

**CONFERENCE DE BOLOGNE 2000 SUR LES PME
SYMPOSIUM DES ENTREPRISES**

TABLE RONDE 3 :

Concrétiser les potentialités que le commerce électronique offre aux PME dans l'économie mondiale

QUESTIONS A EXAMINER

L'objet de ce document est de servir de base aux discussions entre les participants à la Table ronde du Symposium des entreprises sur le commerce électronique et les PME qui doit avoir lieu à Bologne le 13 juin. **Les présentations et discussions lors de la Table ronde mettront en lumière un certain nombre de propositions d'initiatives concrètes**, dans l'esprit de celles figurant dans la Déclaration finale de la conférence, qui seront soumises aux Ministres lors de la Conférence de Bologne des 14 et 15 juin.

TABLE RONDE 3

Concrétiser les potentialités que le commerce électronique offre aux PME dans l'économie mondiale

QUESTIONS A EXAMINER

1. L'Internet offre aux entreprises de toute taille des possibilités considérables d'innover, de dégager des gains d'efficacité et de prendre pied sur de nouveaux marchés aux plans intérieur et mondial. A bien des égards, ce sont les PME qui devraient bénéficier le plus de la Société de l'information. A la différence des grandes entreprises, dont beaucoup opèrent déjà sur les marchés mondiaux par le biais de réseaux de filiales bien établis, le potentiel de développement des PME sur le marché international a été limité par leur petite taille, leur manque de ressources et leur capacité réduite à identifier des clients et fournisseurs nouveaux à l'étranger et à travailler avec eux. L'Internet gomme ces inconvénients en ouvrant les marchés mondiaux à toute entreprise disposant d'une stratégie efficace pour conduire ses activités en ligne. Mais malgré ces possibilités, les PME le plus souvent tardent à tirer parti du commerce électronique, et cela soulève d'importantes questions pour les décideurs.

Quels sont les avantages du commerce électronique pour les PME ?

2. L'avantage le plus évident que les nouvelles technologies de l'information offrent aux PME est qu'elles peuvent proposer leurs produits et services à des clients pratiquement partout dans le monde. Toutes les estimations montrent que l'accès à Internet et son utilisation se développent rapidement, le nombre d'utilisateurs étant estimé à plus de 300 millions en mars 2000¹, et plusieurs études donnent à penser que les achats en ligne par les consommateurs pourraient atteindre 400 milliards de dollars d'ici 2002². Les dirigeants d'entreprise peuvent maintenant utiliser Internet pour étudier ce vaste marché nouveau, acquérir une meilleure connaissance des goûts et préférences des clients et cibler de vastes clientèles. Mais ces nouveaux débouchés ne sont qu'un début.

3. La Société de l'information pourrait révolutionner tous les aspects des activités des entreprises, depuis l'innovation et le développement des produits, l'approvisionnement et la production, jusqu'à la logistique et la coordination et la diffusion de l'information. Aujourd'hui, plus que jamais auparavant, une petite entreprise peut utiliser les nouvelles technologies pour répondre rapidement aux nouvelles exigences des consommateurs, adapter les biens et services à la demande locale, gérer ses chaînes d'approvisionnement et ses stocks et maîtriser ses coûts de production et son contrôle de qualité. Les gains peuvent être également considérables au stade de la distribution. Selon une étude, la réduction du "coût" moyen d'une commande pour l'entreprise pourrait atteindre 90 pour cent grâce au commerce électronique³. Les PME peuvent maintenant utiliser les nouvelles technologies pour réduire de façon spectaculaire les délais entre la commande et la livraison, en s'associant souvent avec d'autres PME, identifiées sur Internet, qui leur servent de partenaires commerciaux locaux dans leurs réseaux de production et de distribution. Et pour les entreprises qui peuvent distribuer leurs produits sous forme numérique sur Internet, les gains procurés par le commerce électronique au niveau de la production et de la distribution peuvent encore plus considérables.

1. Enquêtes de la NUA sur Internet à l'adresse : http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html

2. ITAA, International Date Corporation.

3. ITAA.

Pourquoi certaines PME ont-elles tardé à tirer parti du commerce électronique ?

4. Etant donné le potentiel considérable de ce nouveau moyen pour la conduite d'une activité économique, pourquoi certaines PME ont-elles tardé à mettre en place des stratégies de commerce électronique, et préféré plutôt s'en remettre aux pratiques traditionnelles ?

5. L'enquête réalisée par l'OCDE auprès de représentants des entreprises met en évidence un certain nombre de raisons à cette adoption tardive par les PME (voir tableau 1). L'une des principales est que leurs clients et fournisseurs les plus importants n'ont pas encore intégré le commerce électronique dans leur activité économique. Pour de nombreuses entreprises, l'intérêt à l'égard du commerce électronique a souffert de la prédominance de l'anglais sur le World Wide Web, qui restreint l'utilité d'Internet pour atteindre les clients potentiels sur les marchés non anglophones. Le coût élevé de l'accès à Internet constitue un obstacle supplémentaire aussi bien pour les consommateurs que pour les PME dans certains pays. Et dans tous les pays, l'essor du commerce électronique est freiné par les inquiétudes manifestées par de nombreux clients potentiels quant à la sécurité des transactions en ligne lorsque celles-ci impliquent la transmission d'informations relatives aux cartes de crédit.

