

INFOPME

Bulletin d'information **LaRePE** Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises

Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire

Éditorial

Les défis de l'exportation sont liés notamment à une bonne connaissance du marché vers lequel on destine nos activités, à la mise en marché d'un produit particulier qui pourra concurrencer les produits locaux ou nationaux, à l'efficacité de la production, etc. Pour relever ces défis et favoriser le succès de l'exportation, les entreprises devraient miser sur l'innovation pour assurer un produit distinctif, la veille concurrentielle pour obtenir une information stratégique, les études de marché pour connaître les besoins de la clientèle, et les collaborations pour réduire l'incertitude et accélérer le développement de produits/services appropriés. Dans cette perspective, les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent servir de support à l'ensemble de ces activités en accélérant l'obtention d'une information riche et pertinente et en facilitant sa diffusion dans l'entreprise, en favorisant l'innovation et en permettant des collaborations fructueuses entre les divers partenaires. Les résultats d'une étude statistique réalisée sur des données canadiennes montrent que même si les relations entre TIC et facteurs clés de l'exportation ne sont pas toutes vérifiées, les TIC jouent un rôle positif sur l'exportation en étant un élément facilitateur.

Josée St-Pierre, Ph. D.
Directrice
Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises

Le bulletin InfoPME a pour objectif de présenter des statistiques fidèles et « à jour » sur l'état des PME au Québec, des chroniques sur des thèmes d'actualité importants et des notes sur divers phénomènes touchant les PME afin de fournir des informations pertinentes aux entrepreneurs, aux conseillers économiques, aux consultants, aux banquiers et aux chercheurs intéressés au développement de ces entreprises. Il est publié trimestriellement et disponible sur le site <www.uqtr.ca/inrpme/larepe>.

InfoPME est publié par le
Laboratoire de recherche sur la performance des
entreprises (LaRePE)
Institut de recherche sur les PME –
Université du Québec à Trois-Rivières

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES
UQTR

Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire

JOSÉE ST-PIERRE, Ph. D.

Professeure titulaire,
Université du Québec à Trois-Rivières

MARIE-CHRISTINE MONNOYER

Professeure,
IAE Université de Toulouse, France

MARTINE BOUTARY

Professeure,
École supérieure de commerce de Toulouse, France

Ce texte est un extrait du document suivant :

ST-PIERRE, J., M.-C. MONNOYER et M. BOUTARY (2006), « Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire », Communication présentée au *VIII^e Congrès international francophone de la PME*, Fribourg, Suisse.

Faire des affaires à l'étranger, pour des PME ayant des ressources limitées, apparaît plus complexe que transiger sur les marchés nationaux ou locaux. Une distance parfois grande, des différences culturelles significatives, une plus grande complexité dans les activités de production, de négociation et de livraison sont autant de raisons pouvant freiner les PME dans leurs décisions de s'engager à l'international. De nombreuses enquêtes réalisées par des organismes gouvernementaux ou de développement économique confirment d'ailleurs la faiblesse de l'engagement des PME dans des activités internationales.

L'apparition des outils informatiques mis en réseau au début des années 1980 puis le développement de l'Internet ont toutefois renouvelé l'approche des marchés étrangers. Un accès plus rapide et facile à une information stratégique permettant d'identifier des marchés porteurs, une mise en réseau efficace entre les différents partenaires d'affaires permettant de réduire les risques dans le développement de nouveaux produits, une meilleure circulation de l'information dans l'entreprise afin de contribuer à une production plus efficace, sont autant de raisons permettant de croire que le développement des TIC pourrait favoriser l'exportation chez les PME.

Ce lien a été approfondi à partir d'une étude statistique sur les relations entre les TIC et l'exportation, relations passant par l'innovation, les collaborations de même que les activités de veille et de recherche d'information marketing, en prenant également en compte le profil et les objectifs du dirigeant principal de la PME.

Construction d'un modèle explicatif de l'exportation des PME

Avant d'exposer l'influence que pourrait avoir les TIC sur l'exportation, voyons d'abord les facteurs clés de l'exportation tel qu'identifiés dans plusieurs recherches sur le sujet.

