

Les PME en milieu non-métropolitain sont-elles vraiment isolées? Études des cas québécois, brésiliens et des provinces canadiennes de l'Atlantique

André Joyal

Université du Québec à Trois-Rivières, membre de l'IRPME

1. INTRODUCTION

Par <PME en milieu non-métropolitain> on entend ici, de façon générale, des entreprises situées en dehors des grands centres et à l'extérieur des zones d'influence des villes de moyenne importance. On estime généralement que l'isolement représente leur principal handicap. Un isolement que ne réduirait pas l'essor des nouvelles technologies de l'information si on en croit Polèse et Shearmur (2002) qui écrivent que l'absence de main-d'oeuvre qualifiée et l'éloignement des marchés et des fournisseurs représentent toujours les principaux obstacles auxquels se butent les entreprises des provinces du Canada Atlantique. Pour ces auteurs, en abaissant les coûts de transmission de l'information, les NTIC ont permis aux entreprises des régions périphériques d'y avoir accès plus facilement mais elles auraient changé peu de chose aux coûts de transport des marchandises. Serait-ce à dire que l'on aurait enterré trop rapidement la célèbre théorie rattachée au triangle isocèle de Weber? Celle-ci, faut-il le rappeler, stipule que l'entreprise s'installe au centre d'un triangle dont un sommet représente le lieu d'origine des matières premières et les deux autres correspondent aux deux principaux marchés où s'écoule la production. Ainsi localisée, l'entreprise minimise ses coûts de transport, qui, même de nos jours, constitueraient toujours une variable non négligeable.

Polèse et Shearmur reviennent à nouveau sur cette épineuse question dans un ouvrage collectif sur les villes moyennes face à la mondialisation (2003). S'ils observent une certaine déconcentration des entreprises, celles-ci se situent dans un périmètre restreint autour des grandes métropoles. Ils voient dans cette proximité la nécessité pour les dirigeants d'entreprise de se rapprocher des fournisseurs et des clients tout en pouvant bénéficier des infrastructures de transport et de l'accès à des services spécialisés. En se rapportant aux écrits de Gasper et Glaeser (1998) pour qui les NTIC n'ont rien changé à l'importance de rencontres et de contacts de tout genre dont ne peuvent se dispenser les chefs d'entreprise, Polèse et Shearmur soulignent que cette réalité s'avère une mauvaise nouvelle pour les villes canadiennes des milieux éloignés qui misent beaucoup sur l'émergence de PME à haute valeur ajoutée.

Dans ce qui suit, nous verrons s'il n'y a pas lieu de nuancer une telle affirmation à la lumière de nos travaux autant dans les provinces atlantiques qu'au Québec central et au Brésil portant, entre autres choses, sur l'accès à

l'information. Nous tirerons également profit d'une étude récente de Desjardins (2003) effectuée auprès d'un certain nombre de PME du Canada atlantique qui confirme, dans une bonne mesure, nos observations de nature optimiste tirées d'une recherche sur des PME insulaire de l'Atlantique-Nord dont plusieurs savaient tirer leur épingle du jeu malgré l'existence d'obstacles bien réels.

2_Des PME vulnérables?

Le présumé degré de vulnérabilité des PME manufacturières en milieu non-métropolitain est-il vraiment fondé? En se référant au monde rural Senn (1995) y décèle l'existence d'un environnement socio-économique non concurrentiel susceptible d'entraver l'adaptation aux exigences de la mondialisation. Ce serait l'un des facteurs de stagnation qui entre souvent en jeu dans les zones rurales. L'absence de concurrence interne dans un tel milieu a pour effet d'anesthésier l'économie locale, la rendant insensible à la nécessité de soutenir la concurrence à l'échelle mondiale. Par ailleurs, Julien, Beaudoin et Njambou (1999) apportent un autre son de cloche car en milieu métropolitain il faut tenir compte des inconvénients occasionnés par les coûts d'agglomération comme le prix plus élevé des terrains et des immobilisations, certaines taxes ou redevances, la congestion aux heures de pointe et autres coût sociaux que suscitent certaines formes de stress ou des maladies dites urbaines. Autant d'inconvénient qui ne marquent pas les milieux ruraux.

Alors, la question se pose à savoir si un territoire éloigné des grands centres peut offrir un environnement propice à l'essor de la PME. Très souvent, comme le font remarquer Henry et Drabsentott (1996), en relation avec le monde de l'entreprise, le milieu rural (ou non-métropolitain) évoque avant tout des activités traditionnelles (agro-alimentaire, bois et meubles, première transformation) et des entreprises de petite taille. À ces caractéristiques, on peut ajouter une main-d'œuvre de faible qualification, un sous-financement endémique, l'éloignement des sources d'information, des procédés de fabrication d'un autre âge, etc.

