaillant à la commission (qui peut éventuellement combler les manques entre les producteurs et les grossistes/les détaillants ou les clients). Ces intermédiaires peuvent aussi remplir ou non certaines fonctions importantes qui contribuent à l'efficacité des réseaux de distribution, par exemple les études de marché, la publicité, le transport/la logistique ou le service après-vente.

Pour les PME, l'accès aux réseaux de distribution peut être crucial pour développer leur activité, en particulier pour diversifier leur clientèle dans une région ou dans le monde. Comme on l'a vu dans la section D.1, sans un accès aux réseaux de distribution et aux fonctions connexes, les PME peuvent avoir du mal à trouver des clients dans d'autres pays. Cela est indiqué dans la figure D.1, par la forte proportion de réponses citant les principaux obstacles au commerce pour les PME (« Incapacité de trouver des partenaires étrangers » et « Coûts de transport/d'expédition ») dans le cas du commerce des marchandises. Dans le cas des services, cela peut être illustré, dans une certaine mesure, par le nombre de réponses citant les « difficultés de créer des filiales sur les marchés étrangers » dans la figure D.2, qui montre la nécessité d'une proximité avec le client en raison du caractère intangible des produits échangés et, dans certains cas, la nécessité de s'adapter à la langue et à la culture du marché de destination. Pour les PME désireuses d'exporter, l'accès à l'information sur les réseaux de distribution et les marchés de destination peut donc aussi être lié à tout ce qui est décrit plus haut.

Les éléments du circuit de distribution qui peuvent être identifiés comme des obstacles pour les PME exportatrices sont les suivants: avoir et choisir des produits ou des services adaptés au marché d'exportation, que ce soit dans un pays ou une région spécifique ou mondial; faire connaître les produits aux clients potentiels; livrer les produits et faire face aux risques connexes (par exemple transport et livraison physique des produits et des services; fourniture en ligne des produits en veillant à ce que les droits de propriété éventuels soient respectés). Dans ce contexte, il est important de noter que certains intermédiaires, comme ceux qui font du commerce

électronique, peuvent eux-mêmes être des PME. En outre, les PME exportatrices doivent aussi supporter le coût de la collecte de renseignements sur les marchés et de l'accès aux renseignements sur la réglementation dans les pays de destination des exportations.

Une entreprise qui veut exporter des produits ou des services doit connaître la réglementation du pays où elle envisage d'exporter (par exemple les règlements techniques relatifs aux caractéristiques que doit avoir un produit, les règlements relatifs au commerce). Elle doit aussi être informée des possibilités d'exportation sur le marché de destination. Si la réglementation n'est pas connue, le produit risque de ne pas être conforme au règlement du pays importateur, et d'être rejeté à la frontière, ce qui aurait un coût pour l'entreprise. Le manque de connaissances sur la demande sur le marché d'exportation peut aussi entraîner un manque à gagner. La collecte de renseignements est coûteuse. Anderson et van Wincoop (2004) estiment qu'environ 6% de l'ensemble des obstacles au commerce consistent en coûts d'information. Selon une définition large, ces coûts comprennent les flux d'information générés par les réseaux de migration (Rauch et Trindade, 2002), le volume du trafic téléphonique et le nombre de succursales des banques du pays importateur situées dans le pays exportateur.

La collecte de renseignements est un facteur déterminant dans la décision d'exporter. Elle a un coût, qui est largement indépendant des quantités qui seront exportées. Ce coût affecte donc, surtout les petites entreprises qui sont moins capables que les grandes de répartir les coûts d'information sur l'ensemble de la production. D'après une enquête récente de la Conférence permanente des chambres consulaires africaines et francophones (CPCCAF), qui demandait: «Quels sont les principaux types de renseignements dont vous avez besoin pour exporter?», les renseignements sur les contacts commerciaux et les possibilités commerciales constituent le principal obstacle en matière d'information pour les petites entreprises africaines, suivis par les renseignements sur la réglementation applicable et sur les mesures d'aide à l'exportation (voir le tableau D.3).

La livraison et la logistique posent aussi des problèmes dans le commerce, notamment pour les PME, qu'il s'agisse de producteurs ou d'intermédiaires. Les PME doivent souvent compter sur les solutions existantes pour livrer leurs produits à leurs clients. Ces solutions sont, entre autres, les services postaux, les services de livraison exprès, les services en nuage et les plates-formes de téléchargement fonctionnant au moyen d'accords de licence. C'est pourquoi il est important de choisir une solution efficace. Les PME peuvent aussi décider d'innover. Par exemple,

Tableau D.3 : Principaux obstacles en matière d'information rencontrés par les PME en Afrique

Renseignements sur:	Moyenne %
Contacts commerciaux et possibilités commerciales	69
Réglementation applicable	41
Mesures d'aide à l'exportation	41
Marchés cibles	34
Autres	2

Source: Adapté de OMC et ITC (2014), basé sur les données tirées de l'enquête CPCCAF.

dans le commerce électronique, «[t]andis que des entreprises de grande envergure, comme le site Ozon.ru, ont la possibilité d'établir leurs propres réseaux de distribution, cette solution n'est pas à la portée des microentreprises et des petites entreprises, qui devront peut-être réfléchir à d'autres solutions innovantes, comme le service de livraison par cyclomoteur du Viet Nam. La livraison hors domicile – points de retrait, livraison sur le lieu de travail, cases à colis postaux et retrait en magasin – est l'une des solutions possibles pour favoriser la diffusion du commerce électronique dans les pays en développement» (CNUCED, 2015).

Les entreprises qui ne peuvent pas vendre elles-mêmes leurs produits ont souvent recours à des intermédiaires dans un réseau de distribution. Bien que le contact direct avec les clients aide à fixer les prix, la participation d'un intermédiaire permet d'assurer la fourniture du produit de manière plus efficace grâce aux réseaux, aux contacts, à l'expérience, à la spécialisation ou aux coûts inférieurs de l'intermédiaire. Par exemple, certains intermédiaires ont des répertoires de clients potentiels et/ou d'entreprises de distribution (spécialisées), effectuent des études de marché dans le pays, aident à surmonter les barrières linguistiques (en offrant des services de traduction) et fournissent une assistance pour l'organisation de voyages ou un appui complémentaire. Pour les PME, le contact direct avec les clients est traditionnellement considéré comme plus efficace que le recours à un intermédiaire dans le circuit de distribution, en particulier pour les services, pour lesquels des stratégies de distribution exclusives, un produit unique, des clients bien définis et des ventes épisodiques sont la règle. Pour exporter leurs produits, ce modèle «direct» peut se révéler plus difficile à appliquer pour les PME, en particulier si elles veulent toucher une clientèle plus large. Dans ce cas, le recours aux services d'un intermédiaire leur permet de réduire en partie les tâches qu'elles devraient accomplir sans cela.²⁰ Cela permet aussi de réduire en partie les risques connexes ou les craintes des clients, grâce à la fourniture de conseils et à l'interactivité, à la sécurisation des paiements ou à la perception que les achats ne sont pas si complexes. En outre, le recours à des intermédiaires

peut être pour les PME une solution plus simple que la création de filiales sur les marchés d'exportation de services (ou, éventuellement, de marchandises), sauf si le volume d'activité est suffisant pour la justifier.

Dans le contexte des réseaux de distribution, la commercialisation via Internet (par exemple au moyen des moteurs de recherche) ou au moyen de plates-formes de courrier électronique ou de réseaux sociaux (comme Facebook) et le commerce électronique jouent un rôle important depuis quelques années. Qu'il s'agisse de vente directe (du producteur au client) ou de vente indirecte (par des intermédiaires), ces moyens de distribution ont permis aux PME de participer davantage au commerce international en augmentant la visibilité de leurs produits et en leur permettant d'établir des liens avec des clients sur des marchés étrangers potentiels (voir la sous-section 4 ci-après). Ils ont aussi aidé les entreprises, notamment les PME, à obtenir plus facilement des renseignements sur les marchés étrangers (par exemple solutions d'analyse offertes par les moteurs de recherche ou les sociétés de commerce électronique), et à s'informer sur les réglementations ou les normes. Enfin, ces réseaux de distribution ont aidé les PME à obtenir des renseignements sur le réseau lui-même, afin de savoir comment approcher au mieux les clients (agent/revendeur/distributeur idéal, systèmes de paiement, ressources de commercialisation, logistique d'expédition et de réception, etc.).

(b) Transport et logistique

La logistique commerciale va au-delà de l'expédition de marchandises à travers les frontières ; elle englobe une large gamme de services, depuis l'enlèvement des marchandises, le regroupement des expéditions, l'achat de transport, le dédouanement, l'entreposage et la distribution jusqu'à la livraison aux consommateurs finals. Les PME manquent souvent d'expérience en matière de fret international, et elles expédient généralement de plus petites quantités de marchandises à une fréquence plus irrégulière. Elles doivent donc faire appel aux services des fournisseurs de logistique pour leurs importations et leurs exportations.

Par rapport aux grandes entreprises, les PME rencontrent des difficultés particulières en matière de logistique car les coûts logistiques sont plus élevés et elles ne peuvent pas accéder à des services efficaces, qui sont les deux faces d'une même pièce. Le problème est plus aigu encore pour les PME des pays en développement, en raison de l'insuffisance de l'infrastructure logistique et du sous-développement des marchés logistiques. L'indice de performance logistique de la Banque mondiale montre systématiquement que les coûts logistiques sont plus

élevés dans les pays peu performants (principalement les pays en développement) que dans les pays très performants (principalement les pays développés). Les difficultés logistiques constituent un obstacle important à la participation des PME au commerce.

Les PME vendent de plus petites quantités de produits que les grandes entreprises, de sorte que les coûts fixes du commerce représentent souvent une part plus élevée du coût unitaire des produits que pour leurs concurrents qui exportent de plus gros volumes. En d'autres termes, la logistique a tendance à être plus coûteuse pour les PME que pour les grandes entreprises. En Amérique latine, par exemple, les coûts logistiques intérieurs, y compris la gestion des stocks, l'entreposage, le transport et la distribution, peuvent représenter plus de 42% du chiffre d'affaires total des PME, contre 15% à 18% pour les grandes entreprises. Au Nicaragua, les coûts logistiques des petits producteurs de viande bovine de l'exploitation jusqu'à l'abattoir sont deux fois plus élevés que ceux des grands producteurs. Pour un petit exportateur qui expédie un kilo de tomates depuis une exploitation au Costa Rica jusqu'au point de vente final à Managua (Nicaragua), le transport représente le coût principal, soit près du quart du coût total (23%), suivi par les frais de douane (11%) et les taxes (6%). En revanche, pour les gros exportateurs, le coût principal est constitué par les frais de douane (10%), suivis par le transport (6%) et les taxes (5%) (OCDE, 2014). Il est donc crucial de réduire les coûts logistiques pour améliorer les possibilités commerciales des PME.

La distance géographique influe clairement sur la participation des PME aux exportations. Les données montrent que, par rapport aux grandes entreprises, les PME sont découragées d'entrer sur les marchés éloignés. Une étude sur les entreprises françaises révèle, par exemple, que les petites entreprises exportent en moyenne 3,7% de moins vers les destinations qui sont plus éloignées de 10% de la France. Les PME qui exportent vers des marchés éloignés doivent expédier des quantités moyennes plus importantes par produit et par entreprise pour amortir les coûts de transport.

Selon une étude réalisée par l'USITC (USITC, 2014), le manque de fiabilité et le coût élevé des transports représentent des obstacles importants pour les PME des États-Unis qui exportent vers l'Union européenne. Les problèmes de coût et de fiabilité des services postaux de l'UE obligent les entreprises à faire appel à des entreprises de messagerie privées pour l'expédition, d'où des coûts plus élevés qui sont plus difficiles à absorber pour les petites entreprises. Les coûts d'expédition sont également un obstacle majeur pour les PME de l'UE qui exportent vers les États-Unis car, «[e]n raison de la distance jusqu'au marché

américain, les entrepreneurs craignent que le coût du transport n'augmente le prix de leurs produits au point qu'ils ne pourront plus concurrencer les produits fabriqués localement» (UPS, 2014).