Les facteurs clés de l'exportation

L'importance de l'innovation

Qu'il s'agisse de PME industrielles ou de services, l'ouverture sur les marchés étrangers suppose de disposer de savoir-faire originaux, ou de concevoir des nouveaux produits ou des prestations inédites. Le développement du volume des exportations impose qu'un effort d'innovation se pérennise via une adaptation de certaines caractéristiques du produit ou des demandes des partenaires clients ou distributeurs. Cet effort peut se faire par des activités formalisées de R-D selon le secteur. D'autre part, des résultats d'enquête montrent que les capacités technologiques (capacité à développer de nouveaux produits et de nouveaux processus) aident les PME à améliorer leur expansion internationale. Une mise à niveau rapide de la technologie utilisée par l'entreprise et des activités d'innovation lui permettent de maintenir son avance sur d'éventuelles entreprises rivales.

Les activités de veille et de recherche marketing

Le choix de se positionner sur le marché international conduit les PME à pratiquer une politique d'accès et de circulation de l'information dynamique. C'est la capacité de l'entreprise à capter l'information, à l'analyser et à la faire circuler qui mène aux résultats et permet de réduire les risques liés à la distance et aux différences culturelles avec un client localisé à l'étranger. Par ailleurs, le formalisme des activités de recherche d'information marketing, soit une collecte d'information structurée, des sources fiables et un traitement des données précis aussi bien en externe qu'au sein de l'entreprise, pourrait aussi être un facteur clé favorisant l'exportation.

Les partenariats ou collaborations d'affaires

Les collaborations ou partenariats sont une façon de combler le manque de ressources ou d'expertise des PME qui pourrait freiner leur développement sur la scène internationale. Aussi, l'intensification de la compétition internationale, l'enrichissement des connaissances dans toutes les activités économiques, la réduction du cycle de vie des produits justifient encore davantage l'intérêt, voire la nécessité d'établir des collaborations avec divers partenaires dans le but d'accéder à une information stratégique nécessaire pour exporter efficacement.

Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sont très diverses. De façon concrète dans les entreprises, les TIC sont envisagées de deux façons assez différentes : d'une part, les technologies qui se situent autour de l'Internet et qui facilitent la collecte et la communication d'informations et, d'autre part, les applications informatisées développées grâce à la numérisation de l'information. Ces dernières permettent aussi, et c'est ce qui amène à parler de TIC à leur sujet, une communication plus facile des données à différents interlocuteurs, allant du simple échange d'informations (mise en place d'une comptabilité analytique et transmission aux chefs d'atelier ou de projet) à une mise en réseau de l'entreprise (un ERP est supposé relier toutes les fonctions de l'entreprise, la prise de commandes devant déclencher le système d'approvisionnement et l'organisation de la production, entre autres).

L'utilisation de ces TIC, notamment Internet et le Web, procurent des avantages stratégiques opérationnels et de gestion aux PME tels qu'une plus grande intégration des processus internes et externes, des relations plus étroites avec les clients et les autres partenaires d'affaires, un accès à une information plus riche améliorant la prise de décision ainsi qu'un meilleur accès à des ressources externes. Les TIC, via le courrier électronique, apparaissent également comme un outil de renforcement des relations commerciales, un moyen, via le site Web, d'accentuer la visibilité à l'international. Ces avantages pourraient favoriser l'exportation chez les PME parce qu'elles pourraient permettre de réduire les inconvénients dus à des ressources limitées.

L'influence du profil et des objectifs du dirigeant sur l'adoption des TIC

L'expérience et la formation du propriétaire-dirigeant de la PME sont des facteurs inhibiteurs de l'utilisation des technologies, de même que des indicateurs d'une certaine prise de conscience de l'influence de ces technologies sur la gestion de l'information et de l'incertitude dans le contexte des affaires internationales.

Par ailleurs, plus ce dirigeant sera orienté vers une stratégie d'exportation et d'internationalisation, plus il sera sensible aux outils, pratiques d'affaires et technologies susceptibles de l'aider à rencontrer ses objectifs de développement et ce, à des coûts relativement modestes.

Échantillon, méthodologie et analyse des résultats

Cette étude statistique a été réalisée à partir d'un échantillon de 294 PME exportatrices représentant différents secteurs de la transformation. Ces entreprises ont un chiffre d'affaires médian de 5,7 M\$ CDN, embauchent 49 employés et ont 20 ans d'existence. Elles exportent plus de 20 % de leur chiffre d'affaires et ont un budget de R-D représentant plus de 1 % des ventes.

