

## **Accélérer l'adoption du commerce électronique parmi les PME : mettre l'accent sur la productivité et la rentabilité**

L'utilisation des technologies d'information et des communications (TIC) perfectionnées (commerce électronique) par les petites entreprises contribue fortement à leur productivité et à leur rentabilité. Le commerce électronique ne fait pas uniquement référence à la vente de produits sur Internet. En effet, bien que l'Internet constitue un réseau de vente important, ce domaine est un aspect relativement mineur du commerce électronique global. Certes, entre 80 et 90 % des avantages attribués au commerce électronique découlent des transactions interentreprises et des économies réelles découlant de la productivité accrue des procédures administratives internes.

Le commerce électronique vise à accroître l'efficacité des relations et procédures commerciales traditionnelles, notamment recrutement, approvisionnement, administration, marketing/commercialisation et soutien à la clientèle (communément appelées frais généraux), grâce à des applications et des technologies innovatrices. En tirant parti de la technologie de l'information et des applications du commerce électronique articulées sur les technologies de réseaux, les entreprises peuvent réduire leurs frais, accroître leurs bénéfices et rehausser la satisfaction de leur clientèle. Le gouvernement doit mettre davantage l'accent sur l'utilisation des TIC pour assurer la productivité et la compétitivité continue du Canada au sein de l'économie mondiale.

Les PME participent de façon significative à l'économie canadienne. Statistique Canada estime qu'en 2004, parmi les 1 046 345 entreprises de l'employeur du Canada, moins de 3 000, ou environ 0,3 %, employaient plus de 500 personnes. La grande majorité des entreprises (98 %) comptent moins de 100 employés, près de 75 % en comptent moins de dix et 58 % entre un et quatre. Les PME représentent environ 65 % de l'emploi du secteur privé et le secteur croît de 15 à 25 % annuellement. Outre l'apport économique des PME, il faut reconnaître leur importance en tant qu'institutions sociales. La majorité des Canadiens travaillent pour des PME et c'est dans ces établissements qu'ils découvrent les nouvelles procédures et technologies et acquièrent une formation. Partant, en plus d'accroître la productivité canadienne, la promotion de l'innovation et de l'adoption du commerce électronique auprès des PME facilite l'atteinte d'objectifs sociaux, notamment l'acquisition d'une culture technique.

Lorsqu'il est question de l'application de l'innovation dans l'ensemble de l'économie, ce sont les PME qu'il faut cibler. En fait, un nombre plus élevé de PME canadiennes a signalé des avantages financiers découlant de l'adoption du commerce électronique - augmentation des revenus, diminution du coût des marchandises vendues et des dépenses générales, administratives et de commercialisation - que de PME aux États-Unis et dans l'Union européenne. Sensibilisées à cette tendance, les PME recherchent les avantages financiers de l'adoption des technologies. Cependant, le taux d'adoption varie en fonction de la taille de l'entreprise et du secteur d'activité. Les petites entreprises (moins de 100 employés) dominaient leurs homologues internationales sur le plan de l'adoption de solutions axées sur les clients et sur la finance, la comptabilité et l'approvisionnement, mais les entreprises de taille moyenne (entre 100 et 500 employés) tiraient de l'arrière à l'échelle internationale. Le gouvernement devrait entamer l'élaboration d'une stratégie nationale en matière de TIC et créer un conseil national sur le commerce électronique pour promouvoir les TIC au Canada, comme le recommandait

le rapport du Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications publié en 2006. Ce conseil national poursuivrait les excellents travaux de l'Initiative canadienne pour le commerce électronique (ICCe), un organisme qui a fait valoir les TIC au Canada et encouragé la productivité, le leadership et l'innovation au sein des PME. La mise en œuvre du conseil national éperonnerait un effort national en vue de fournir des repères, de l'information et des recommandations aux entreprises canadiennes.

Pour recueillir l'opinion des entreprises sur le cybercommerce et l'utilisation des technologies de l'information et des communications, la Chambre de commerce du Canada a effectué un sondage national de ses membres par l'entremise de son réseau de chambres locales en mars 2009. Le sondage visait à fournir un aperçu de l'utilisation d'Internet au sein des entreprises, des transactions interentreprises et de leur fréquence et des mesures de sécurité électronique utilisées par les entreprises.

En tout, 959 entreprises de toutes tailles ont répondu au sondage, ce qui est une excellente réponse; 66 % d'entre elles employaient entre une et dix personnes et 24 % employaient entre onze et 100 personnes. Les répondants étaient en grande majorité des petites entreprises.

Il n'est pas étonnant que 96 % des entreprises qui ont répondu au sondage utilisent Internet à des fins commerciales. En ce qui a trait à l'utilisation du site Web de l'entreprise, 73 % acceptent les paiements électroniques et 69 % offrent des commandes électroniques et un suivi électronique des marchandises. De plus, 87 % fournissent des renseignements sur leurs produits sur leur site Web.

En ce qui a trait à l'adoption du cybercommerce pour les transactions interentreprises électroniques, les résultats variaient. En effet, 42 % des entreprises sondées ont déclaré qu'elles n'utilisaient pas de système automatisé de partage des données pour envoyer des commandes à leurs fournisseurs, 51 % reçoivent et envoient des factures électroniques, 46 % peuvent recevoir les commandes des clients, 65 % envoient ou reçoivent des renseignements sur les produits, 46 % envoient des instructions de paiement aux institutions financières et 45 % envoient et reçoivent des données de gouvernements (notamment renseignements fiscaux). Ces résultats démontrent qu'il faut s'efforcer d'encourager les entreprises à utiliser les solutions de cybercommerce interentreprises pour rendre leurs établissements plus concurrentiels à l'échelle mondiale. La simplicité est la clé; étant donné que la plupart des entreprises emploient moins de dix personnes, elles n'ont pas le temps de mettre en œuvre et de surveiller des solutions de cybercommerce complexes et coûteuses.

Les PME signalent diverses raisons pour l'adoption inégale; ces raisons comportent souvent des jugements qualitatifs, notamment des perceptions concernant l'inapplicabilité des solutions du cybercommerce à leur secteur. Cependant, le coût élevé des solutions reste un obstacle de taille pour les entreprises de tous les secteurs. Selon la Chambre de commerce du Canada, étant donné que le taux d'imposition élevé des capitaux d'investissement affecte les intentions d'investissement des entreprises, la création d'un régime fiscal concurrentiel et l'élimination accélérée de l'impôt sur le capital encourageraient sans doute les entreprises à augmenter leurs investissements en TIC.

## **Recommandations**

Que le gouvernement fédéral :

1. Élabore et mette en œuvre une stratégie d'adoption des TIC et crée un conseil national sur le commerce électronique pour promouvoir l'adoption des TIC dans tous les secteurs de l'économie.
2. Continue de travailler de concert avec le secteur privé pour accélérer l'adoption du commerce électronique parmi les PME et mette l'accent sur le potentiel de productivité et de rentabilité associé à l'adoption du commerce électronique à l'aide de démarches propres à chaque secteur.
3. Crée un climat d'investissement favorable (fondé sur un régime d'imposition des sociétés et des particuliers concurrentiel) qui stimule l'investissement étranger et national dans le marché canadien du commerce électronique, l'adoption du commerce électronique et la création de nouvelles entreprises de commerce électronique.