Pour réduire les coûts logistiques, les entreprises (en particulier les gros fabricants et les gros détaillants) ont tendance à externaliser les fonctions logistiques (transport, entreposage, gestion de stock, services de transitaires, etc.) à des prestataires spécialisés, c'est-à-dire à des fournisseurs de «logistique tierce partie» (3PL). «L'externalisation de la logistique est le signe d'une bonne performance logistique et d'un marché logistique mature, et elle est souvent un marqueur direct de la sophistication logistique» (Banque mondiale, 2014). Les partenariats avec des fournisseurs de 3PL permettent aux entreprises non seulement de se concentrer sur leur activité principale, mais aussi d'avoir accès à des services logistiques de pointe et à la gestion des chaînes d'approvisionnement. Les services logistiques de pointe utilisent beaucoup les TIC et s'adaptent rapidement aux nouvelles technologies, qui exigent souvent l'intégration de plates-formes de gestion de la chaîne d'approvisionnement dans les systèmes internes des clients. Faute de ressources, les PME tardent souvent à s'adapter aux progrès technologiques et hésitent à exploiter le marché de la 3PL. La petite taille est également un désavantage pour les PME qui souhaitent négocier des contrats abordables avec des fournisseurs de 3PL.²¹

Les PME subissent des coûts logistiques disproportionnés (Straube *et al.*, 2013). Pour les entreprises manufacturières de moins de 250 employés, les coûts logistiques représentent en moyenne 14,7% du chiffre d'affaires global. En revanche, les entreprises de plus de 1 000 employés déclarent que les coûts logistiques ne représentent que 6,7% de leur chiffre d'affaires total. La proportion est analogue pour les entreprises de 250 à 1 000 employés, qui indiquent que les coûts logistiques représentent 6,4% de leur chiffre d'affaires. L'étude portait sur 113 entreprises industrielles dans le monde entier, et les chiffres ventilés par région ou par pays confirment les résultats ci-dessus. En Chine, par exemple, les PME ont déclaré que les coûts logistiques représentaient 15% de leur chiffre d'affaires, alors que les grandes entreprises (plus de 1 000 employés) ont déclaré qu'ils n'en représentaient que 5,2%. En Amérique du Sud, les PME ont déclaré qu'ils représentaient 15,3% de leur chiffre d'affaires et les grandes entreprises, 9,4% (OCDE et Banque mondiale, 2015b).

(c) Difficultés de financement

Les activités internationales dépendent plus des capitaux extérieurs que les activités nationales. En

outre, les contraintes en matière de crédit pèsent en particulier sur l'accès au financement du commerce. Cette sous-section traite de l'accès au financement pour les entreprises qui font du commerce, en mettant l'accent, dans la seconde partie sur le financement du commerce.

(i) Accès au financement

La vente sur les marchés étrangers comporte des coûts fixes et des coûts variables spécifiques : il faut mettre en place des circuits de commercialisation, adapter les produits et les emballages aux goûts du pays et se familiariser avec de nouvelles procédures administratives. Le délai entre la production et la réalisation des recettes correspondantes est plus long pour les ventes internationales que pour les ventes nationales. De plus, les contrats de vente internationaux sont plus complexes, plus risqués et plus difficiles à faire respecter, ce qui exige souvent une forme d'assurance-crédit extérieure. Pour toutes ces raisons, les exportateurs ont davantage besoin de crédit extérieur.

Le manque d'accès, ou l'accès insuffisant, au financement peut entraver fortement le développement des PME du secteur formel, quel que soit le niveau du revenu par habitant du pays. Les prêts aux PME, en particulier les prêts à longue échéance, se heurtent souvent à des problèmes d'information et à des coûts de transaction, y compris l'absence d'antécédents de l'entreprise (exigés pour obtenir un prêt), l'absence de garanties et les coûts fixes élevés des transactions financières, ce qui se traduit souvent par des prêts plus coûteux et plus risqués pour les établissements financiers, et donc par des taux d'intérêt et des commissions plus élevés pour les PME que pour les grandes entreprises. Des recherches récentes montrent en effet que les défaillances du marché, notamment sur les marchés financiers (en raison de crises financières ou d'«asymétries d'information»), se répercutent de façon disproportionnée sur les PME, entraînant un plus grand rationnement du crédit, des coûts de «sélection» plus élevés et aussi des taux d'intérêt plus élevés que pour les grandes entreprises (Stiglitz et Weiss, 1981 ; Beck et Demirgüç-Kunt, 2006).

L'exclusion financière, qui oblige les petites entreprises à utiliser exclusivement leurs propres ressources pour répondre à leurs besoins financiers, réduit les possibilités économiques. Beck *et al.* (2008) observent que les petites entreprises ont moins recours au financement extérieur, notamment au financement bancaire. Les PME comptent plus sur le crédit commercial et les sources informelles et moins sur les fonds propres et l'endettement formel que les grandes entreprises. La disponibilité d'un financement extérieur est corrélée

positivement avec le nombre de jeunes entreprises – indicateur important de l'entrepreneuriat – ainsi qu'avec le dynamisme de l'entreprise et l'innovation, et elle permet aux entreprises existantes de tirer parti des possibilités de croissance et d'investissement et d'atteindre une taille d'équilibre plus grande.

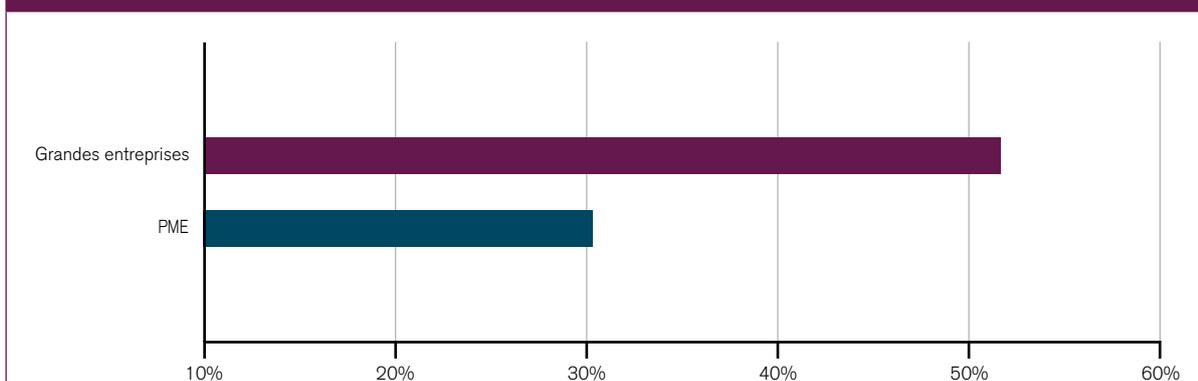
La figure D.9 présente quelques indicateurs montrant dans quelle mesure les PME ont accès au système financier formel.

L'accès insuffisant au financement influe sur la structure du commerce international. Beck (2002) a étudié, d'un point de vue théorique et empirique, le lien entre le niveau de développement financier et la structure du commerce international. L'étude empirique (estimation sur 30 ans avec un panel de 65 pays) étaye les prédictions du modèle, à savoir

que, dans les pays ayant un niveau de développement financier plus élevé (mesuré par le crédit au secteur privé consenti par les banques de dépôt et les autres établissements financiers en pourcentage du PIB), la part des exportations de produits manufacturés dans le PIB et dans les exportations totales de marchandises est plus élevée et le solde du commerce des produits manufacturés est plus important.

Les obstacles à l'accès au financement limitent aussi la capacité des PME d'utiliser Internet pour s'engager dans le commerce international. En fait, l'un des principaux obstacles à surmonter pour vendre à l'étranger est la difficulté ou l'impossibilité de traiter les paiements en ligne. L'encadré D.3 analyse les obstacles aux paiements en ligne et les solutions de paiement électronique autres que les cartes bancaires qui sont apparues dans le monde.

Figure D.9 : Entreprises ayant un prêt/une ligne de crédit auprès d'une banque (%)



Note : Les PME sont définies selon le contexte bancaire local. S'il n'y a pas de définition locale, on peut se baser sur la définition du Groupe de la Banque mondiale, selon laquelle une entreprise est une PME si elle remplit deux des trois conditions suivantes : i) elle a moins de 300 employés, ii) elle a moins de 15 millions de dollars d'actifs, et iii) son chiffre d'affaires annuel est inférieur à 15 millions de dollars. Comme certains établissements financiers ne sont pas en mesure de communiquer des données sur la base de l'un ou l'autre de ces critères, le volume des prêts est utilisé comme indicateur supplétif. Dans ce cas, une entreprise est considérée comme une PME si l'encours de ses prêts auprès d'un établissement financier est inférieur à 1 million de dollars.

Source : Enquête du Groupe de la Banque mondiale auprès des entreprises ; les données concernent l'année la plus récente pour laquelle des données sont disponibles pour chaque pays.

Encadré D.3 : Obstacles à l'internationalisation des PME : le cas des paiements en ligne

Selon une enquête réalisée en 2009 auprès de 9 480 PME de 33 pays européens, 28% seulement des sites Web des entreprises permettaient de passer des commandes en ligne, et 14% seulement des PME avaient des sites permettant d'exécuter entièrement les transactions en ligne, y compris les paiements (Commission européenne, 2010). Une autre enquête, réalisée auprès de 352 PME de l'Union européenne (Ecommerce Europe, 2015), révèle que 25% des commerçants considéraient le paiement en ligne comme problématique.²² Invités à donner des exemples concrets d'obstacles persistants liés aux paiements en ligne dans l'Union européenne, les commerçants ont mentionné spécifiquement : les réglementations désuètes qui empêchent de mettre en place de méthodes de paiement en ligne novatrices ; les coûts élevés (par exemple les commissions d'interchange et les frais de traitement très élevés fixés par les banques et les prestataires de paiement tiers) ; l'absence de système uniforme d'identification électronique des clients, qui oblige les clients et les commerçants à suivre des procédures d'authentification et d'identification pesantes ; et les processus de vérification compliqués, qui poussent les clients à interrompre l'opération prématurément quand l'autorisation et l'authentification nécessitent un trop grand nombre d'étapes.

Encadré D.3 : Obstacles à l'internationalisation des PME : le cas des paiements en ligne (suite)

La situation n'est pas différente dans les autres régions. Dans les pays de l'ASEAN, par exemple, la grande majorité des paiements pour les ventes de détail en ligne se font encore hors ligne, par exemple, au comptant à la livraison. Une enquête réalisée en 2013 a révélé que seulement 2 % à 11 % des acheteurs sur Internet utilisaient le paiement électronique dans les pays de l'ASEAN, sauf à Singapour, où, d'après l'Institut de recherche CIMB ASEAN (CARI, 2015), le taux d'utilisation des paiements en ligne est de 50 %. L'exclusion financière (qui concerne la nombreuse population « non bancarisée »), les problèmes de sécurité des données et les lourds processus de connaissance de la clientèle sont généralement cités comme les principales causes de la faible pénétration du paiement en ligne.

De nombreuses solutions de paiement électronique autres que les cartes bancaires sont apparues dans le monde, et sont maintenant largement, mais pas universellement, accessibles aux internautes, comme PayPal, Amazon Payments et Alipay (CARI, 2015). La banque mobile, c'est-à-dire l'utilisation du téléphone mobile pour émettre et recevoir des paiements et effectuer d'autres opérations bancaires, s'est rapidement diffusée dans toute l'Afrique. Le Kenya est le leader du marché de l'argent mobile en Afrique, grâce au succès de M-PESA, un système de banque mobile lancé en 2007 par le principal fournisseur de services mobiles du pays, Safaricom. La banque mobile prend même une dimension transfrontières. L'an dernier, par exemple, Vodafone (principal actionnaire de Safaricom) a lancé des services M-PESA entre le Kenya et la Tanzanie. Les solutions mobiles transfrontières de ce type pourraient favoriser l'inclusion financière et offrir une solution à bas coût aux PME qui s'engagent dans le commerce international.

(ii) Financement du commerce

La difficulté d'accéder au financement du commerce à un coût abordable est l'une des contraintes les plus fréquemment citées pour les PME qui s'engagent dans le commerce international, tant dans les pays développés que dans les pays en développement.

En ce qui concerne les pays développés, l'enquête réalisée en 2010 par l'USITC auprès de 2 350 PME et de 850 grandes entreprises a montré que 32 % des PME du secteur manufacturier et 46 % des PME du secteur des services considéraient que le processus d'obtention d'un financement pour le commerce transfrontières était « pesant ». Seulement 10 % des grandes entreprises dans le secteur manufacturier et 17 % dans le secteur des services connaissaient les mêmes difficultés.

L'enquête de l'USITC a également révélé que, sur les 19 contraintes mentionnées, le manque d'accès au crédit était la première pour les PME du secteur manufacturier et la troisième pour les PME du secteur des services qui cherchaient à exporter ou à s'implanter sur de nouveaux marchés. Les secteurs qui avaient généralement des niveaux élevés de solvabilité et de garantie (matériel de transport, technologies de l'information et services professionnels) considéraient l'obtention d'un financement du commerce comme un problème aussi « aigu » pour eux que pour d'autres secteurs.

Enfin, l'enquête a révélé que, bien que les banques des États-Unis considèrent que le segment du marché

des PME a un fort potentiel de rentabilité, les PME n'étaient pas leurs emprunteurs préférés car les coûts de transaction et d'information étaient plus élevés qu'avec les grandes entreprises. Quant aux PME des États-Unis, elles se plaignaient du contrôle « excessif » des banques, du fait qu'elles ne répondaient pas à leurs besoins d'emprunt spécifiques et du manque de flexibilité concernant le recours à d'autres sources de financement.