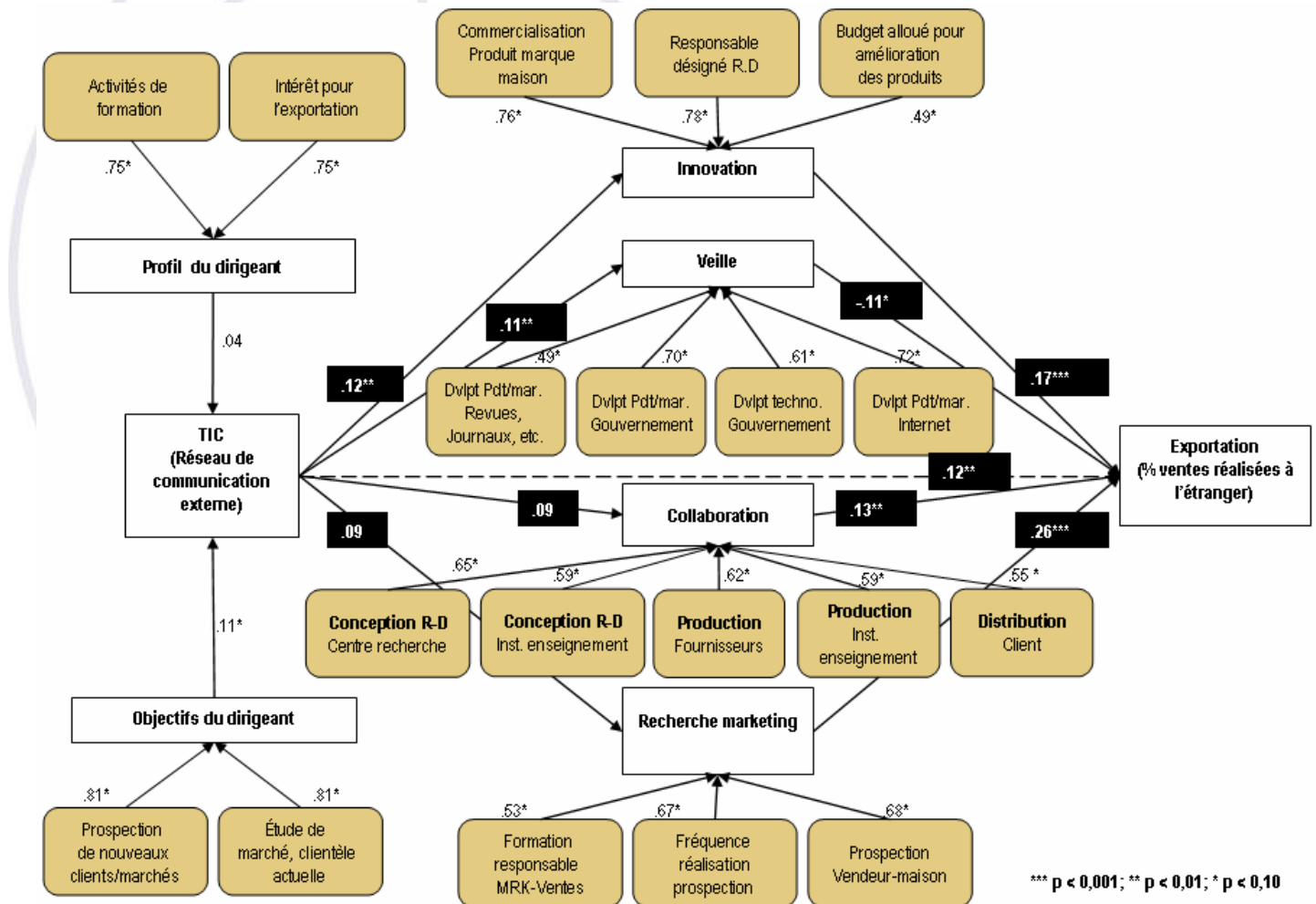
Des corrélations ont été utilisées pour vérifier la relation entre le profil et les objectifs du dirigeant et l'utilisation des TIC, l'utilisation des TIC et les facteurs clés de l'exportation, les facteurs clés de l'exportation et le taux d'exportation et, enfin, l'utilisation des TIC et le taux d'exportation. L'utilisation des TIC est mesurée par l'utilisation d'un réseau de communication externe (Internet, extranet) alors que le taux d'exportation est mesuré par le pourcentage des ventes réalisées à l'étranger. Afin d'avoir une vue d'ensemble des résultats, ceux-ci sont présentés sur la figure 1 (voir page suivante).

