



Les PME au Québec face au défi de la mondialisation

26 février 2007

MONDIALISATION ET PME

La mondialisation

Le FMI définit la mondialisation comme étant « l'interdépendance économique croissante de l'ensemble des pays du monde, provoquée par l'augmentation du volume et de la variété des transactions transfrontalières de biens et de services, ainsi que des flux internationaux de capitaux, en même temps que par la diffusion accélérée et généralisée de la technologie¹ ».

Le phénomène n'est pas récent : si le mot « mondialisation » était peu courant dans les années 1980, un processus analogue était déjà défini, notamment au Québec :

« D'une économie traditionnelle s'appuyant sur une faible compétitivité internationale, [...] nous sommes passés au cours des 10 dernières années à une nouvelle économie mondiale où les règles du jeu ont radicalement changé. [...] La libéralisation progressive des échanges, l'internationalisation des mouvements de capitaux et la circulation du savoir contribueront dans les prochaines années à accentuer davantage la concurrence entre les pays et entre les entreprises. [...] Celles-ci n'auront d'autre choix que de développer des produits de qualité et de conquérir de nouveaux marchés internationaux. Les PME québécoises [...] devront s'assurer une place sur le marché des exportations² »

D'autres auteurs, s'appuyant sur des constats faits dès les années 1970, en venaient aux mêmes conclusions :

« À l'approche du XXI^e siècle, l'entreprise canadienne [...] ne peut plus borner son action au seul marché national. [...] Nos femmes et hommes d'affaires doivent acquérir une mentalité d'exportateurs³. »

¹ *PME et mondialisation*, MEDEF (Mouvement des entreprises de France), octobre 2004, p. 7.

² *Les PME au Québec : état de la situation*, éd. 1987, p. 187-188.

³ M. LIBROWICZ, Y. PERRAULT et P. DELL'ANIELLO *L'exportation et la PME : pourquoi et comment*, Ottawa, Éditions G. Vermette, 1984, p.1.



La réalité décrite (libéralisation progressive des échanges, mouvements internationaux de capitaux, circulation du savoir et changements technologiques) illustre précisément un des phénomènes clés de la fin du XX^e siècle : la mondialisation, ou du moins l'accélération de celle-ci. Le leitmotiv a déjà 25 ans : aussi, refaire ce type de « mises en garde » aux entrepreneurs en 2007 (exportez, sinon...) serait dépassé. Pour nombre de « jeunes » entrepreneurs (ceux qui avaient déjà la vingtaine dans les années 1980), l'économie mondialisée ne représente pas tant la rupture d'un certain ordre établi que la norme qu'ils ont toujours connue. Quant à la génération montante, la seule idée d'innovation et d'entrepreneuriat (par exemple dans le secteur des technologies de l'information) est tout simplement indissociable de sa diffusion planétaire. On estime à 1,2 % la proportion de PME qui sont désormais « Born Global », autrement dit des entreprises qui exportent dès leur mise sur pied⁴.

L'association « mondialisation–exportations » découle d'un a priori intuitif qui n'est évidemment pas sans fondement; mais il ne faut pas perdre de vue que les exportations ne sont qu'un aspect de la mondialisation. D'une part, la pratique d'exporter a de loin précédé la mondialisation telle qu'elle a été définie plus haut, notamment au Québec, économie « ouverte » dès le XVII^e siècle. D'autre part, une stratégie de mondialisation, pour une entreprise contemporaine, consiste non seulement à exporter, mais aussi à élargir et à coordonner l'ensemble de ses activités à l'échelle mondiale : production à l'étranger, import-export (biens et services), sous-traitance internationale, sans compter les « nouvelles formes » de l'investissement international, entre autres, celles qui s'appuient sur les transferts de connaissances⁵.

Les services économiques d'Exportation et Développement Canada (EDC) évoquent maintenant la notion de « commerce d'intégration » pour expliquer cette nouvelle nature du commerce international⁶. Loin de remplacer le commerce classique, le commerce d'intégration le bonifie. L'exemple type est le « produit planétaire » : automobiles dessinées en Italie, conçues au Japon, montées en Ontario et partageant moteurs et plateformes. Le moteur de ce nouveau type d'intégration commerciale est l'investissement direct étranger (IDE). Le degré de pénétration du phénomène chez les PME n'est toutefois pas encore clair. Cela dit, il définit l'environnement dans lequel celles-ci évoluent.