On peut aussi mentionner l'étude OCDE-APEC sur la *levée des obstacles à l'accès des PME aux marchés internationaux*, qui analyse comment les PME perçoivent les obstacles à leur internationalisation (OCDE, 2008). Le manque de fonds de roulement pour financer les exportations est considéré comme le principal obstacle à l'internationalisation des PME. Diverses enquêtes et études réalisées en Europe et au Japon aboutissent à des résultats analogues. Une étude portant sur 50 000 exportateurs français a révélé que, pendant la crise financière de 2008-2009, les obstacles au crédit étaient beaucoup plus élevés pour les petits exportateurs que pour les grandes entreprises, au point de réduire l'éventail des destinations ou d'amener les PME à cesser totalement d'exporter (Bricongne *et al.*, 2012). Au Japon, on a constaté que les PME avaient plus tendance à être associées à des banques en difficulté, de sorte que les PME exportatrices sont plus vulnérables en période de crise financière (Amiti et Weinstein, 2011). En général, les entreprises ayant un accès limité au crédit, qui sont le plus souvent des PME, ont aussi moins de chances d'exporter (Bellone *et al.*, 2010 ; Manova, 2013).

C'est dans les pays en développement que l'accès au financement du commerce semble être le plus difficile. Le problème tient en partie au fait que les banques locales n'ont pas nécessairement la capacité, le savoir-faire, le cadre réglementaire, les réseaux internationaux et les devises nécessaires pour fournir un financement à l'importation et à l'exportation. Il se peut aussi que les commerçants ne connaissent pas les produits disponibles ou ne sachent pas comment les utiliser efficacement. Dans certains pays en développement, les banques ont une plus grande aversion pour le risque car elles ont une assise financière plus réduite et une moindre capacité à faire face au risque de crédit lié au commerce international.

D'après une récente étude de la Banque asiatique de développement (BAsD, 2014), les PME sont celles qui souffrent le plus du manque de crédit: on estime que la moitié de leurs demandes de financement du commerce sont rejetées, contre 7% seulement pour les entreprises multinationales. Sachant que 68% des entreprises interrogées ont indiqué qu'elles ne cherchaient pas de solutions de remplacement lorsque leurs demandes étaient rejetées, les déficits de financement du commerce semblent aggravés par le fait que les entreprises, notamment les petites, ne connaissent pas ou connaissent mal les nombreux types de produits de financement du commerce et les options innovantes qui existent sur le marché (comme le financement des chaînes d'approvisionnement, les obligations de paiement des banques et l'affacturage à forfait). La grande majorité des entreprises ont déclaré qu'elles gagneraient à recevoir une meilleure formation financière.

Les autres obstacles existant dans les pays en développement sont liés au risque bancaire ou au risque pays, en particulier dans le contexte des crises financières régionales et mondiales. Les exportations des pays asiatiques ont souffert en particulier pendant les crises financières en Asie, qui ont entraîné, dans certains cas, l'interruption des importations et des exportations lorsque les banques confirmatrices ont refusé d'honorer les lettres de crédit émises dans les pays touchés par la crise (Auboin et Meier-Ewert, 2004). Plus récemment, les exportations des pays d'Afrique subsaharienne et d'autres pays à faible revenu ont été particulièrement affectées par la crise financière mondiale, car elles dépendent plus du financement intermédiaire par les banques que dans les autres régions (Institut allemand de développement, 2015).

Il se peut aussi que la forte concentration des marchés mondiaux du financement du commerce ne soit pas favorable aux PME. Une étude récente de Dicaprio *et al.* (2015) a révélé qu'une grande partie du financement

du commerce international provient d'un petit groupe de banques internationales actives au niveau mondial. Ce groupe d'une quarantaine de banques représente environ 30% du financement du commerce accordé au niveau international, le reste provenant de banques locales et régionales. Dans un article fondateur, Amiti et Weinstein (2011) montre que la santé des banques influe sur les conditions de financement du commerce offertes aux entreprises, et donc sur leur croissance à l'exportation. La disponibilité du financement du commerce est donc largement influencée par la solidité des banques internationales à tout moment (Auboin et Engemann, 2013; Dicaprio *et al.* 2015).

Les principales banques de financement du commerce dominant également dans d'autres segments des services financiers. De ce fait, les crises financières ayant leur origine dans ces autres segments, la modification des règles prudentielles et le recalibrage des bilans des banques ont une incidence directe sur la fourniture de financement du commerce aux niveaux mondial et local. Par exemple, les plus grandes banques sont présentes sous une forme ou sous une autre dans plus de 100 pays et ont plusieurs centaines de banques correspondantes pour lesquelles elles sont disposées à confirmer des lettres de crédit. Depuis la fin de la crise financière de 2009-2010, certaines banques mondiales ont réduit leur taille ainsi que leur présence internationale, notamment dans les pays les plus pauvres (Auboin et Engemann, 2013). Autrement dit, la diminution de la taille des banques mondiales après la crise financière a probablement eu un effet négatif sur la possibilité pour les PME des pays en développement d'obtenir des crédits, de faire confirmer leurs lettres de crédit et d'accéder à des fonds en dollars EU, monnaie la plus utilisée dans le commerce international (Dicaprio *et al.* 2015).

L'encadré D.4 présente une étude de cas qui illustre les difficultés rencontrées par les PME dans les nouveaux pays « frontières » pour le commerce. Il décrit en résumé les problèmes susmentionnés: le peu d'appétit des banques internationales pour les marchés nouveaux et prometteurs; le manque de capacité et de savoir-faire des banques locales pour soutenir les nouveaux commerçants; et l'obligation de recourir à des solutions de second ordre qui maintiennent les producteurs et les commerçants en aval ou qui ont des coûts d'opportunité élevés.

4. Le commerce basé sur les TIC : avantages et défis pour les PME

Comme on l'a vu dans la section B.3, les technologies de l'information et de la communication (TIC), telles qu'Internet, ont offert aux PME plus de possibilités

Encadré D.4 : Le manque de financement du commerce comme obstacle au commerce au Myanmar

Le Myanmar est un nouveau pays « frontière » pour le commerce. Selon l'association locale de l'industrie du vêtement, deux nouvelles usines de vêtements ouvrent chaque jour, financées par des investisseurs locaux, chinois et indiens. De nouveaux investisseurs tournés vers l'exportation sont également apparus dans le secteur agroalimentaire et dans celui des produits de consommation. Cependant, les PME ont des difficultés pour financer leurs importations et leurs exportations, ce qui leur fait perdre des possibilités commerciales. Cela est symptomatique des contraintes existant dans les pays ayant des niveaux de développement analogues. Ces contraintes comprennent la faible capacité du secteur bancaire local de soutenir le commerce, le manque de renseignements sur les produits de financement du commerce offerts par le secteur bancaire local, et la mauvaise connaissance de la réglementation appropriée pour les produits de financement du commerce.

Dans un environnement aussi difficile, les principaux commerçants du Myanmar ont eu recours jusqu'à présent à des solutions de second ordre, principalement en payant les importations par le biais de comptes bancaires à l'étranger ou en ouvrant des lettres de crédit par l'intermédiaire de courtiers dans des centres offshore comme Singapour et Hong Kong, Chine. Mais seules les plus grandes entreprises peuvent se permettre de recourir à ces solutions. Les nouveaux petits exportateurs de vêtements ne détiennent pas de liquidités à l'étranger pour payer leurs fournisseurs et n'ont pas d'antécédents de crédit suffisants pour que des courtiers trouvent des banques étrangères qui ouvrent des lettres de crédit. Ils peuvent seulement recourir aux banques locales, qui ont une capacité limitée de gestion du risque, qui perçoivent encore 1 500 dollars EU de commission pour ouvrir des lettres de crédit et qui exigent une garantie minimale de 30 %. Il n'existe pas de facilité de compte ouvert au Myanmar, et l'assurance-crédit commercial n'y est pas autorisée.

Le manque de financement du commerce efficace et abordable a pour effet de reléguer les nouveaux exportateurs de vêtements et de produits alimentaires dans les opérations en aval qui ne nécessitent pas l'achat de produits importés ni un crédit sur les recettes d'exportation. Le gouvernement du Myanmar est favorable aux réformes. Dans le secteur financier les réformes sont progressives, et il faudra sans doute du temps pour que la réglementation du financement du commerce soit modifiée et que les banques locales prennent plus de risques et proposent à leurs clients locaux une plus large gamme de produits de financement du commerce qui soient compétitifs. Les banques internationales sont de plus en plus autorisées à opérer localement mais elles ne peuvent fournir des services qu'aux entreprises étrangères qui opèrent dans le pays.

Le Myanmar reçoit actuellement une assistance technique de la communauté internationale pour moderniser son système commercial et son système financier. Le diagnostic du financement du commerce s'est amélioré récemment, avec des missions conjointes et des rapports de plusieurs organisations internationales, parmi lesquelles le Centre du commerce international, la Banque mondiale et l'OMC, cette dernière intervenant dans le contrat du Cadre intégré renforcé.

de s'internationaliser. La révolution des TIC bénéficie tout particulièrement aux PME, notamment si elles parviennent à entrer dans des plates-formes commerciales en ligne qui améliorent l'information et la confiance des acheteurs. Le coût de la recherche en ligne n'est pas nécessairement corrélé avec l'éloignement des marchés, et les technologies en ligne renforcent la confiance des importateurs dans les exportateurs (par exemple au moyen de mécanismes de notation des vendeurs). Des études récentes portant sur les exportations de marchandises vendues via eBay confirment que le commerce électronique réduit les coûts liés à la distance physique entre vendeurs et acheteurs en apportant à la fois de la confiance et des renseignements à un coût très bas (Lendle *et al.*, 2016). Les plates-formes en ligne peuvent en outre fournir une infrastructure et des moyens de commercialisation

prêts à l'emploi, réduire considérablement les coûts et les obstacles techniques liés à l'établissement d'une présence en ligne (par rapport aux sites Web autonomes) et permettre d'offrir des services intégrés d'exécution des commandes, d'hébergement et de traduction, des services à la clientèle et des analyses de données.

Pour les vendeurs ruraux, géographiquement éloignés et moins productifs, la vente en ligne peut réduire sensiblement les coûts du commerce liés à la distance et permettre d'entrer en contact avec des clients éloignés. Lendle et Olarreaga (2014) constatent que les entreprises actives sur eBay sont plus petites en moyenne que les entreprises traditionnelles hors ligne. Ils notent aussi que le commerce électronique offre aux PME des possibilités de croissance qui semblent

importantes pour les pays en développement. En outre, la vente en ligne peut entraîner des gains de productivité de l'ordre de 6 à 15 %, selon les estimations du McKinsey Global Institute (2013b).

Malgré ces perspectives, les données montrent que les PME continuent d'être moins bien représentées en ligne que les grandes entreprises. La vente en ligne de marchandises et de services, dépend de l'accès à l'infrastructure de communication à un coût abordable. Les moyens de communication qui y contribuent sont, entre autres, les réseaux fixes pour Internet et les réseaux privés, la téléphonie mobile et les réseaux Internet et de satellites. Mais, en l'absence de connectivité, il y a moins de chances de réduire les coûts d'information et de distribution, d'accroître la participation au commerce, d'améliorer l'efficacité des marchés et, par conséquent, d'accroître les recettes d'exportation.

(a) Les TIC : infrastructure et accès – le premier obstacle

Pour que les PME profitent plus pleinement des avantages du commerce en ligne, il faut qu'une infrastructure TIC soit en place, que la qualité des services offerts soit suffisante et que leur prix soit abordable. On parle généralement à ce sujet de connectivité et d'accès. L'ouverture du secteur des télécommunications, à la concurrence qui est un phénomène quasiment mondial, conjuguée à l'introduction des TIC qui rendent les communications à

la fois plus efficaces et plus mondiales, a réduit les prix et augmenté les taux de pénétration. Mais, comme le montre cette section, il subsiste des écarts importants entre les économies développées et les économies en développement et, à l'intérieur des économies, entre les petites et les grandes entreprises.

Les principaux indicateurs des TIC concernant les technologies mobiles et fixes sont indiqués dans le tableau D.4. Des régions comme l'Afrique, le Moyen Orient et l'Asie-Pacifique ont de faibles niveaux d'accès à la téléphonie fixe (1,2 %, 7,3 % et 11,3 %, respectivement), mais des taux de pénétration de la téléphonie mobile relativement élevés (73,3 %, 108,2 % et 91,6 %). En conséquence, l'accès à la large bande fixe est faible, compte tenu du faible accès à la téléphonie fixe. Toutefois, dans bon nombre de ces régions, la téléphonie mobile plutôt que l'ordinateur pourrait devenir le principal moyen d'accès à Internet. En ce qui concerne la large bande mobile, il y a encore un écart entre les pays selon leur niveau de développement, avec près de 87 % d'accès dans les pays développés contre 39 % en moyenne dans le monde en développement. En Afrique, le taux de pénétration de la téléphonie mobile à large bande (17,4 %) est très inférieur à la moyenne des pays en développement. Toutefois, comme cela est indiqué dans un rapport sur les TIC, malgré son retard, l'Afrique continue à avancer dans le domaine de la téléphonie mobile, ce qui pourrait compenser, dans une certaine mesure, l'écart plus grand dans les connexions fixes à large bande, et l'adoption de la téléphonie mobile progresse rapidement dans certains pays. En outre, plusieurs pays africains ont récemment

Tableau D.4. Principaux indicateurs des TIC, 2015 (taux de pénétration)

	Abonnements à la téléphonie fixe	Abonnements à la large bande fixe	Abonnements à la téléphonie mobile	Abonnements à la large bande mobile	Ménages ayant accès à Internet à domicile	Particuliers utilisant Internet
Monde	14,5	10,8	96,8	47,2	46,4	43,4
Pays développés	39	29	120,6	86,7	81,3	82,2
Pays en développement	9,4	7,1	91,8	39,1	34,1	35,3
Afrique	1,2	0,5	73,5	17,4	10,7	20,7
Moyen-Orient	7,3	3,7	108,2	40,6	40,3	37
Asie-Pacifique	11,3	8,9	91,6	42,3	39	36,9
Communauté d'États indépendants (CEI)	23,1	13,6	138,1	49,7	60,1	59,9
Europe	37,3	29,6	120,6	78,2	82,1	77,6
Amériques	25,4	18	108,1	77,6	60	66

Note: Estimations pour 100 habitants.