6. L'enquête a également mis en lumière une autre raison importante de cette lenteur d'adoption : nombre de PME n'ont tout simplement pas les connaissances et compétences techniques fondamentales nécessaires pour mettre en œuvre des stratégies de commerce électronique. Elles sont souvent trop occupées à mobiliser des ressources humaines et financières rares pour essayer de faire aboutir leurs plans d'entreprise initiaux, et elles hésitent à allouer des ressources à la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie de commerce électronique tant qu'elles n'ont pas une compréhension plus claire des avantages et des risques. Même parmi les PME qui reconnaissent le potentiel qu'offre le commerce électronique, nombreuses sont celles qui sont retenues par les incertitudes concernant l'environnement juridique, réglementaire et fiscal. Les craintes de doubles emplois ou de conflits dans les exigences réglementaires et éventuellement de nouvelles taxes influent sur les décisions d'investissement des entreprises quelle que soit leur taille, mais les PME sont particulièrement vulnérables à ce type d'incertitude. Dans la mesure où le débat se poursuit sur des questions comme la normalisation, la fiscalité, la protection des consommateurs et les questions de responsabilité, de nombreuses entreprises attendent d'y voir plus clair dans le cadre juridique régissant le commerce électronique.

Que peuvent faire les pouvoirs publics pour encourager l'utilisation du commerce électronique par les PME ?

7. Un certain nombre d'approches communes destinées à lever les obstacles les plus importants à l'adoption du commerce électronique par les PME ont été suggérées dans les réponses à l'enquête, bien que les propositions varient en fonction des problèmes spécifiques rencontrés par les différents pays (voir le tableau 1 pour des propositions d'action). Au premier rang figurent des recommandations à l'intention des gouvernements pour qu'ils encouragent une plus grande prise de conscience d'Internet et des possibilités qu'offre le commerce électronique, aussi bien par le grand public que, plus spécifiquement, par les PME. Un certain nombre de propositions précises ont été avancées, notamment des suggestions pour que les pouvoirs publics agissent plus rapidement pour mettre en ligne les services publics et intègrent les nouvelles technologies de l'information dans les programmes d'enseignement et de formation financés par le secteur public. Un certain nombre de gouvernements ont déjà mis en place des centres d'échange et d'information sur le commerce électronique et il existe des initiatives privées, publiques et en partenariat public-privé pour dispenser une formation et un soutien spécialisés à l'intention tant des PME que du grand public. Un plus large recours à ces programmes encouragerait les entreprises locales à adopter le commerce électronique et offrirait aux PME un plus large éventail de débouchés à l'échelon international.

8. Le coût élevé de l'accès à Internet et l'inadéquation des infrastructures de télécommunications sont deux problèmes également cités par de nombreux représentants des PME. Pour certaines entreprises, la réponse réside dans une plus grande libéralisation des marchés des télécommunications locales : avec des réseaux de télécommunications efficaces et concurrentiels, non seulement les entreprises pourront plus aisément adopter le commerce électronique mais cela diminuera aussi les risques et pourra ouvrir de nouveaux marchés du fait que les clients potentiels auront un accès beaucoup plus grand à Internet. Certaines réponses à l'enquête ont fait valoir que les pouvoirs publics pourraient contribuer à réduire le coût de l'accès à Internet et de l'investissement dans les équipements nécessaires en fournissant un soutien financier, des incitations fiscales par exemple.

9. L'enquête a montré que la réglementation est une question clé pour les PME. L'Internet permet aux entreprises d'interagir aisément avec leur clientèle et d'autres entreprises au-delà des frontières nationales. Si les différents gouvernements promulguent des règles différentes concernant les transactions en ligne dans leur juridiction, les avantages du commerce électronique disparaîtront en pratique, notamment pour les PME, dans la mesure où nombre d'entre elles seront tout simplement incapables de se conformer à une multitude de réglementations nationales. Pour autant que l'intervention se justifie, les pouvoirs publics devraient coopérer étroitement pour éviter d'imposer aux entreprises des exigences contradictoires ou faisant double emploi.