En somme, la PME mondiale se caractérise certes par un espace de marché international, mais ce qui la différencie fondamentalement de l'entreprise simplement exportatrice, c'est l'internationalisation de son espace de fonctionnement.

⁴ ORSER, B. *Examining the characteristics of Canadian SME exporters*. 23^e Colloque annuel du Conseil canadien des PME et de l'entrepreneuriat, Trois-Rivières, 2006. p. 9.

⁵ C. LEYRONAS et O. TORRES *Stratégie de mondialisation et PME : l'instruction d'un paradoxe*, Université de Montpellier I, circa 1996.

⁶ G. HODGSON *Le commerce international en évolution : l'émergence du commerce d'intégration*, EDC, mars 2004.



Les effets de la mondialisation sur les PME

La mondialisation affecte tout, quoique à des degrés différents. Le réflexe de croire que le « dépanneur du coin » en est exempt fait abstraction, par exemple, de la complexité croissante des inventaires, ne fût-ce que celui des bières importées. Aussi l'intérêt de la question réside-t-il forcément dans le « oui, mais encore ? ».

Comme le relèvent de nombreux auteurs⁷, la concurrence internationale accrue découlant de la mondialisation a sur les PME deux effets opposés : accroître leur marché et, ainsi, leur essor mais aussi accentuer la précarité de leur position sur leur propre marché. La réalité de ce constat purement logique a été reconnue en 2002 par la Charte de Bologne sur les politiques à l'égard des PME.

La Charte de Bologne sur les politiques à l'égard des PME (OCDE, 2002)

Les Parties « [reconnaissent] que la mondialisation, l'accélération du progrès technologique et l'innovation créent de nouvelles opportunités pour les PME, mais entraînent aussi des coûts de transition et de nouveaux défis [...]. »

À la suite de l'adoption en 2002 de la Charte de Bologne, fut lancé le processus de Bologne, clos par la deuxième Conférence de l'OCDE des ministres des pays membres en charge des PME tenue à Istanbul en juin 2004. Celle-ci a évalué l'impact sur les PME de la nouvelle donne créée par la mondialisation.

Ces deux types d'effets reflètent les dimensions centripètes et centrifuges de la mondialisation⁸ :

- a) Effet positif : des PME qui exportent davantage de produits spécialisés sont en mesure de s'intégrer dans des chaînes d'approvisionnement internationales et, partant, croissent plus rapidement.
- b) Effet négatif : la mondialisation accroît les menaces qui pèsent sur les PME, lesquelles éprouvent des difficultés à affronter la concurrence, même sur leur propre marché⁹.

En somme, la mondialisation est un défi : les PME, comme les firmes multinationales l'ont fait avant elles, doivent le relever au moyen de nouveaux processus de gestion, d'une productivité améliorée, ainsi qu'une qualité et d'une fiabilité accrues, sans compter la capacité de s'adapter aux nouvelles contraintes en tirant profit des occasions d'affaires créées par l'ouverture des frontières et les mutations technologiques en cours.

⁷ L. RAYMOND et M. AMAMI *Revue internationale PME*, vol. 9, no 1, 1996.

⁸ *Faciliter l'accès des PME aux marchés internationaux*, deuxième Conférence des ministres des PME des pays de l'OCDE, Istanbul, Turquie, OCDE, 2004, p. 6.

⁹ C'est ainsi qu'en France, par exemple, une récente enquête menée par le Mouvement des entreprises de France (MEDEF) démontre que la mondialisation est essentiellement vue à travers le spectre des délocalisations.



La mondialisation étant par nature un phénomène dynamique, le rapport que les entreprises ont avec celle-ci l'est tout autant. Certains facteurs peuvent accélérer la mondialisation des PME : des facteurs internes, tels que, évidemment, l'augmentation des possibilités de vente, la qualité des produits offerts par les PME ou encore l'innovation et la qualité de la R-D; des facteurs externes, comme l'abolition des barrières tarifaires et non tarifaires découlant de la libéralisation des échanges et l'accès accru à l'information et aux nouvelles technologies. Par contre, la hausse de la concurrence étrangère est liée à la taille de l'entreprise. Près de la moitié des entreprises européennes de taille moyenne deviennent plus concurrentielles, contre un cinquième des microentreprises¹⁰.