L'analyse de corrélation entre l'utilisation des TIC et les facteurs clés de l'exportation permet de constater que les TIC favorisent l'innovation chez les PME et les activités de veille mais, plus marginalement, les collaborations et la recherche d'information marketing. Ces résultats sont conformes à ceux trouvés dans d'autres études pour ce qui concerne la liaison TIC/Innovation et TIC/Activités de veille : ces technologies participent au développement d'avantages opérationnels facilitant le processus d'innovation. De même, elles rendent la collecte d'informations plus facile, plus rapide, moins onéreuse et améliorent ainsi le processus de veille de l'entreprise.

L'absence de lien avec le facteur « recherche marketing » peut s'expliquer par la construction même de notre facteur qui mesure le degré de formalisation et de professionnalisation de ces activités. L'utilisation d'indicateurs concernant la prospection peut partiellement expliquer un comportement tourné vers l'action et le terrain même des marchés étrangers. Dans cette période de vente et de prospection, l'accent est certainement mis sur la prise de contacts en face à face et sur la conclusion de contrats de vente. La mesure ne porte pas, dans notre modèle, sur l'utilisation des TIC lors de l'échange de documents contractuels, ni même de documents supportant la négociation de l'offre commerciale.

Par ailleurs, l'absence de relation entre TIC et collaborations pourrait s'expliquer simplement parce que ces technologies ne sont pas implantées directement pour favoriser les collaborations ou dans le but d'intégrer davantage les processus de gestion internes et externes ou de renforcer les liens avec ses partenaires.

Figure 1
Résultats statistiques sur les facteurs explicatifs du taux d'exportation des PME



Dans la deuxième partie du modèle, l'analyse de corrélation entre les facteurs clés de l'exportation et le taux d'exportation montre que ce dernier est influencé positivement par le degré d'innovation, les collaborations, les activités de recherche marketing et l'utilisation des TIC. En revanche, les activités de veille telles que nous les avons mesurées, collecte d'information technologique auprès du gouvernement ou collecte d'information commerciale auprès de ces mêmes sources, de l'Internet et des revues spécialisées, sont liées négativement au taux d'exportation des PME. Ce résultat est surprenant, autant au regard de la littérature que de l'intuition qui permet d'anticiper les avantages des activités de veille. Deux orientations peuvent être données pour la compréhension de ce résultat. La première est méthodologique : une analyse approfondie des données a révélé que le facteur « veille » est fortement corrélé à une variable mesurant le degré de concentration de la clientèle de l'entreprise. Les entreprises ayant une clientèle concentrée ont souvent le statut de sous-traitantes et sont dépendantes du rythme de développement de leurs clients. C'est le cas notamment d'entreprises qui travaillent avec un donneur d'ordres qui se voit imposer certaines façons de faire ainsi que les investissements dans les nouvelles technologies, dans les équipements de même que dans les procédés de production. Julien *et al.* (2003)¹ ont remarqué que ces entreprises « dépendantes » réalisent beaucoup d'activités de veille afin de trouver les façons de faire les plus efficaces pour répondre aux exigences de leurs donneurs d'ordres, notamment sur le plan technologique. À cet égard, les agences gouvernementales sont souvent sollicitées pour les différentes formes d'appui qu'elles assurent aux PME, que ce soit au niveau informationnel ou au niveau financier. La corrélation négative entre la veille et l'exportation pourrait ainsi n'être qu'un effet d'échantillonnage.

¹ Julien, P.-A., L. Raymond, R. Jacob et G. Abdul-Nour (2003), *L'entreprise-réseau : dix ans d'expérience de la Chaire Bombardier Produits récréatifs*, Presses de l'Université du Québec, 498 pages.

La deuxième voie d'interprétation est celle portant sur les étapes du processus d'exportation. Il est possible que les activités de veille soient liées à des phases préalables au processus d'exportation, ou à ses premières étapes, pendant lesquelles les résultats (ici mesurés par le taux d'exportation) sont en général faibles ou inexistant. Une fois que le processus est engagé, l'entreprise s'oriente vers l'action commerciale et délaisse les activités de veille, phénomène qui peut expliquer la liaison négative identifiée entre ces activités et le taux d'exportation.

Un regard d'ensemble sur la vérification du modèle d'analyse nous amène donc à constater que les TIC influencent certaines fonctions de l'entreprise, lesquelles ne sont pas toutes directement liées au taux d'exportation.