Source: ITU World Telecommunication/TIC Indicators database.

lancé des programmes de développement de la large bande fixe (ITC, 2015b).

Le rapport *Perspective de la compétitivité des PME 2015* (ITC, 2015c) présente une analyse fondée sur la taille des entreprises. Il note que l'écart de performance le plus important entre les petites et les grandes entreprises concerne la «connectivité». L'écart de connectivité est particulièrement grand dans les pays les moins avancés (PMA), où le taux de connectivité des petites entreprises représente seulement 22% de celui des grandes entreprises, contre 64% dans les pays développés.

L'accès à large bande à Internet et aux autres réseaux de données est devenu quasiment indispensable. L'importance des technologies à large bande tient à ce qu'elles offrent les vitesses supérieures nécessaires pour exploiter les nouvelles technologies, comme l'informatique en nuage, et pour utiliser ou offrir des services qui exigent le transfert de grandes quantités de données ou de gros fichiers. La qualité des connexions est particulièrement importante pour les PME qui fournissent, par exemple, des services d'externalisation des fonctions de l'entreprise sur les marchés interentreprises (B2B). Même dans des pays comme les États-Unis, où l'accès à Internet et aux ordinateurs fixes est élevé, l'avènement des smartphones et des réseaux mobiles à très large bande a entraîné une nette évolution vers l'utilisation des téléphones mobiles pour le commerce électronique (McKinsey Global Institute, 2015). Des recherches ont montré que l'accroissement de l'accès à Internet à large bande pouvait augmenter l'ouverture au commerce international. Selon une analyse :

... un fort accroissement de l'utilisation de la large bande se traduit par une augmentation de plusieurs points de pourcentage du ratio du commerce au PIB. Le modèle semble indiquer que la croissance historique de l'utilisation de la large bande entre 2000 et 2011 a augmenté

l'ouverture des pays au commerce (mesurée par le ratio du commerce total au PIB) de 4,21 points de pourcentage en moyenne, avec des effets plus grands dans les pays à revenu élevé (10,21 points de pourcentage en moyenne) que dans les pays en développement (1,67 point de pourcentage en moyenne). L'augmentation du nombre d'utilisateurs de la large bande prévue jusqu'en 2016 laisse penser que le ratio du commerce au PIB des pays *augmentera* encore de 6,88 points de pourcentage en moyenne dans les pays à revenu élevé et de 1,67 point de pourcentage en moyenne dans les pays en développement (Riker, 2014, pas d'italique dans l'original).

Comme on l'a indiqué plus haut, une fois que les services sont disponibles, le prix est presque aussi important que l'accès. Or les services mobiles à large bande sont aussi un domaine dans lequel les pays en développement ont plus de retard sur les pays développés que dans les autres formes d'accès aux TIC. Comme le montrent les tableaux D.5 et D.6, même dans des régions comme l'Afrique, la Communauté d'États indépendants (CEI), le Moyen-Orient et l'Asie, où la pénétration de la téléphonie mobile est considérable par rapport aux services fixes, les prix restent beaucoup plus élevés qu'en Europe, où le coût des services prépayés ou postpayés est inférieur à 1% du revenu national brut (RNB). Les prix sont compris entre 4% et 5% du RNB dans la CEI, les Amériques, le Moyen Orient, et l'Asie-Pacifique, et ils sont supérieurs à 15% en Afrique. La part du coût de la large bande fixe dans le RNB est beaucoup plus élevée que celle du coût de la large bande mobile dans la plupart de ces régions, sauf la CEI, par rapport à l'Europe où, à 1,3%, elle est à peu près analogue à celle de la large bande mobile. Les tableaux D.5 et D.6 montrent aussi, en indiquant les niveaux des prix minimums et maximums, que les moyennes dissimulent de grandes différences d'abordabilité au niveau national.

Tableau D.5 : Prix de la large bande fixe en pourcentage du RNB par habitant, par région, 2014

	Moyenne	Écart type	Minimum	Maximum	Médiane
Europe	1,3	0,7	0,5	3,5	1,1
CEI	3,6	2,9	0,7	10,7	3,2
Amériques	7,4	11,8	0,4	63,5	4,5
Moyen-Orient	9,2	17,5	0,3	71,3	2,8
Asie-Pacifique	16,0	39,1	0,3	221,7	4,4
Afrique	178,3	398,3	1,4	2194,2*	39,2

Notes: Établi sur la base de 165 pays disposant de données sur le prix de la large bande fixe pour 2013.

*La valeur maximale élevée pour l'Afrique s'explique par quelques données aberrantes.

Source: UIT (2015).

Tableau D.6 : Prix moyens de la large bande mobile et fourchettes par région, en pourcentage du RNB par habitant, 2014

	Services postpayés par téléphone 500 Mo			Services prépayés par téléphone 500 Mo			Services postpayés par ordinateur 1 Go			Services prépayés par ordinateur 1 Go		
	Min.	Max.	Moy.	Min.	Max.	Moy.	Min.	Max.	Moy.	Min.	Max.	Moy.
Europe	0,09	1,99	0,81	0,14	2,62	0,82	0,16	3,99	0,90	0,16	17,46	1,56
CEI	0,45	16,44	3,35	0,45	16,44	3,70	0,57	16,44	4,83	0,57	16,44	4,92
Amériques	0,85	32,80	4,55	0,59	32,80	4,39	0,37	32,80	4,88	0,49	32,80	6,24
Asie-Pacifique	0,17	30,54	4,39	0,26	27,99	4,28	0,35	68,60	7,53	0,49	55,99	6,77
Moyen-Orient	0,23	37,81	5,15	0,30	37,81	5,22	0,23	56,71	7,93	0,38	37,81	6,07
Afrique	1,43	58,60	15,77	1,43	58,60	15,20	0,82	172,86	30,33	1,43	172,86	29,50

Note: Établi sur la base de 149 pays disposant de données sur les prix pour tous les services mobiles à large bande.

Source: UIT (2015).

(b) Autres obstacles et coûts du commerce pour les PME dans le commerce reposant sur les TIC

Les PME qui font ou espèrent faire du commerce en ligne rencontrent pour l'essentiel les mêmes obstacles que les autres entreprises, que ce soit en ligne ou hors ligne. Mais, outre le coût de l'accès aux TIC, des coûts spécifiques entrent en ligne de compte. L'un d'eux concerne l'accès aux plates-formes de commerce en ligne. Les fournisseurs de plates-formes peuvent limiter le champ d'action géographique des vendeurs ou des acheteurs. Les limitations concernant les pays dans lesquels les comptes bancaires sont acceptés restreignent aussi l'accès et la participation au commerce en ligne. Dans certains cas, la gamme complète des services associés à la plate-forme n'est pas offerte aux vendeurs dans tous les pays. Les listes auxquelles les utilisateurs ont accès peuvent être limitées aux vendeurs ou aux produits pour lesquels la livraison est possible dans leur pays. La nécessité d'investir dans des mécanismes et des outils assurant la confiance des consommateurs est un autre exemple. Le problème de la cybercriminalité et du piratage des données parmi les consommateurs et les entreprises clientes a une dimension mondiale, mais il peut pénaliser davantage les pays en développement.

Selon l'ITC, bon nombre des entreprises internationales qui fournissent des outils de confiance ou de sécurité ne peuvent pas ou ne veulent pas offrir leurs services dans les pays où il n'y a pas de renseignements fiables sur l'identité et les activités des entreprises, ou dans ceux où le coût d'obtention de ces renseignements est élevé, (ITC, 2015b). Un autre exemple est celui des pays où le cadre juridique ne traite pas de façon adéquate des questions relatives aux transactions ou aux contrats électroniques, aux signatures électroniques ou à la protection des consommateurs en ligne et de la propriété

intellectuelle, ou qui limitent les flux de données, ce qui accroît le coût du traitement et de l'acquisition des données. D'après des données portant sur plusieurs pays, les entreprises peuvent retirer des avantages considérables de la gratuité ou de la tarification au coût marginal dans ce domaine, les PME étant les principales bénéficiaires d'une baisse du coût des données (OCDE, 2015a). L'incertitude à cet égard impose des coûts aux entreprises et peut entraver la croissance du commerce électronique en général, mais elle affecte en particulier les PME, qui sont moins capables d'assumer le coût des risques connexes si un problème survient.

Dans une étude sur le commerce numérique, l'USITC (2014) a identifié un certain nombre de mesures que les entreprises des États-Unis interrogées considèrent comme des obstacles potentiels au commerce mondial en ligne. Il s'agit notamment des prescriptions relatives à la localisation des données ou des entreprises, des prescriptions relatives à la confidentialité et à la protection des données, les atteintes aux droits de propriété intellectuelle (DPI), des règles incertaines en matière de responsabilité juridique et de la censure, ainsi que des mesures qui sont communes au commerce en ligne et hors ligne, tels que les conditions d'accès aux marchés et les procédures douanières. Les résultats de l'étude montrent aussi que la perception des obstacles au commerce numérique varie quelque peu selon la taille de l'entreprise :

Les grandes entreprises du secteur des communications numériques et les PME du secteur financier étaient les plus nombreuses en pourcentage à considérer la localisation, la confidentialité et la protection des données, l'incertitude en matière de responsabilité juridique et la censure comme des obstacles « importants ou très importants » au commerce numérique. Les grandes entreprises et les PME du secteur de la vente au détail étaient les plus nombreuses

en pourcentage à considérer les prescriptions douanières comme des obstacles « importants ou très importants ». En revanche, les grandes entreprises du secteur des contenus et les PME du secteur des communications numériques étaient les plus nombreuses à considérer les atteintes aux DPI comme un obstacle « important ou très important » (USITC, 2014).

D'autres données sur la perception que les entreprises ont des obstacles au commerce en ligne dans les pays développés sont fournies par une enquête de l'UE sur l'usage des TIC et le commerce électronique dans les entreprises. Cette enquête identifie les obstacles

rencontrés par les entreprises qui vendent en ligne via un site Web. Le tableau D.7 indique, pour 2013, le pourcentage d'entreprises par taille parmi celles qui vendent en ligne via un site Web. Un cinquième des PME de l'UE considèrent que leurs produits ne sont pas adaptés au commerce en ligne. Cela veut dire que 80 % de ces entreprises ont des produits qui peuvent être vendus en ligne ou qui le sont déjà. Toutefois, l'enquête met en relief plusieurs obstacles liés à l'infrastructure, parmi lesquels la logistique, les systèmes de paiement, la protection des données et le cadre juridique. Les PME mentionnent également les coûts d'entrée dans le commerce en ligne ou le commerce électronique. Le tableau D.8 fait référence aux entreprises qui n'ont pas

Tableau D.7 : Obstacles limitant/empêchant la vente par les entreprises via un site Web, 2013 (% d'entreprises vendant via un site Web)

	Inadéquation des produits ou des services fournis par l'entreprise – entreprises vendant via un site Web	Problèmes de logistique (transport ou livraison des produits ou des services) – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés aux paiements – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés à la sécurité des TIC ou à la protection des données – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés au cadre juridique – entreprises vendant via un site Web	Les coûts liés à la vente en ligne sont trop élevés par rapport aux avantages – entreprises vendant via un site Web
Petites entreprises (10-49 employés)						
Union européenne (28 pays)	20	15	14	10	9	13
Islande	29	13	12	12	7	12
Norvège	31	17	18	11	9	22
Ex-République yougoslave de Macédoine	8	14	29	24	18	22
Moyennes entreprises (50-249 employés)						
Union européenne (28 pays)	20	13	12	9	9	12
Islande	27	3	13	13	6	14
Norvège	35	15	13	8	7	16
Ex-République yougoslave de Macédoine	14	8	14	4	4	13
PME (10-249 employés)						
Union européenne (28 pays)	20	14	14	10	9	13
Islande	28	11	12	12	7	12
Norvège	32	16	17	10	9	21
Ex-République yougoslave de Macédoine	9	13	27	21	16	21

Source : Enquête de l'UE « Usage des TIC et commerce électronique dans les entreprises », http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics.