La PME mondialisée

Les PME sont encore relativement sous-représentées dans l'économie mondiale¹¹. Il reste vrai que les activités internationales exposent les PME à un climat d'affaires plus complexe et plus risqué pour lequel, par comparaison avec les grandes entreprises, elles sont relativement peu préparées et disposent de beaucoup moins de ressources. Aussi observe-t-on que les PME actives au plan international sont en général de taille plus grande (50-100 employés) que la moyenne des PME (moins de 10 employés).

Les PME qui exercent une activité internationale soutenue connaissent habituellement une croissance plus rapide que leurs homologues dont l'activité est strictement nationale. Leur croissance est estimée à 2,5 fois le taux de croissance moyen du PIB des économies de l'OCDE¹². Les PME exportatrices dont le taux de croissance est le plus rapide (quatre fois le taux moyen du PIB des pays de l'OCDE) sont celles qui occupent des créneaux spécialisés ou qui se situent dans des branches nouvelles. En effet, le développement d'un créneau particulier, souvent extrêmement pointu, reste l'un des éléments essentiels dans la conquête d'un marché extérieur¹³. Une forte corrélation entre les activités de R-D et les exportations est observée¹⁴. Aussi les exportations des PME créent-elles de l'emploi et donnent-elles un avantage concurrentiel réel. Les PME exportatrices doivent respecter des normes internationales, apporter davantage d'innovations technologiques à leurs produits puisqu'il en faut souvent, dans un premier temps, pour exporter et adapter leurs pratiques de commercialisation.

En outre, de plus en plus de PME font partie de groupements d'achats de systèmes d'entreprises partenariales ou encore créent des alliances pour faciliter l'import-export.

¹⁰ Commission européenne, 2001.

¹¹ OCDE, *op. cit.*, 2004.

¹² *PME et mondialisation*, Rapport de synthèse, vol. 1, Paris, OCDE, 1997, p. 9.

¹³ A. JOYAL *Les PME et l'ouverture des marchés*, Québec, Les Presses Inter Universitaires, 1996, p. 11.

¹⁴ Chamberlin, T. *The Propensity to Export and R&D : Does size matter?* 23^e Colloque annuel du Conseil canadien des PME et de l'entrepreneuriat, Trois-Rivières, 2006. p. 9



La mondialisation : une affaire de firmes multinationales ?

Dans une période de libéralisation des échanges comme celle qui a cours depuis l'après-guerre (accélérée à la suite de l'entrée en vigueur de l'ALE en 1989), la théorie propose que les entreprises faisant des affaires dans des marchés locaux exigus sortent souvent gagnantes. Ce phénomène s'explique par la perception réciproque de l'intérêt de pénétrer un marché étranger¹⁵. Autrement dit, si une PME présente dans un marché naturel de 300 millions de consommateurs (par exemple américains) voit peu d'intérêt à pénétrer un nouveau marché de sept millions et demi de consommateurs (par exemple québécois), l'inverse n'est pas vrai. La réalité impose toutefois des nuances. Ainsi, les préoccupations liées à la sécurité dans un contexte mondial de lutte contre le terrorisme ont un effet de resserrement des frontières, notamment par la mise en place de procédures douanières plus complexes. À ce jeu, les « petits » ne sont pas forcément gagnants. Les PME peuvent éprouver plus de difficultés que les firmes multinationales à gérer correctement la nouvelle donne.

Ces considérations semblent indiquer que la mondialisation est d'abord et avant tout l'affaire des multinationales, qui sont, par définition, des entreprises internationales en phase avec le monde dans lequel elles évoluent.

Une hypothèse classique voudrait qu'il faille « être gros » pour soutenir la concurrence mondiale. La distinction théorique des horizons économiques des entreprises, en inscrivant la stratégie des grands groupes dans un environnement mondial et en limitant celle des PME à une dimension régionale ou locale, a bien sûr été faite¹⁶. Or, les PME ont tout de même, à ce jeu, quelques avantages. Elles peuvent, par exemple, s'adapter plus rapidement que les grandes entreprises à l'évolution des conditions du marché et, en particulier, au raccourcissement des cycles de vie des produits, en les différenciant et en les fabriquant à la demande.

Cela dit, une ambiguïté demeure. Plusieurs caractéristiques définissant la PME (notamment le pouvoir centralisé du propriétaire-dirigeant) cadrent mal avec la mise en place d'un espace décisionnel entièrement partagé inhérent à l'entreprise mondialisée idéale. Or, dans les faits, même la firme multinationale reste assez centralisée. Aussi voit-on la PME mondiale comme une « baby-multinationale », soit en quelque sorte, une grande entreprise miniature¹⁷.