En ce qui regarde **l'isolement**, ce facteur apparaît aux yeux de Falcone, Allen et Vatter (1996) comme étant le principal obstacle à surmonter de la part des entrepreneurs surtout en milieu rural. En effet, du moins aux États-Unis, les comtés ruraux possèdent peu de ressources humaines susceptibles d'offrir aux porteurs de projet ou aux entreprises existantes les diverses formes d'appuis dont les entreprises en milieu urbain peuvent bénéficier. Hélas, cette représentation, beaucoup s'en faudrait, n'est pas disparue du paysage rural canadien. Ainsi Welke et Douglas (1999), en s'appuyant sur Cook (1993), font ressortir le fait que le secteur des services ne se développant

évidemment pas au même rythme qu'en milieu urbain, il en résulte une faiblesse de disponibilités des services aux PME rurales ce qui incite plusieurs entrepreneurs à opter pour un environnement urbain.

Mais les choses changent comme le remarquent Rowe et all (1999) en signalant que les populations rurales tendent de plus en plus à dépendre davantage des emplois industriels. En s'appuyant sur l'exemple des États-Unis, ces auteurs soulignent trois tendances qui incitent le monde rural à adopter une voie nouvelle. En premier lieu, l'industrialisation de l'agriculture à la faveur de la concentration des fermes a conduit celles-ci à établir des liens hors région en amont comme en aval. Vient ensuite l'ouverture des marchés et la montée de la concurrence qui en résulte. Enfin, la délocalisation d'une part importante des activités économiques favorise l'implantation d'une nouvelle économie basée sur l'information et les services.

En fait, comme le montre notre étude sur les PME de quatre îles du nord de l'Atlantique, les différences s'estompent par rapport à leurs homologues en milieu urbain (Joyal et all 2000a). Tout comme leurs homologues en milieu métropolitain, les PME insulaires peuvent faire preuve d'innovation et de dynamisme à l'intérieur d'une gamme variée de secteurs d'activité. La distance et l'isolation ne constituent pas des obstacles insurmontables. Si la pénétration de nouveaux marchés représentaient pour ces PME au moment de leur création un véritable défi, par la suite, à l'instar de toute PME, la concurrence, la qualité, la croissance et la recherche de main-d'œuvre qualifiée ont vite fait de prendre le dessus dans l'échelle de leurs préoccupations. L'étude de Julien, Beaudoin et Ndjambou (1999) fait ressortir des faits similaires en relation avec un échantillon de 147 PME exportatrices québécoises dont 37 PME en milieu non-métropolitain. Les seules petites différences observées dans le cas de ces dernières se rapportent à une direction un peu moins instruite et expérimentée, une historique d'exportation plus jeune et donc une organisation moins complexe et une ouverture vers moins de pays.

Cette tendance s'observe également en Angleterre comme le montre une étude de Smallbone et al (1999). À l'aide d'un échantillon de 180 PME en milieu non-métropolitain, ces auteurs montrent que les PME parviennent à surmonter le handicap d'un marché local restreint en diversifiant leurs lignes de production et en recourant à la formation intensive de la main-d'œuvre. En se rapportant à des travaux antérieurs (1993) ils montrent que cette tendance vers une reconversion des activités origine de la fin des années 70 et s'est manifestée à travers les années 80. En conséquences, ils affirment que les PME en milieu rural ont pu se développer et conquérir des marchés à la fois nationaux et internationaux grâce la mise en marché de produits nouveaux.

Pour les Etats-Unis, Drabsentott (1999) met en évidence cinq défis que doivent surmonter les entreprises en milieu non-métropolitain pour s'engager dans la voie de la croissance: entrer de plein pied dans le monde de la technologie informatisée, développer une culture entrepreneuriale, s'engager dans de nouvelles productions agricoles, parfois génétiquement modifiées, ou à vocation médicinale, perfectionner la main-d'œuvre locale en préservant une bonne qualité de vie environnementale.

Pour le comté Huron en Ontario, à partir de trois sources d'information distinctes, Welke et Douglas (1999) montrent que la qualité de vie et la disponibilité de main-d'œuvre s'avèrent deux facteurs importants de localisation pour les PME manufacturières. Comme autres facteurs signalés, mais de moindre importance, on a l'accessibilité au capital de risque, la disponibilité d'infrastructures physiques et diverses formes d'appuis de sources gouvernementales. Également, tel que vérifié au Québec (Joyal et Deshaies,1998), un sentiment d'appartenance à la région, où sont nés et où ont grandi les entrepreneurs, comptent également pour beaucoup dans leur choix de localisation.