**Tableau D.8 : Obstacles limitant/empêchant la vente par les entreprises via un site Web, 2013
(% d'entreprises qui ne vendent pas via un site Web)**

	Inadéquation des produits ou des services fournis par l'entreprise – entreprises ne vendant pas via un site Web	Problèmes de logistique (transport ou livraison des produits ou des services) – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés aux paiements – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés à la sécurité des TIC ou à la protection des données – entreprises vendant via un site Web	Problèmes liés au cadre juridique – entreprises vendant via un site Web	Les coûts liés à la vente en ligne sont trop élevés par rapport aux avantages – entreprises vendant via un site Web
Petites entreprises (10-49 employés)						
Union européenne (28 pays)	59	26	19	17	16	26
Islande	49	18	10	9	8	25
Norvège	60	30	24	19	17	36
Ex- République yougoslave de Macédoine	43	25	25	20	14	24
Moyennes entreprises (50-249 employés)						
Union européenne (28 pays)	65	25	17	16	15	24
Islande	57	26	12	13	11	15
Norvège	67	28	18	13	15	27
Ex- République yougoslave de Macédoine	44	24	23	19	13	23
PME (10-249 employés)						
Union européenne (28 pays)	60	26	18	17	16	26
Islande	50	19	10	9	8	23
Norvège	61	30	23	19	17	35
Ex- République yougoslave de Macédoine	43	24	24	20	14	24

Source: Enquête de l'UE « Usage des TIC et commerce électronique dans les entreprises », http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics.

leur propre site Web, c'est-à-dire qui pourraient faire du commerce sur des plates-formes de commerce électronique. Ces entreprises sont deux fois plus nombreuses que les entreprises ayant déjà leur site Web à considérer que les coûts d'entrée sont un obstacle important. Et surtout, parmi les entreprises interrogées, 60% environ considèrent que leurs produits ne sont pas adaptés au commerce en ligne.

Dans les pays en développement, les PME ne peuvent pas toujours exploiter pleinement le potentiel des technologies et des services qui permettent le commerce électronique en raison d'une combinaison de facteurs, comme le manque de connaissances, le manque de fonds ou les restrictions locales aux transferts de fonds internationaux. Les services d'appui au commerce électronique, comme les solutions en nuage qui permettent d'analyser le trafic Web et de

cibler les consommateurs et qui facilitent l'affichage des produits sur des sites multiples et les outils de gestion de la relation client et de gestion financière sont parfois inaccessibles si l'entreprise ne dispose pas de moyens de paiement. Par exemple, bien que de nombreuses solutions en nuage sont gratuites au début, il peut quand même être nécessaire d'utiliser une carte de crédit pour souscrire à la version gratuite ou d'effectuer un paiement pour les applications plus avancées (ITC, 2015b).

Une enquête réalisée par l'ITC (2015b) auprès des PME tunisiennes a identifié, comme suit, les difficultés courantes rencontrées dans le commerce électronique, par ordre d'importance décroissant :

- promotion des produits et des services au niveau international;

- réception des paiements internationaux ;
- paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et des droits de douane sur les marchés d'exportation ;
- expédition des marchandises à l'étranger ;
- gestion des retours et entreposage des marchandises au niveau international ; et
- paiements intérieurs.

Certains des obstacles au commerce en ligne cités par les PME sont liés à l'activité commerciale en général, mais beaucoup ont un rapport avec l'existence, ou l'absence de mesures gouvernementales favorisant l'internationalisation des PME par le biais du commerce électronique. Par exemple, une étude de l'ITC indique que, dans le cas du programme « Cadenas Productivas » au Mexique, qui est géré par la banque nationale de développement (NAFIN) et qui offre des services en ligne aux PME (ITC, 2015b) l'existence d'un environnement juridique et réglementaire favorable – grâce à des lois sur la signature et la sécurité électroniques et à un régime fiscal favorable – a été décisive pour mettre en place une plate-forme sécurisée d'affacturage inversé sur Internet à l'intention des PME.

Un autre facteur important est la facilité avec laquelle les entreprises peuvent accéder aux services administratifs en ligne (aussi appelés cyberadministration), dont les commerçants ont besoin. Une autre question importante en matière de politique publique est la nécessité d'assurer la certitude et la prévisibilité des régimes régissant les transferts internationaux de données, qui concernent toutes les formes de commerce en ligne de biens et de services. Ces mesures doivent inévitablement concilier les intérêts des commerçants – c'est-à-dire le coût des affaires, notamment pour les PME sensibles aux coûts – et les objectifs de politique publique légitimes, comme la lutte contre la cybercriminalité et la protection de la confidentialité et des droits de propriété intellectuelle.

5. Accès des PME au commerce reposant sur les CVM

Comme on l'a expliqué dans les sections précédentes, les PME peuvent se connecter aux marchés internationaux soit en exportant directement, soit en entrant dans des CVM et en exportant indirectement par l'intermédiaire d'autres entreprises. Cette sous-section examine comment les CVM peuvent aider les PME à se connecter aux marchés internationaux et comment certains obstacles liés aux politiques peuvent empêcher les PME de profiter de cette possibilité.

(a) Les CVM donnent aux PME plus de possibilités de faire du commerce

Les CVM sont avantageuses pour les PME, car elles permettent une spécialisation plus fine et se prêtent au commerce des tâches, qui exige moins de capital fixe. Alors qu'il est difficile pour les PME d'exporter dans des secteurs à forte intensité de capital comme le matériel de transport ou dans des secteurs qui nécessitent une importante stratégie de marque, les PME sont bien représentées dans les secteurs de services où les coûts d'entrée fixes sont faibles. En fait dans de nombreux pays de l'OCDE, les PME sont les principaux exportateurs de services fournis aux entreprises. Dans les pays à faible revenu, elles fabriquent des produits à forte intensité de main-d'œuvre et des produits manufacturés à faible valeur ajoutée et produisent des services à faible coût d'entrée et à faible intensité de capital. Elles opèrent souvent dans le secteur informel. Dans les pays à revenu intermédiaire et élevé, les PME sont présentes à la fois dans des activités à faible valeur ajoutée et dans des activités de niche très qualifiées (OCDE et Banque mondiale, 2015b).

C'est dans les situations où le coût des intrants est faible que les PME ont le plus de possibilités d'exploiter des niches à forte valeur ajoutée à l'intérieur des CVM. La production agricole biologique en est un exemple (Staritz et Reis, 2013). Sur ces marchés, la non-utilisation de pesticides réduit le coût des intrants, et le fait que la production a lieu souvent sur de petites parcelles limite le désavantage de la production à petite échelle.

Non seulement les CVM favorisent la participation des PME au commerce en leur fournissant un marché pour ce qu'elles savent mieux faire, mais encore elles donnent à ces entreprises un moyen de surmonter certains des principaux obstacles à leur commerce. L'un de ces obstacles, mis en évidence dans les sections précédentes, est la difficulté pour les PME d'entrer en contact avec des distributeurs locaux sur les marchés étrangers. Il peut être trop coûteux pour des PME d'accéder aux réseaux de distribution étrangers et de commercialiser leurs produits à l'étranger. Les CVM fournissent aux PME des réseaux de distribution et des noms de marque. Cela réduit considérablement les coûts de distribution et rend l'exportation rentable pour les PME qui deviennent des fournisseurs d'une CVM.

Un autre obstacle majeur à l'accès aux marchés étrangers pour les PME, mis en évidence dans les enquêtes existantes, est le coût d'acquisition des renseignements sur les exigences des marchés mondiaux en termes de produits, de procédés, de technologies et de normes (Pietrobelli et Rabellotti, 2011). Grâce aux CVM, les PME sont mieux à même

de faire face à la complexité et à l'hétérogénéité des normes internationales à adopter. Normalement, les entreprises présentes dans les CVM recueillent et transmettent les renseignements sur les normes et les font appliquer comme condition d'achat, et bien souvent, elles jouent un rôle dans leur formulation. L'affiliation à une CVM qui connaît la situation locale constitue un avantage pour les entreprises qui prévoient de prospecter des marchés étrangers. Par ailleurs, les CVM sont un canal important pour le transfert de technologie car les entreprises étrangères qui externalisent sont plus enclines à transférer le savoir-faire et la technologie nécessaires pour produire efficacement l'intrant externalisé étant donné que ce sont elles qui l'utiliseront finalement et qu'elles ont besoin d'assurer la compatibilité avec leur propre processus de production.²³

Comme cela est expliqué, dans le *Rapport sur le commerce mondial 2014* (OMC, 2014), ces renseignements sont si précieux que les entreprises locales qui souhaitent devenir des fournisseurs de sociétés multinationales dans des CVM acceptent souvent de conclure au début des contrats à perte avec ces sociétés. Pendant ces premiers contrats, elles apprennent à produire selon les spécifications de la multinationale. Cet investissement dans les capacités est doublement payant: i) il procure des gains de productivité qui permette à l'entreprise locale de produire à plus bas prix (Blalock et Gertler, 2008); et ii) il confère à l'entreprise une réputation en tant que fournisseur privilégié d'une multinationale connue, ce qui facilite l'établissement d'autres relations d'affaires (Sutton, 2012). Cet investissement nécessite évidemment des capitaux, sans générer des garanties tangibles. Il n'est donc pas étonnant que de nombreuses entreprises considèrent le financement comme un obstacle majeur à l'intégration dans les CVM.

Outre les réseaux de distribution, l'accès à l'information et le crédit, les petites entreprises rencontrent d'autres difficultés qui les empêchent de se développer. En raison de leur échelle insuffisante, les PME ont du mal à supporter les coûts de la recherche-développement et de la formation. Comme elles n'ont pas le pouvoir de pression des grandes entreprises, elles peuvent être désavantagées dans certaines circonstances; et comme leur capacité de se diversifier et d'absorber les chocs locaux et mondiaux est limitée, elles sont plus vulnérables. En raison de leur petite taille, il faut généralement plus de temps aux PME pour amortir leurs investissements dans les coûts fixes ou dans l'acquisition d'informations, et elles ont moins de possibilités que les grandes entreprises de réaffecter leur main-d'œuvre entre différentes opérations. L'entrée dans les CVM peut les aider, du moins en partie, à remédier à ces contraintes internes.

Bien que la participation aux CVM puisse donner aux PME la possibilité d'accéder aux marchés mondiaux et de se développer, une question essentielle pour évaluer les gains qu'elles peuvent retirer de cette participation est de savoir comment ces gains sont répartis le long de la chaîne d'approvisionnement. La part des gains pour les PME dépend du pouvoir de négociation relatif de l'entreprise chef de file et de ses fournisseurs et du degré de concurrence aux différents points de la chaîne. Le pouvoir de négociation relatif dépend lui-même de la rareté des capacités du fournisseur et de la facilité de changer de fournisseur.

Si la tâche exécutée par le fournisseur peut être codifiée et n'est pas très complexe, la concurrence entre les fournisseurs est vive et les gains reviennent à l'entreprise chef de file plutôt qu'aux PME qui sont ses fournisseurs. Les entreprises multinationales ont souvent plus de pouvoir de négociation que les petits fournisseurs, car elles sont propriétaires du savoir-faire et de la technologie et elles disposent d'une multitude de fournisseurs potentiels. L'amélioration de la répartition des revenus le long de la chaîne d'approvisionnement est donc essentielle pour réduire les obstacles à l'entrée dans certains segments de la chaîne.

(b) Défis et contraintes de la participation aux CVM pour les PME

Les PME ont un certain nombre de défis à relever pour participer aux CVM ou avancer dans la chaîne de valeur. Ces défis peuvent être dûs à des facteurs internes à l'entreprise (comme le manque de compétences et de technologies) ou à des facteurs externes (comme l'accès au financement, les normes et les infrastructures) (voir l'encadré D.5).

D'après une enquête réalisée pour le quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013) (voir le tableau D.2), les principaux obstacles à l'entrée et à l'avancement des PME dans les chaînes de valeur sont notamment l'accès au financement et au financement du commerce, les procédures douanières, les coûts de transport (coûts aéroportuaires pour le secteur du tourisme et coûts d'expédition pour le secteur des textiles et des vêtements) et l'insuffisance de l'infrastructure de télécommunication (dans le secteur des TIC).

Par ailleurs, l'enquête montre que, du point de vue des entreprises chefs de file qui souhaitent intégrer de nouveaux fournisseurs dans les CVM, les principales difficultés dans quatre secteurs sont les procédures douanières, le respect des normes internationales, la qualité et la logistique (voir le tableau D.9). Une étude réalisée par la BAsD (BAsD, 2015) a mis en évidence quatre grands facteurs qui influent sur la

Encadré D.5 : Facteurs qui influent sur la participation des PME aux CVM

Dans le cadre d'un projet d'étude visant à déterminer les principaux facteurs d'intégration des PME dans les CVM, la Banque asiatique de développement (BASD) et l'Institut de la Banque asiatique de développement ont réalisé en 2014-2015 une enquête auprès des entreprises de quatre économies en développement d'Asie (Kazakhstan, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Philippines et Sri Lanka) (voir Arudchelvan et Wignaraja, 2015). Les résultats de cette enquête sont résumés dans la figure D.10, qui montre que la participation des PME aux CVM est motivée par de nombreux facteurs, liés principalement aux capacités, à la compétitivité, à la facilitation des affaires à l'international et aux politiques et conditions macroéconomiques.