Il s'agit, en définitive, de PME « mutantes ». Alors qu'un flou certain gagne la typologie classique PME/grande entreprise, la distinction entre les entreprises se fera sans doute de plus en plus à l'aune du rayon d'action plutôt qu'à celle du nombre d'employés.

¹⁵ P.-A. JULIEN et M. MORIN *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1995, p. 37-38.

¹⁶ C. LEYRONAS et O. TORRÈS *op. cit.*

¹⁷ *Ibid.*



Le fait est que la nature du commerce, national ou international, ne dépend pas de la taille de l'entreprise, mais de la taille du marché¹⁸. Un marché international commande une stratégie internationale, peu importe que l'entreprise ait 25 ou 25 000 salariés. La différence entre hier et aujourd'hui, c'est que les PME ont maintenant accès aux outils et aux réseaux (grâce en partie à la révolution numérique) leur permettant de desservir ce marché. Internet a toutefois deux visages : il engendre certes une réduction de coûts¹⁹, favorise les contacts à l'étranger avec d'autres firmes (grossistes, par exemple), mais il représente aussi la dure réalité du *B2B*²⁰ *online*, avec ses gros joueurs qui peuvent, de fait, exclure les plus petits, manquant de ressources et de compétences pour accéder à cette plateforme de haute technologie. En définitive, toutefois, l'adoption des TIC porte en germe des perspectives d'amélioration des performances globales des PME²¹, notamment en facilitant les accès à distance à des intranets, ce qui justifie les investissements significatifs observés. Or, la plupart des PME hésitent encore à s'engager dans les transactions commerciales en ligne, peu porteuses pour leurs niches souvent restreintes, bien que leurs achats auprès des fournisseurs soient plus importants que leurs propres ventes.

En outre, il est apparu que l'accroissement de l'utilisation de la sous-traitance par les multinationales a entraîné des PME spécialisées dans leur sillage. Les PME sont engagées dans cette restructuration de cinq façons, en étant :

- 1) partenaires dans des alliances stratégiques internationales, notamment de distribution;
- 2) parties prenantes ou cibles de fusions/acquisitions par des entreprises étrangères;
- 3) fournisseurs spécialisés de multinationales;
- 4) membres de réseaux mondiaux informels;
- 5) participants dans des réseaux électroniques²².

Une typologie des PME exportatrices

Il y a plusieurs nuances à apporter au sein même des PME exportatrices. Il existe une différence majeure entre le chef d'entreprise qui répond à une commande inopinée de l'étranger, si son inventaire le permet, et l'exportateur professionnel qui pratique déjà la diversification.

L'opportuniste réagit aux demandes ponctuelles. L'engagement de sa direction ainsi que sa stratégie sont purement réactifs et il ne passe pas par les réseaux de distribution à l'étranger. Le marketing, notamment, n'est pas orienté en ce sens.

¹⁸ P. SALLENAVE *La PME face aux marchés étrangers*, Chicoutimi, Gaëtan Morin Éditeur, 1978, p. 115.

¹⁹ Quoique certains exemples concrets (eToys) tendent aussi à démontrer que les frais fixes et variables du commerce en ligne ne sont pas forcément plus bas que ceux du commerce en grande surface (voir K. SAKAI *Global Industrial Restructuring : Implications for Small Firms*, Paris, OCDE, 2004, p. 19).

²⁰ *Business to Business*, en opposition à *Business to Customer* (B2C).

²¹ *Perspectives de l'OCDE sur les PME*, Paris, OCDE, 2002, p. 14.