Au-delà des facteurs explicatifs mentionnés ci-dessus, nous souhaitons introduire une réflexion complémentaire : la littérature sur les comportements d'introduction des TIC dans les PME montre des comportements qui ne sont pas entièrement rationnels ni supportés par l'idée d'un nécessaire alignement stratégique. On constate des « bricolages » plus ou moins importants, ouvrant la porte à des investissements sur divers outils sans réflexion préalable sur un schéma global d'intégration. En fonction notamment des moyens financiers dont dispose l'entreprise, ces outils peuvent aller du simple site Web à la mise en place d'un ERP, par exemple. Ces outils participent à l'efficacité de la gestion. Mais ils peuvent rester des îlots d'efficacité, pour la fonction pour laquelle ils ont été mis en place, ou pour la personne qui a décidé de leur achat. Les usages sont alors isolés. Cette efficacité « partielle » est valorisée dans le cadre du projet technologique : les outils sont efficaces pour la fonction à laquelle ils sont dédiés. Mais elle ne peut l'être de la même façon dans le cadre du projet plus global de développement d'entreprise. Ceci peut expliquer les liaisons existantes entre les TIC et certains facteurs clés de l'exportation en l'absence de liaison entre certains de ces mêmes facteurs et le taux d'exportation.

Cette analyse est supportée par un autre résultat de nos tests : nous confirmons que l'utilisation d'un réseau de communication externe (TIC) est aussi influencée par les objectifs des dirigeants et son intérêt pour l'exportation. Ce résultat confirme l'importance stratégique que peut constituer les technologies pour le développement de l'entreprise, mais il souligne aussi l'importance de la vision de ce dirigeant, pour intégrer dans sa réflexion l'ensemble du modèle d'analyse que nous avons proposé.

Conclusions et commentaires

L'objectif de ce texte était de présenter les résultats d'une étude exploratoire montrant l'influence des TIC sur le taux d'exportation des PME. À partir de données secondaires, nous avons travaillé à la création d'un modèle d'analyse en deux temps : un premier regard portait sur les liens entre les TIC et certaines activités (veille, innovation, recherche marketing et collaborations). Dans un deuxième temps, nous avons vérifié l'existence de liens entre ces activités et le taux d'exportation.

Les résultats présentés montrent que l'importance du rôle des TIC sur l'exportation des PME, notamment grâce à leur influence sur l'innovation et d'autres activités stratégiques, n'est plus à justifier. En revanche, l'absence de lien entre les TIC et les activités partenariales ou la recherche marketing nous amène à introduire d'autres réflexions, portant sur les spécificités du comportement des PME en matière de mobilisation de réseaux et de recherches d'informations ou sur la nature, et les étapes du processus d'exportation. Les TIC ne sont pas intégrées ni utilisées en toutes circonstances, il est nécessaire d'engager des recherches complémentaires pour clarifier leurs apports aux différents stades d'exportation pour ainsi convaincre plus de dirigeants de PME d'en faire l'implantation.

Nos résultats montrent également que les études réalisées sur des échantillons de PME qui ne sont pas homogènes peuvent cacher des comportements particuliers qui doivent être pris en compte. Si la littérature a déjà bien mis en évidence l'intérêt des TIC sur le renforcement des liens entre clients et fournisseurs, leur utilité dans le processus d'exportation doit encore être étudiée en tenant compte, notamment, des orientations stratégiques du dirigeant de l'entreprise.

La stratégie du chef d'entreprise, surtout pour la société fermée de petite taille, est le premier élément à prendre en considération si l'on veut comprendre les raisons de l'investissement réalisé dans les TIC et la relation de ces technologies avec la performance de l'entreprise. La reconnaissance de la stratégie du dirigeant nous amène ainsi à réaliser que les PME « proactives », innovantes et exportatrices utilisent un éventail relativement large de technologies et ce, dans le but d'accroître leur taux d'innovation, d'améliorer leurs relations avec leurs partenaires d'affaires, de créer rapidement de la valeur à partir d'information « riche » et stratégique collectée dans l'environnement d'affaires et diffusée largement dans l'entreprise. Si le but de ces dirigeants est d'être parmi les premiers sur leur marché, les TIC deviennent stratégiquement indispensables. Les PME « performantes », autant sur les marchés nationaux qu'internationaux, sont celles qui adoptent des pratiques d'affaires, des façons de faire, des outils qui sont conformes à leur stratégie d'affaires et à leurs besoins.

Ce constat permet de comprendre pourquoi bon nombre de programmes gouvernementaux visant l'implantation de technologies n'ont pas produit les résultats escomptés, à savoir qu'ils n'ont pas toujours été populaires auprès de la clientèle visée et les entreprises qui en ont bénéficié n'ont pas nécessairement vu leur compétitivité s'accroître.