Figure D.10 : Facteurs qui influent sur la participation des PME aux CVM

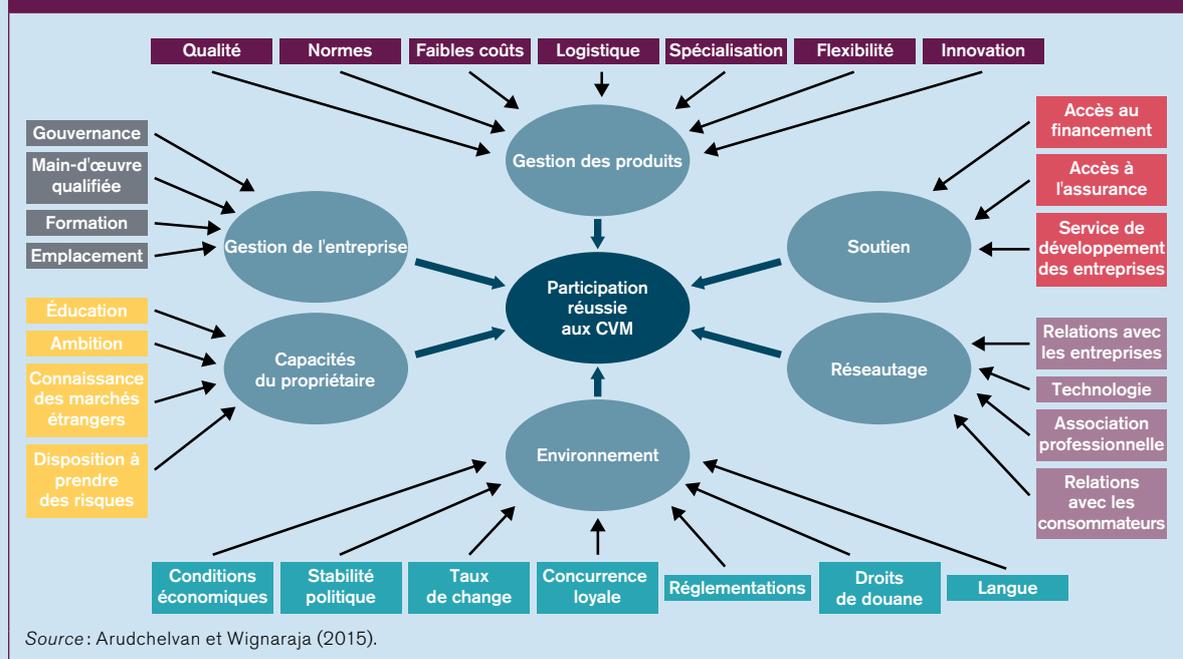


Tableau D.9 : Les cinq principales difficultés perçues par les entreprises pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans leur(s) chaîne(s) d'approvisionnement

Agriculture	TIC	Textiles	Tourisme
Insuffisance des capacités ou des liaisons en matière de transport aérien ou maritime	Manque de transparence de l'environnement réglementaire	Procédures douanières	Accès des fournisseurs au financement
Coûts et délais de transport	Prescriptions en matière de licences d'exportation ou d'importation	Prescriptions en matière de licences d'exportation ou d'importation	Climat des affaires
Procédures douanières	Insuffisance des réseaux de télécommunication	Incapacité des fournisseurs de respecter les délais de livraison	Insécurité
Prescriptions en matière de licences d'exportation ou d'importation	Procédures douanières	Procédures à la frontière	Insuffisance du contrôle sanitaire ou du contrôle de la qualité des fournisseurs locaux de produits alimentaires
Livraison et/ou qualité irrégulières	Droits d'importation	Coûts et délais d'expédition	Régime de visa pour les touristes étrangers

Note: Question: « Quelles difficultés rencontrez-vous le plus fréquemment pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans votre/vos chaîne(s) d'approvisionnement? Indiquer les cinq principaux facteurs ».

participation des PME aux CVM: la qualité des produits et des services qu'elles peuvent fournir, l'éducation, les conditions économiques du marché et l'accès au financement.

Les données empiriques confirment le rôle de ces facteurs. Lorsque la production d'un bien repose

essentiellement sur des intrants intermédiaires importés, il est essentiel que ces intrants soient fiables et livrés dans les délais. Lanz et Piermartini (2016) montrent que les pays qui ont de meilleures institutions et de meilleures mesures de facilitation des échanges (meilleure infrastructure, délais d'exportation réduits et livraison ponctuelle) ont tendance à se

spécialiser dans les chaînes d'approvisionnement. En fait, l'environnement institutionnel et la facilitation des échanges sont plus importants que le capital et le travail comme déterminants de l'exportation à l'intérieur des chaînes d'approvisionnement. Comme on l'a vu plus haut, quand les transports et l'infrastructure logistique sont de mauvaise qualité, il est particulièrement difficile pour les PME de participer aux CVM.

La politique commerciale est un domaine stratégique pour assurer le succès des PME dans les CVM. Le faible niveau des droits d'importation, l'application de mesures de facilitation des échanges et le respect des droits de propriété sont essentiels pour la participation aux CVM. Étant donné que les PME, en particulier celles des pays en développement, opèrent souvent dans le segment à faible valeur ajoutée de la chaîne de production, les restrictions au commerce (surtout si elles s'ajoutent) s'appliquent à elles de manière disproportionnée, car elles représentent un plus grand pourcentage de la valeur de la production. De même, les obstacles à l'exportation identifiés plus haut sont aussi des obstacles à la participation des PME aux CVM.

La protection des DPI est importante, car c'est un facteur qui rend un marché plus attractif pour les accords de franchisage. Les franchiseurs ont généralement recours à des services locaux pour commercialiser et vendre leurs produits. La coiffure, le conseil en gestion et l'immobilier sont quelques exemples de services pour lesquels les franchises sont courantes. Les concessionnaires automobiles qui travaillent pour un constructeur ou les stations d'essence qui travaillent pour une société pétrolière sont des exemples dans le secteur manufacturier. Les franchises offrent aux PME un moyen important de participer aux marchés internationaux. Elles leur apportent des solutions pour surmonter certains obstacles à l'entrée sur les marchés étrangers, comme l'accès à des réseaux de fournisseurs et l'accès au financement et au savoir-faire. Mais le principal atout du franchiseur, c'est sa marque. Celle-ci doit être convenablement protégée pour que le franchiseur soit intéressé par un accord avec un fournisseur local (Nordås, 2015).

Enfin, un autre obstacle à la participation des PME aux CVM en particulier des PME des pays en développement, mérite d'être mentionné : c'est la difficulté pour les entreprises multinationales de trouver des PME susceptibles d'être leurs fournisseurs. Cela est particulièrement difficile dans les pays en développement, où les PME opèrent souvent dans le secteur informel. Pour trouver des fournisseurs locaux, il faut avoir une connaissance spécifique du terrain que les entreprises étrangères peuvent avoir du mal à acquérir. On sait que pour les filiales d'investisseurs étrangers directs à participation nationale et étrangère,

il est moins coûteux de trouver des fournisseurs locaux que pour les entreprises à capital entièrement étranger (Javorcik et Spatareanu, 2008). La participation des PME aux CVM pourrait être facilitée par la fourniture de ces renseignements. Les associations professionnelles et les organismes gouvernementaux spécialisés pourraient y contribuer.

6. Conclusions

Les obstacles au commerce sont particulièrement contraignants pour les PME. Ces obstacles semblent être liés principalement au manque d'information sur les réseaux de distribution étrangers, la réglementation à la frontière et les normes.

Contre toute attente les droits de douane élevés représentent un obstacle au commerce plus important pour les PME, que pour les grandes entreprises. Comme on l'a vu dans cette section, cela peut s'expliquer par deux facteurs. Premièrement, les flux commerciaux des PME sont plus sensibles (élastiques) aux variations des droits de douane. Et deuxièmement, les PME semblent être relativement plus nombreuses que les grandes entreprises dans les secteurs exposés à des droits de douane élevés.

Les obstacles non tarifaires sont aussi particulièrement contraignants pour les PME. Une grande entreprise peut s'adapter plus facilement à de nouvelles exigences coûteuses, alors qu'une petite entreprise risque de devoir cesser ses activités si une nouvelle norme restrictive est introduite sur un marché. Pour les PME, le manque de transparence, les normes différentes d'un marché à l'autre et les procédures de certification coûteuses sont aussi des obstacles majeurs.

Enfin, la lourdeur des procédures douanières dissuade les PME d'exporter. La facilitation des échanges, qui stimule le commerce des grandes entreprises comme des petites, favorise particulièrement l'entrée sur les marchés d'exportation des petites entreprises qui, sans cela, ne vendraient que sur le marché national. On sait que l'Accord sur la facilitation des échanges supprimera un obstacle majeur au commerce des PME, à savoir le manque d'information sur les réglementations en vigueur sur les marchés étrangers.

Le commerce électronique et la participation aux CVM sont deux moyens pour les PME de surmonter en partie ces obstacles et d'améliorer leur participation au commerce mondial. Le commerce électronique leur permet de trouver des clients à un coût bien inférieur. Les CVM leur donnent accès aux réseaux de distribution étrangers et leur permettent de profiter d'économies d'échelle, ce qu'elles ne pourraient pas faire sans cela. Mais les PME se heurtent à des obstacles spécifiques

pour tirer parti de ces possibilités. Les principaux problèmes qu'elles rencontrent dans la vente en ligne sont liés à la logistique pour l'expédition d'un produit ou la fourniture d'un service, à la sécurité des TIC, à la protection des données et aux paiements. Les coûts de

logistique et d'infrastructure, l'incertitude réglementaire et l'accès à de la main-d'œuvre qualifiée sont parmi les principaux problèmes rencontrés par les PME qui souhaitent participer à des réseaux de production.