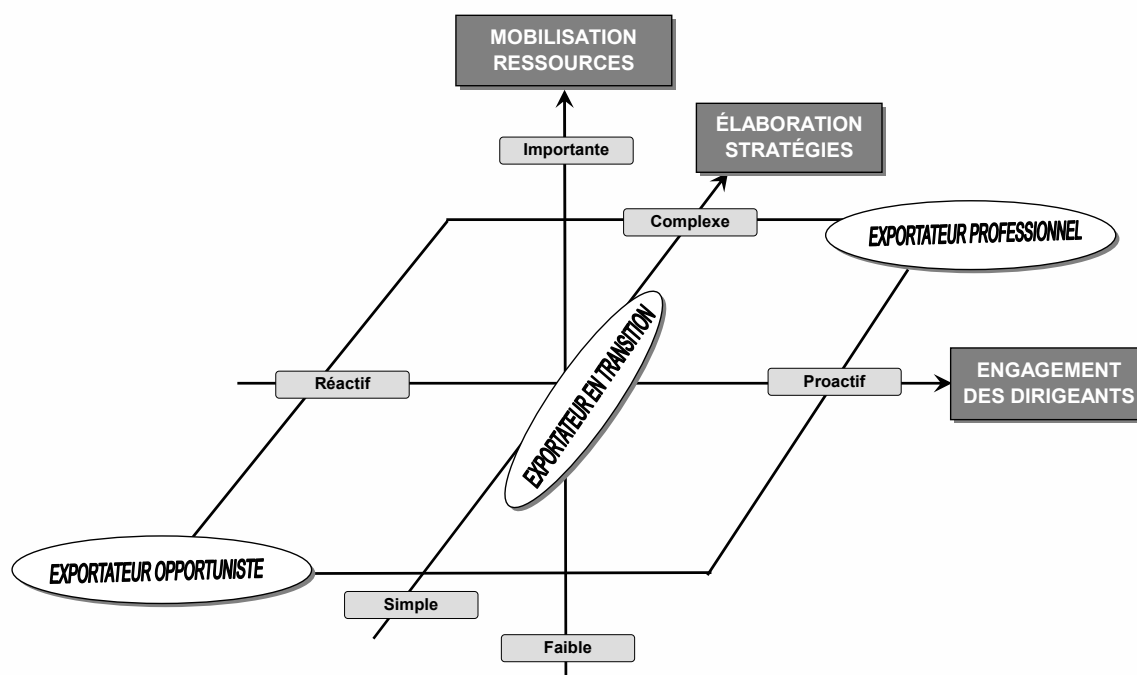
²² K. SAKAI *Global Industrial Restructuring : Implications for Small Firms*, Paris, OCDE, 2004, p. 11.



À force de recevoir des commandes internationales, le processus d'apprentissage peut finir par jouer, incitant la PME opportuniste à mieux structurer cette activité. Si, au contraire, de telles activités sporadiques accaparent trop de ressources au détriment d'un marché national plus rentable, la direction peut prendre alors la décision de se retirer. Cette période d'interrogation caractérise la firme « en transition ». Il s'agit d'une phase de l'évolution, que sous-tend une volonté affichée d'exporter, même si cela peut se concrétiser par un repli stratégique sur le marché national (consolider les appuis avant de faire le saut). Par apprentissage, par volonté, ces PME se donnent une stratégie proactive et complexe pour conquérir le marché international. Elles mobilisent différentes ressources et mettent en œuvre une stratégie de marketing en fonction de cet objectif. Ces entreprises peuvent alors devenir des PME exportatrices professionnelles.

Ces PME poursuivent des objectifs internationaux clairement définis. Elles misent sur la différenciation, la concentration et l'innovation, et s'appuient sur une structure organisée de recherche et développement (R-D). Elles peuvent, à terme, opter pour une diversification de leurs exportations. Elles ciblent en majorité la clientèle des grossistes et celle des détaillants. Elles recourent à des intermédiaires qui jouent un rôle important dans leurs stratégies de promotion et de publicité. On y trouve même la délégation, à l'interne, de la responsabilité des exportations. Cela dit, le service après-vente reste, en règle générale, la responsabilité du siège social.

Typologie des PME exportatrices²³



²³ Typologie tirée de : JOYAL, A. Les PME et l'ouverture des marchés. Québec, Les Presses Inter Universitaires, 1996, p. 103.



QUELLE EST LA PART DES PME DANS LES EXPORTATIONS QUÉBÉCOISES?

L'analyse du commerce international des PME québécoises est possible grâce à la ventilation par nombre d'employés des données statistiques classiques d'import-export, compilées par les autorités douanières. Cette ventilation, presque inexistante il y a seulement quelques années, ne couvre toutefois pas l'ensemble du phénomène de la mondialisation tel qu'il est décrit dans la section précédente (mouvements de capitaux, circulation du savoir, etc.).

Les chiffres ventilés par établissement²⁴ selon leur taille sont obtenus à partir du Registre des exportateurs de Statistique Canada. Ils couvrent l'ensemble des exportations internationales de biens réalisées par des entreprises québécoises.