10. La fiscalité et les droits de douane sont d'autres questions importantes pour les PME. Le moratoire sur les droits de douane frappant les transmissions électroniques décidé à l'OMC en mai 1998 a constitué une étape importante pour promouvoir l'Internet comme support pour le commerce international. Si le moratoire devait prendre fin et/ou si les gouvernements décidaient d'introduire de nouvelles formes d'imposition des transactions de commerce électronique, les PME seraient particulièrement affectées par l'alourdissement des coûts et des obligations administratives. Les gouvernements devraient donc envisager de proroger indéfiniment cette décision de ne pas imposer de droits de douane sur les transmissions électroniques et faire en sorte que toute fiscalité à l'égard du commerce électronique soit neutre vis-à-vis des autres transactions entre entreprises et compatible avec les principes reconnus au plan international. Pour les PME de l'Union européenne, ces commentaires ont été complétés dans l'enquête par un appel en faveur de la pleine application de la réforme de la TVA dans l'UE et du principe du pays d'origine.

11. Les considérations qui précèdent ne sont qu'un échantillon des nombreuses questions qui peuvent influencer sur le commerce électronique. Alors que les grandes entreprises peuvent être en mesure de relever un certain nombre de ces défis, les obligations et coûts supplémentaires imposés aux PME peuvent être particulièrement difficiles à assumer, ce qui réduirait en pratique les avantages du commerce électronique en tant que stratégie pour les entreprises. Les gouvernements devraient donc rester particulièrement vigilants quant à l'incidence de leurs initiatives sur la viabilité du commerce électronique comme moyen pour les PME d'étendre leurs activités aux marchés mondiaux.

QUESTIONS À EXAMINER

12. Quels sont les éléments qui déterminent la capacité des entreprises à utiliser avec succès les nouvelles technologies de l'information et des communications et notamment les technologies basées sur Internet, pour avoir accès aux marchés internationaux ? Pourquoi certaines PME ont-elles agi plus rapidement pour mettre en oeuvre les nouvelles technologies de l'information dans le cadre de leur stratégie d'entreprise ?
13. Existe-t-il des exemples de programmes introduits avec succès par les pouvoirs publics ou les secteurs privé et/ou à but non lucratif pour aider les PME, qui ont été reconnus et évalués comme ayant contribué au succès de ces entreprises ?
14. Quelles sont les politiques ou réglementations particulières aux niveaux local, national, régional ou international qui pourraient promouvoir une plus grande sensibilisation des PME aux avantages de la Société de l'information et de l'intégration de l'utilisation d'Internet et du commerce électronique dans leurs stratégies d'entreprise ? Quelles sont les mesures spécifiques en matière d'assistance technique et de formation dont les PME pourraient bénéficier dans l'utilisation du commerce électronique ?
15. Quelles sont les politiques ou réglementations aux niveaux local, national, régional ou international qui s'opposent à l'utilisation avec succès du commerce électronique par les PME, dans des domaines comme les échanges, la concurrence, les droits de propriété intellectuelle (DPI), les normes et la fiscalité ?
16. Quel rôle les institutions internationales peuvent-elles jouer pour contribuer à faciliter le développement d'un environnement attrayant de nature à encourager les PME à opter pour le commerce électronique et à susciter des possibilités d'utilisation du commerce électronique par les PME ?
17. Comment tenir pleinement compte des points de vue des PME dans la préparation des lignes directrices, réglementations et initiatives ou instrument de réglementation ou de co-régulation en relation avec les TIC et le commerce électronique ?

ANNEXE

ENQUÊTE AUPRÈS DE REPRÉSENTANTS DU SECTEUR DES ENTREPRISES

Principaux obstacles à l'utilisation du commerce par les PME et suggestions d'action

Obstacles *	Suggestions d'action
Faible utilisation du commerce électronique par les clients et fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">• Faire connaître les avantages du commerce électronique.• Créer les conditions de son développement : incitations fiscales, programmes de sensibilisation, assistance technique.• Introduire des programmes de formation et d'enseignement.• Elaborer des cadres juridiques propices au développement du commerce électronique.
Manque de connaissances et de compétences techniques parmi le personnel des PME	<ul style="list-style-type: none">• Promouvoir la formation et l'enseignement (p.ex. incitations fiscales en faveur de la formation).
Problèmes linguistiques	<ul style="list-style-type: none">• Promouvoir des cours de langue, développer les compétences pour les relations d'affaires.• Promouvoir des programmes d'enseignement à vocation plus internationale.
Faible sensibilisation des chefs d'entreprise aux possibilités et risques du commerce électronique	<ul style="list-style-type: none">• Les institutions professionnelles devraient fournir davantage d'informations sur les possibilités et risques du commerce électronique.• Financement ou cofinancement de la formation des chefs d'entreprise.• Meilleure diffusion de l'information.
Coût relativement élevé de l'accès à Internet	<ul style="list-style-type: none">• Accès bon marché ou gratuit des PME à Internet (p.ex. par la libéralisation des télécommunications, des incitations fiscales en faveur de l'investissement).
Les paiements par cartes de crédit ne sont pas sécurisés	<ul style="list-style-type: none">• Mettre en place une législation réglementant les paiements par cartes de crédit.• Encourager de nouvelles améliorations du système bancaire.• Fournir davantage d'informations sur la sécurité des paiements par cartes de crédit.

* Par ordre de fréquence dans les réponses.