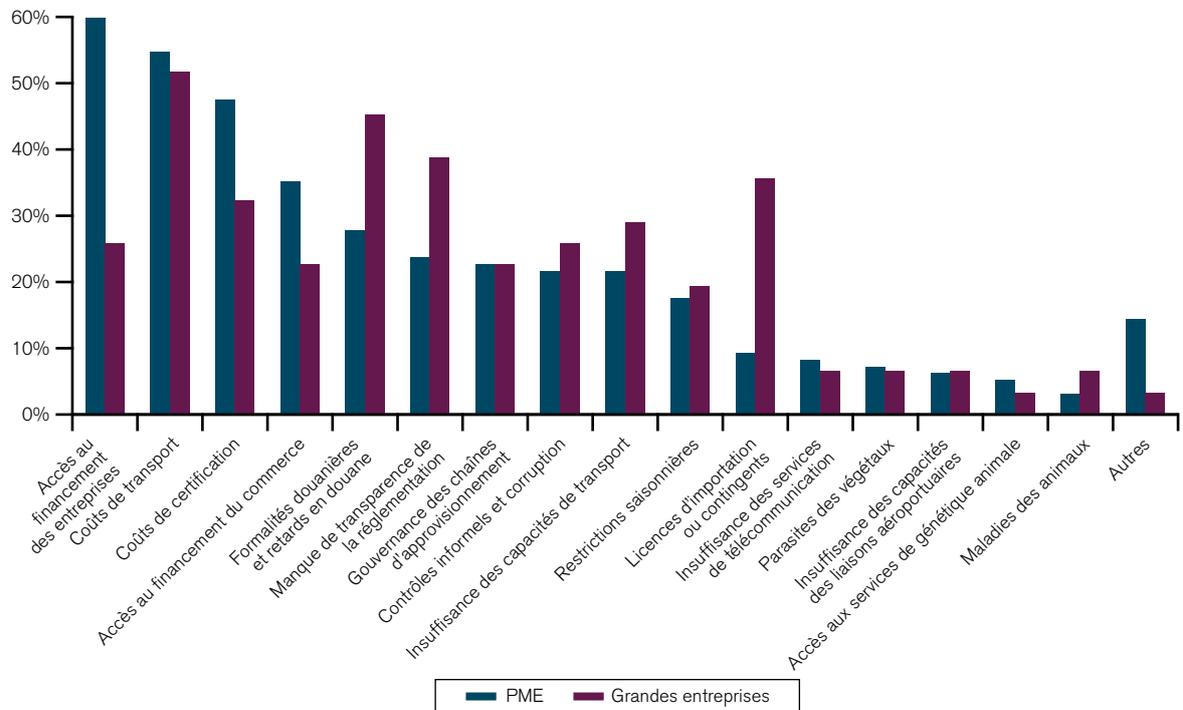
Notes

- 1 Outre les coûts élevés du commerce, les difficultés rencontrées par les PME pour accéder aux marchés internationaux sont liées notamment à un environnement économique défavorable, à la faible qualification de la main-d'œuvre, à un manque de pouvoir de négociation, à l'accès limité aux données sur les marchés, aux difficultés d'accès à la technologie et à l'accès limité au financement (voir le document de l'OMC WT/COMTD/AFT/W/53).
- 2 Voir Leonidou (2004) et Narayanan (2015).
- 3 Les enquêtes de l'ITC auprès des entreprises sur les MNT sont disponibles à l'adresse suivante: <http://ntmsurvey.intracen.org/publications/itc-series-on-ntms>.
- 4 CBI = Centre pour la promotion des importations provenant des pays en développement, organisme relevant du Ministère des affaires étrangères des Pays-Bas.
- 5 Les résultats détaillés sont présentés dans les figures D.1, D.2 et D.3 de l'appendice.
- 6 Les réponses au questionnaire données par les entreprises des pays de l'OCDE sont indiquées dans les figures D.4, D.5, D.6 et D.7 de l'appendice.
- 7 Seuls trois secteurs sont indiqués dans le tableau D.2 et dans les figures D.1, D.2 et D.3 de l'appendice car il n'y a pas de question équivalente sur les obstacles au commerce rencontrés pour entrer et avancer dans les chaînes de valeur dans les secteurs du tourisme et des services de transport.
- 8 La catégorie « Impossibilité de trouver des partenaires étrangers » signifie qu'une entreprise ne dispose pas des ressources et des réseaux commerciaux nécessaires pour trouver un représentant local, un partenaire commercial ou un agent de distribution fiable sur le marché étranger, tandis que la catégorie « Difficultés pour recevoir ou traiter les paiements » comprend les pratiques d'application de la loi à l'étranger qui ne garantissent pas de façon adéquate le paiement des marchandises et des services fournis. La catégorie « Obtention d'un financement » indique quant à elle les difficultés d'obtention d'un financement du commerce, en particulier un financement avant expédition pour couvrir les grandes exportations, et les difficultés d'obtention de fonds de roulement pour la conduite des opérations courantes et le développement de nouvelles activités.
- 9 La théorie économique classique prédit un effet identique d'une augmentation (réduction) des droits de douane sur le volume des exportations pour les petites et les grandes entreprises (Melitz, 2003a). Une augmentation des droits réduit la valeur totale des exportations (pour l'ensemble des entreprises). Au niveau des entreprises, des droits élevés ont tendance à réduire les exportations, mais la sortie des petites entreprises du marché d'exportation réduit la concurrence et accroît les exportations des entreprises qui restent sur le marché. L'effet sur la valeur moyenne des exportations par entreprise est ambigu, mais il est le même quelle que soit la taille de l'entreprise.
- 10 D'autres études portant sur la réaction des entreprises à des chocs de prix (plutôt qu'à une modification des droits de douane) constatent que les entreprises changent de comportement à l'importation/à l'exportation en fonction de leur taille. Berman *et al.* (2015b) et Gopinath et Neiman (2014) notent que l'élasticité au niveau des entreprises varie négativement selon la taille de l'entreprise. Berman *et al.* (2015a) expliquent l'effet hétérogène selon la taille de l'entreprise en montrant que les grandes entreprises absorbent une partie du choc en réduisant leur marge plutôt que le volume de leur commerce. Gopinath et Neiman (2014) expliquent la moindre réactivité du commerce des grandes entreprises aux chocs de prix en montrant que celles-ci réduisent, mais n'arrêtent pas complètement, leurs importations d'intrants intermédiaires. Par conséquent, des entreprises de taille différente sont confrontées à des variations différentes de leurs coûts unitaires.
- 11 Voir aussi Feenstra et Weinstein (2010).
- 12 Levy (1994) tient un raisonnement semblable concernant les secteurs tournés vers l'exportation dans un contexte où les subventions à l'exportation sont interdites.
- 13 Cette perception est confirmée par les faits. En moyenne, les MNT font que le niveau global de restriction des échanges imposé par les droits de douane est presque deux fois plus élevé, ce qui signifie qu'elles sont en moyenne aussi importantes que les droits de douane. Toutefois, dans plusieurs pays, la contribution des MNT au niveau global de restriction des échanges est en fait plus élevée que celle des droits de douane (OMC, 2012).
- 14 Les coûts fixes sont indépendants de la quantité produite ou exportée, tandis que les coûts variables augmentent avec le niveau de la production ou des exportations.
- 15 En analysant les décisions d'exportation des entreprises de 42 pays en développement en réponse aux normes en matière de pesticides appliquées par 63 pays importateurs, Fernandes *et al.* (2015) montrent que les normes restrictives des pays importateurs dissuadent les entreprises, en particulier les petites, d'entrer sur de nouveaux marchés.
- 16 Le mode 4 de l'AGCS ne concerne que la présence temporaire de personnes physiques étrangères pour la fourniture de services.
- 17 L'IRES de l'OCDE porte sur 42 pays (les membres de l'OCDE plus le Brésil, la Chine, la Fédération de Russie, l'Inde, l'Indonésie et la Lettonie), tandis que l'IRES de la Banque mondiale porte sur 102 économies (24 pays de l'OCDE et 78 économies en développement ou en transition).

- 18 Il est raisonnable d'écarter le mode 2 car, à l'exception des services d'éducation et des services de santé, il y a, dans la pratique, très peu de restrictions à ce mode de fourniture.
- 19 Bien qu'il porte uniquement sur les visas touristiques, le rapport de l'Organisation mondiale du tourisme sur les régimes de visa et l'ouverture au tourisme (*Visa Openness Report*) (OMT, 2015) note que 89% des paires de pays n'exigent pas de visa pour leurs ressortissants respectifs si les deux pays concernés sont des économies avancées. En revanche, cette proportion chute à 21% s'il s'agit d'un des pays émergent et d'un pays avancé, et à seulement 10% si les deux pays sont des économies émergentes.
- 20 Voir http://web.alt.uni-miskolc.hu/als/cikkek/2010/ALS4_p130_136_Urbanska.pdf.
- 21 Certains grands fournisseurs de 3PL bien établis (par exemple FedEx, UPS, DHL) ont mis en place des solutions logistiques pour les petites entreprises, qui peuvent fournir aux PME une assistance à l'exportation.
- 22 Ecommerce Europe est une association représentant plus de 25 000 entreprises qui vendent des produits et/ou des services en ligne aux consommateurs de l'Union européenne.
- 23 Il est prouvé que des gains de productivité sont associés aux chaînes d'approvisionnement. Javorcik (2004) constate des gains de productivité pour les entreprises lituaniennes qui fournissent des intrants aux multinationales étrangères. Newman *et al.* (2015) font état de gains de productivité à la fois pour les entreprises qui fournissent des intrants et pour celles qui en achètent à des entreprises étrangères établies au Viet Nam. Piermartini et Rubínová (2014) montrent que les chaînes d'approvisionnement peuvent servir de canal pour le transfert de connaissances, mais que l'ampleur des retombées dépend du type de relation entre celui qui exporte les connaissances et celui qui les importe dans la chaîne d'approvisionnement.

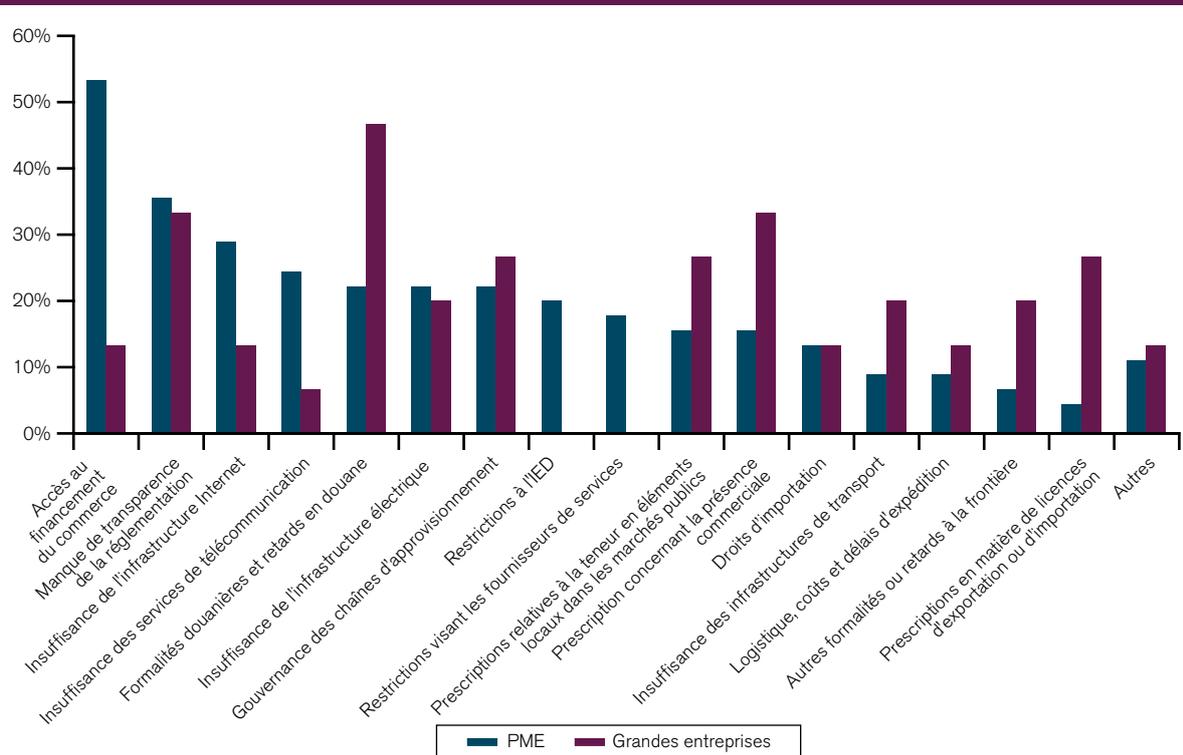
Figures de l'appendice

Figure D.1 de l'appendice – Difficultés pour entrer, s'établir ou avancer dans les chaînes de valeur agroalimentaires



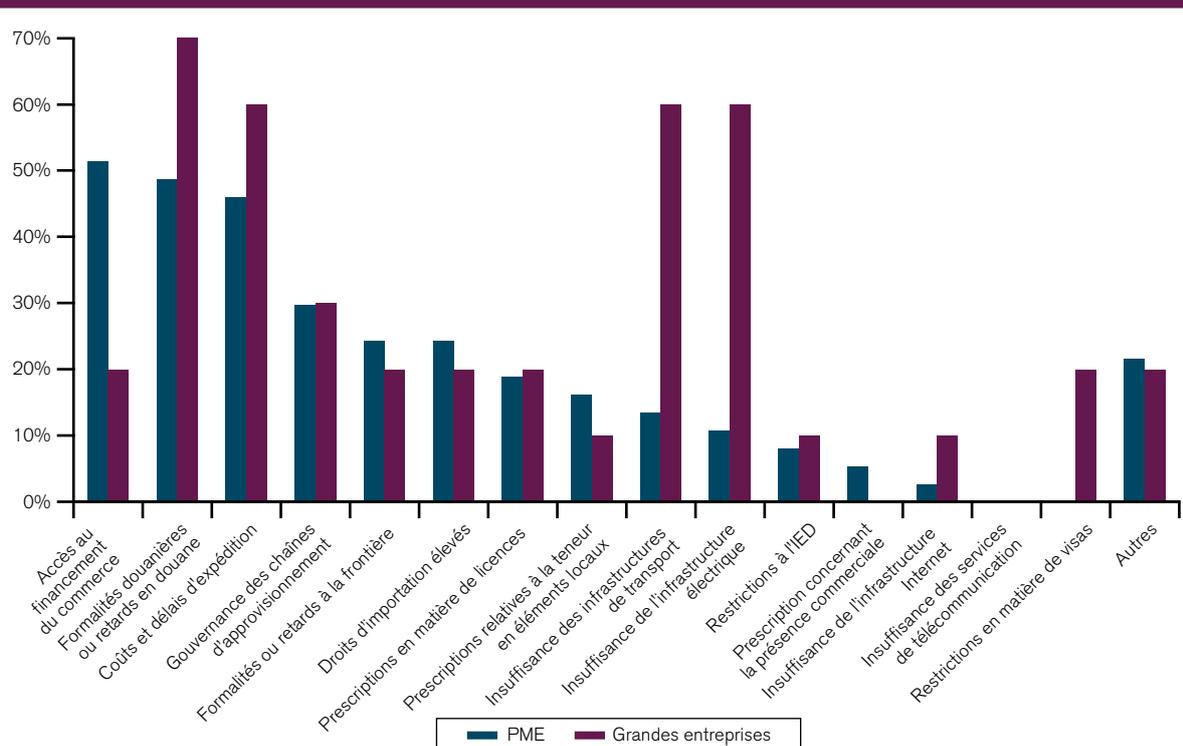
Note: Question n° 15 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous pour entrer, vous établir ou avancer dans les chaînes de valeur agroalimentaires? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.2 de l'appendice – Difficultés pour entrer, s'établir ou avancer dans les chaînes de valeur des technologies de l'information et de la communication