Le nombre de PME québécoises exportatrices

Au Québec, en 2004, 93,6 % des exportateurs de biens (ayant exporté un minimum de 30 000 \$ CA au moins une fois entre 1993 et 2004) sont des PMEX²⁵. Ces 9 055 PMEX ont effectué des exportations de 29 952 millions de dollars (M\$), soit 45,1 % des exportations totales du Québec.

Pourcentage d'exportations réalisées par les PME

Le pourcentage d'exportations réalisées par les PMEX (45,1 %), obtenu à partir des données du *Registre des exportateurs* de Statistique Canada, diffère des pourcentages obtenus à partir d'autres sources. Il inclut les exportations d'établissements non manufacturiers, réalisées principalement par les grossistes et les entreprises du secteur primaire (agriculture, pêche, mines et forêt). En ne tenant compte que des exportations manufacturières, le pourcentage des exportations effectuées par les PMEX s'élève à 34,2 % (18 033 M\$ sur 52 656 M\$).

Or, dans l'*Enquête annuelle des manufactures* de Statistique Canada où les données sont compilées sur la base de la taille des entreprises, les expéditions à l'étranger (exportations) des PME québécoises représentent seulement 17,2 % (2003) du total des exportations manufacturières québécoises.

Cet écart du simple au double s'explique notamment par le fait qu'il s'agit d'établissements dans le premier cas et d'entreprises dans le second. Prenons l'exemple de deux ou plusieurs établissements exportateurs de moins de 200 employés faisant partie d'une entreprise de plus de 200 employés. Dans le *Registre des exportateurs*, ces exportations seront attribuées à ce que nous nommons des PMEX, tandis que dans l'*Enquête annuelle des manufactures*, elles le seront à l'entreprise selon le nombre total d'employés).

Le pourcentage des exportations mondiales de marchandises réalisées par les PME a été estimé par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), entre 25 % et 35 %²⁶. L'OCDE considère toutefois comme PME les entreprises (ou « sociétés » dans son lexique) de moins de 250 employés.

Dans ce contexte, il est difficile, d'une part, de comparer les chiffres obtenus, et, d'autre part, d'obtenir un portrait exact des exportations des « vraies » PME québécoises.

²⁴ Un *établissement statistique* est une unité de production, une installation de production ou un siège social. Une *entreprise* statistique correspond à la somme des *établissements* statistiques que l'entreprise contrôle. Pour référence, en 2002, 88 % des exportateurs canadiens étaient des entreprises à établissement unique. Source : Statistique Canada, *Profil des exportateurs canadiens*.

²⁵ La PMEX (PME exportatrice) correspond dans la présente section à un établissement exportateur de moins de 200 employés. Techniquement, ces établissements ne sont pas tous de « vraies » PME, car certains de ces établissements font partie d'une entreprise de plus de 200 employés.

²⁶ Source : *Faciliter l'accès des PME aux marchés internationaux*, deuxième Conférence des ministres des PME des pays de l'OCDE, Istanbul, Turquie, OCDE, 2004, p. 9.



Dans l'ensemble, 70,6 % des exportateurs comptent moins de 50 employés, assurant 21,0 % des exportations. Les PMEX de moins de 100 employés fournissent 32,7 % des exportations. La PMEX est évidemment présente dans le créneau des « petits » exportateurs (moins de un million de dollars) : en 2004, 97,1 % des exportateurs ayant exporté pour moins de 1 M\$ sont des PMEX. Cela dit, il faut éviter de généraliser. En 2004, plus de la moitié (51,7 %) des « grands exportateurs » (25 millions de dollars et plus) étaient des PMEX, soit 197 sur 381. Parmi celles-ci 72 comptaient moins de 50 employés²⁷. Toutefois, l'ensemble de ces PMEX ne représentaient, en valeur, que le tiers (33,2 %) des exportations des grands exportateurs.

**Nombre d'établissements exportateurs de biens et valeur des biens exportés,
selon le nombre d'employés et la taille des exportations
Québec, 2004**

Nombre d'établissements exportateurs de biens					
Taille des exportations*	Nombre d'employés				Total
	Moins de 50	50 à 99	100 à 199	200 et plus	
Moins de 30 000 \$	1 191	156	86	47	1 480
30 000 à 99 999 \$	1 673	171	104	42	1 990
100 000 à 999 999 \$	2 688	395	207	110	3 400
1 000 000 à 4 999 999 \$	934	350	200	90	1 574
5 000 000 à 24 999 999 \$	268	227	208	142	845
25 000 000 \$ et plus	72	43	82	184	381
Total	6 826	1 342	887	615	9 670

Valeur des biens exportés (M\$)					
Taille des exportations*	Nombre d'employés				Total
	Moins de 50	50 à 99	100 à 199	200 et plus	
Moins de 30 000 \$	14,8	1,8	1,1	0,6	18,3
30 000 à 99 999 \$	96,8	11,1	7,2	2,9	118,1
100 000 à 999 999 \$	949,2	164,6	89,8	50,4	1254,0
1 000 000 à 4 999 999 \$	2 168,7	927,8	581,7	244,6	3 922,8
5 000 000 à 24 999 999 \$	2 831,3	2 395,2	2 702,5	2 024,6	9 953,6
25 000 000 \$ et plus	7 880,6	4 277,0	4 851,0	34 165,8	51 174,3
Total	13 941,3	7 777,4	8 233,4	36 488,9	66 441,0

* : La taille des exportations fait référence à la valeur des biens exportés au cours d'une année.

Source : Registre des exportateurs, Statistique Canada, juillet 2006.

Direction de l'analyse des relations économiques extérieures, MDEIE, décembre 2006.

²⁷ Cette statistique étonnante peut notamment s'expliquer par le fait que certaines sociétés peuvent centraliser leurs ventes à l'étranger au sein d'un seul de leurs établissements.



Les nouveaux exportateurs et les exportateurs réguliers

De 2000 à 2004, 3 846 exportateurs ont exporté une première fois (769 en moyenne par an), ce qui représente 21,2 % du total canadien. Le total de biens qu'ils ont exportés pendant ces cinq années est de 2,6 milliards de dollars, soit moins de 1 % du total des exportations pour la période. La proportion des PMEX tel que définie par le nombre d'employés n'est pas comptabilisée en soi. Or, il s'agit, aux deux tiers, d'établissements non manufacturiers, n'exportant qu'exceptionnellement pour un million de dollars et plus, et, dans une proportion de plus de 60 %, pour moins de 100 000 \$. L'effet de ces nouveaux exportateurs sur la croissance des exportations et sur la variation annuelle des flux est non significatif à court terme. Les efforts mettant l'accent sur la promotion des nouveaux exportateurs n'apporteront leurs bénéfices qu'à moyen ou long terme.

En outre, cette arrivée en masse de nouveaux exportateurs n'a que peu d'influence sur le nombre total d'établissements exportateurs pendant la période, qui passe au net de 9 605 (en 2000) à 9 670 (en 2004), soit un accroissement négligeable de 13 établissements par an. Pourtant, au cours de la période, 3 846 ont tenté leur chance. C'est dire que la différence entre l'exportateur opportuniste et l'exportateur professionnel est aussi grande que ce qui se voit, par exemple, dans le monde sportif : un exportateur régulier est en quelque sorte l'équivalent d'un joueur de marque, qui ne s'est pas rendu où il est par le seul fait du hasard.

Québec et Canada : nouveaux exportateurs de biens 1996-2004

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nombre									
Taille des exportations									
Moins de 100 000 \$	1 184	701	516	580	632	552	569	402	204
100 000 \$ à 999 999 \$	512	281	251	268	307	269	271	219	151
1 000 000 \$ et plus	90	58	41	50	49	51	68	44	58
Total	1 786	1 040	808	898	988	872	908	665	413
Valeur (M\$)									
Taille des exportations									
Moins de 100 000 \$	39,3	23,7	17,1	21,1	24,2	23,2	23,8	16,8	11,5
100 000 \$ à 999 999 \$	160,5	75,4	66,1	82,1	94,2	71,6	75,3	64,3	52,5
1 000 000 \$ et plus	1 249,0	157,4	261,0	299,7	198,4	242,2	1 129,5	272,3	321,1
Total	1 448,8	256,6	344,2	402,9	316,8	336,9	1 228,5	353,4	385,1

Source : Registre des exportateurs, Statistique Canada, juillet 2006.

Direction de l'analyse des relations économiques extérieures, MDEIE, décembre 2006.