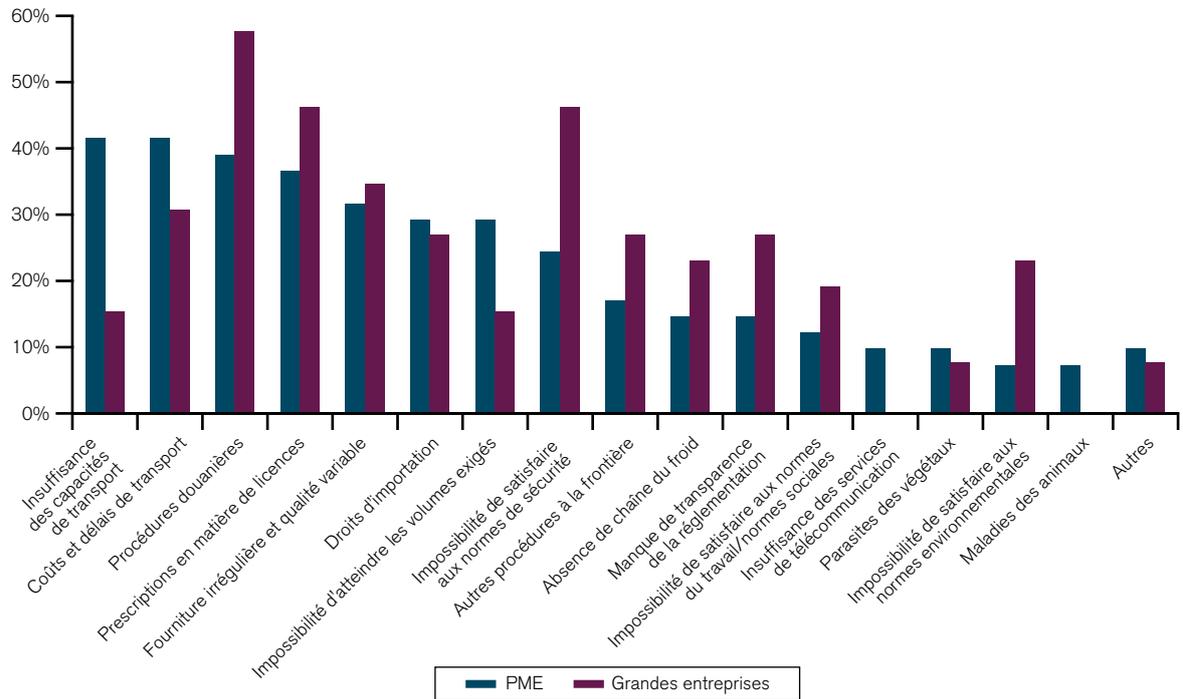
Note: Question n° 35 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous pour entrer, vous établir ou avancer dans les chaînes de valeur des TIC? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.3 de l'appendice – Difficultés pour entrer, s'établir ou avancer dans les chaînes de valeur des textiles et des vêtements



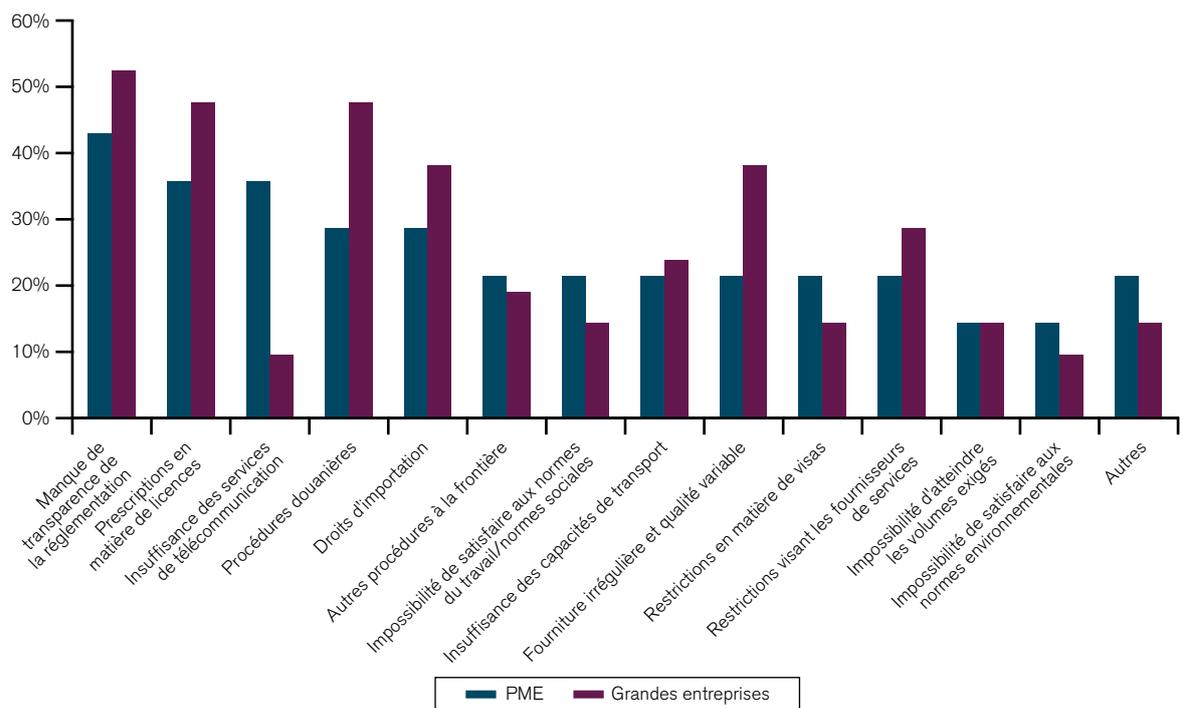
Note: Question n° 56 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous pour entrer, vous établir ou avancer dans les chaînes de valeur des textiles et des vêtements? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.4 de l'appendice – Difficultés pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans les chaînes d'approvisionnement – agriculture



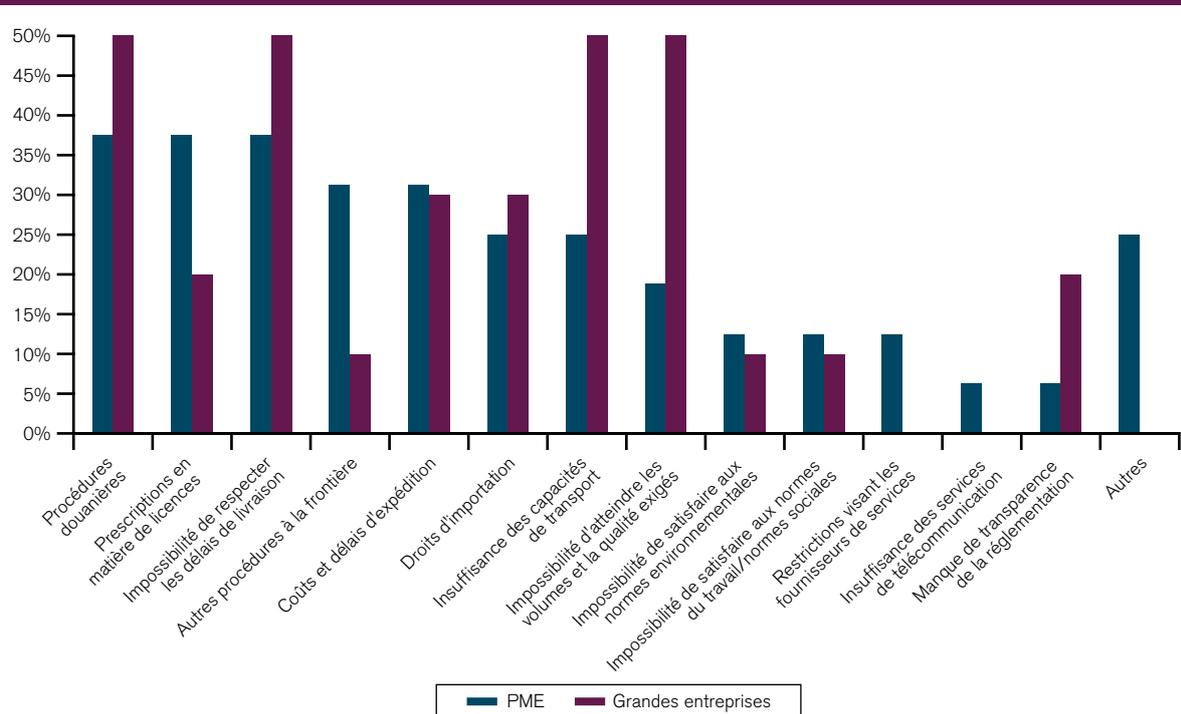
Note: Question n° 22 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous le plus fréquemment pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans votre/vos chaîne(s) d'approvisionnement? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.5 de l'appendice – Difficultés pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans les chaînes d'approvisionnement – technologies de l'information et de la communication



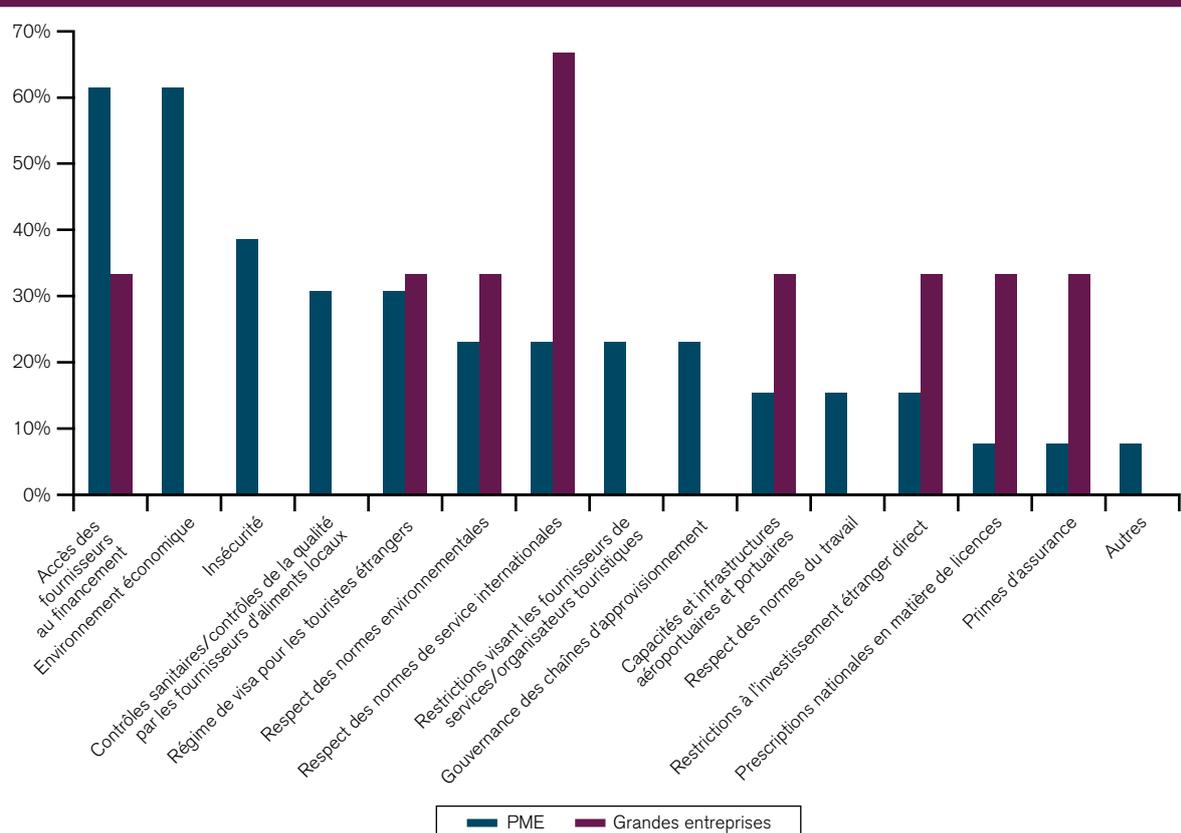
Note: Question n° 43 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous le plus fréquemment pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans votre/vos chaîne(s) d'approvisionnement? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.6 de l'appendice – Difficultés pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans les chaînes d'approvisionnement – textiles



Note: Question n° 63 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles difficultés rencontrez-vous le plus fréquemment pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans votre/vos chaîne(s) d'approvisionnement? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »

Figure D.7 de l'appendice – Difficultés pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans les chaînes de valeur du tourisme



Note: Question n° 84 de l'enquête réalisée dans le cadre du quatrième Examen global de l'Aide pour le commerce (OCDE et OMC, 2013): « Quelles sont les difficultés que vous rencontrez le plus fréquemment pour intégrer de nouveaux fournisseurs des pays en développement ou des PMA dans votre/vos chaîne(s) de valeur du tourisme? Choisissez cinq facteurs dans la liste suivante. »