La contribution des PMEX aux exportations des régions du Québec

Le pourcentage d'exportateurs de moins de 200 employés variait en 2004 d'une région à l'autre, soit de 86,3 % au Saguenay—Lac-Saint-Jean à 96,3 % à Laval. La PMEX québécoise a exporté, en 2004, pour 3,31 millions de dollars en moyenne.

Au Saguenay—Lac-Saint-Jean, 17,6 % seulement des exportations étaient réalisées par des PMEX. Cela s'explique par la présence marquée de multinationales. À l'opposé, 67,1 % des exportations étaient réalisées par des PMEX dans la région de Laval.

Nombre de PME exportatrices de biens et valeur exportée par région administrative du Québec — 2004

	Nombre d'exportateurs		Valeur des biens exportés (M\$)	
	Nombre	en %	Valeur	en %
Région administrative				
Bas-Saint-Laurent	90	90,9	410,4	39,3
Saguenay—Lac-Saint-Jean	63	86,3	485,4	17,6
Capitale-Nationale	372	94,2	1 271,2	59,0
Mauricie	135	90,0	571,9	32,4
Estrie	385	92,3	1 166,0	37,7
Montréal	3 394	93,3	10 641,3	42,2
Outaouais	54	88,5	349,1	58,8
Abitibi-Témiscamingue	55	88,7	341,2	51,2
Chaudière-Appalaches	435	90,4	1 391,9	53,3
Laval	361	96,3	667,8	67,1
Lanaudière	208	95,4	586,9	52,0
Laurentides	373	94,0	991,7	30,9
Montréal	1 454	93,6	5 691,1	47,9
Centre-du-Québec	316	93,5	1 278,3	66,0
Autres (1)	56	83,6	1 149,6	40,9
Total avant non-répartis	7 751	93,1	26 993,8	43,6
Non-répartis (2)	1 304	96,7	2 958,3	64,8
Gand total	9 055	93,6	29 952,1	45,1

1. Côte-Nord, Nord-du-Québec et Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine.

2. On ne peut attribuer à une région en particulier les exportations de ces établissements.

Source : Registre des exportateurs de Statistique Canada.

Direction de l'analyse des relations économiques extérieures du MDEIE, décembre 2006.



CONCLUSION

Les entreprises québécoises, petites ou grandes, ne peuvent pas plus échapper à l'internationalisation de leur espace de fonctionnement que la plage à la vague. En effet, la mondialisation ne relève pas de l'aménagement intérieur de l'espace économique : c'est plutôt la construction d'un nouvel espace économique, d'une nouvelle maison en quelque sorte, à la suite d'une secousse sismique. Une maison décroissonnée, ouverte et vitrée, dans laquelle, s'il est plus facile de faire des affaires à l'étranger, il est aussi plus facile pour l'étranger d'en faire chez soi. C'est en somme un défi. Et les chiffres démontrent que ce défi est loin d'être relevé par les seules multinationales.

Ainsi, au Québec, en 2004, 9 055 PME ont réalisé 45,1 % du total des exportations québécoises. La PME exportatrice type vient de la grande région métropolitaine et a exporté pour 3,31 millions. Par contre, les nouveaux exportateurs, le plus souvent des PME, ne représentent que moins de 1 % des exportations totales. La complexification des procédures aux frontières dans un contexte de sécurité accrue demandera des efforts encore plus soutenus.

Mais, dans l'ensemble, il est patent que les PME québécoises font bonne figure dans le contexte de la mondialisation.

Or, même dans ce nouvel espace économique, personne n'est « condamné » à exporter. Et là n'est pas, du reste, la question. Il y aura toujours un marché de quartier pour un boulanger à son compte. Seulement, il est infiniment plus facile en 2007 qu'en 1967 d'acquiescer de l'expertise ou des fours étrangers, d'importer tel ingrédient ou de glaner telle technique de pointe dans le Web. Qu'une baguette goûte sensiblement la même chose à Tadoussac qu'à Saint-Malo, c'est aussi cela la mondialisation économique des PME. L'ensemble du phénomène est loin d'apparaître dans les seuls comptes économiques.

D'aucuns se désoleront de ce nivellement planétaire. D'autres, petits entrepreneurs, PME « mutantes » comme grandes multinationales, saisissent la balle au bond, relèvent le défi de répondre à une demande mondialisée et créent de la richesse et de l'emploi.

Philippe Navarro
Conseiller
daree@mdeie.gouv.qc.ca