Ainsi, avec les années, les milieux ruraux se sont diversifiés. Les politiques de développement régional ont reconnu l'importance de la vitalité entrepreneuriale et les industries sont moins dépendantes des ressources naturelles et de la proximité des marchés. Enfin, l'internationalisation de l'économie bat son plein. Tous ces phénomènes permettent à voir en des termes nouveaux les rapports entre l'industrie manufacturière et le milieu rural. .

Malgré les handicaps propres à l'environnement rural, l'étude de PME innovantes et exportatrices localisées dans ce que l'on désigne comme étant le Québec rural central démontre que des entrepreneurs parviennent à surmonter le problème de **l'isolement** (Joyal, Dehaies,2000). En effet, il est démontré que ces entrepreneurs savent tirer profit de leur environnement immédiat pour parvenir à s'implanter solidement sur les marchés nationaux et ceux d'outre-frontière. Pour ce faire, ils recourent à des innovations leur conférant une spécificité qui, comme le signalent Lane et Yoshina (1994), leur permettent de créer de nouvelles activités ou de consolider celles déjà existantes. Ainsi s'ouvrent les portes de nouveaux marchés sans compromettre l'héritage acquis de leur environnement rural.

¹La diffusion des technologies place les entreprises en milieu non-métropolitain dans une situation quasi analogue à celles des grands centres. Cependant, en se rapportant à ce que l'usage désigne un peu trop rapidement comme

étant la «nouvelle économie»¹, l'information s'impose comme le principal facteur de production. La situation des entreprises éloignées des grands centres a donc évolué de façon sensible ces dernières années. Ainsi, même si les entreprises opèrent toujours à l'intérieur des mêmes secteurs d'activité, bon nombre d'entre elles parviennent à briser leur isolement et, à la faveur de l'utilisation de ressources externes, elles se donnent un visage nouveau et recourent à des équipements de pointe afin d'améliorer ou de diversifier leur ligne de produits. Ces PME sont ainsi en mesure d'affronter les nouveaux défis que pose un marché de plus en plus mondialisé.

Malgré la méfiance envers les diverses formes d'assistance gouvernementale, il est bien entendu que les entrepreneurs en milieu non-métropolitain auraient intérêt à y prêter attention pour autant que celles-ci répondent à leurs attentes ou besoins. On pense à la fourniture d'information de nature variée touchant, par exemple, la formation de main-d'œuvre, les nouvelles technologies, l'évolution des marchés, les politiques gouvernementales, les partenariats possibles (alliances stratégiques), les nouveaux marchés en potentiel. Ce qui ne pourra qu'exercer des effets d'entraînement en faveur d'un nouveau type de PME à haute valeur ajoutée. Maleki (1994) qualifie ce type de PME "*manufacturing complex*".

En relation avec ce qui précède nous verrons les principaux résultats d'une l'étude sur les sources d'information xde deux échantillons de PME manufacturières, l'une située dans le Québec central et l'autre dans le nord-est de l'État de Sao Paulo au Brésil. Pour l'un et l'autre cas il s'agit bien de PME considérées comme étant situées dans un environnement non-métropolitain.

3_Québec Central et nord-est de l'État de Sao Paulo²

Il s'agit ici de voir dans quelle mesure l'avenir des PME en milieu non métropolitain se présente sous un jour plus favorable suite à la diminution des coûts de transaction que permet l'activation de différents réseaux d'information (Joyal et Martinelli 2004). Dans l'État de Sao Paulo, les PME sont responsables de pas moins de 40,7% des emplois selon Sebrae (1998) et elles représentent 50% de l'ensemble des PME du pays. Cependant, en ce qui regarde la dimension exportation, leur contribution à l'ensemble national par les PME brésiliennes n'excède pas les 36% de la valeur des expéditions internationales du Brésil. Dans leur ensemble les PME brésiliennes exportent peu. Parmi les PME exportatrices, 53% concentrent leurs activités internationales au sein d'un seul pays et seulement 9 %

¹ Pour une critique du concept voir R. Boyer, 2001, *La croissance, début du siècle*, Paris, Albin Michel, 233 p.

² Étude effectuée en collaboration avec le professeur Dante Martinelli de l'Université Sao Paulo à Ribeirao Preto. Le choix du Brésil comme lieu d'enquête provient du fait que l'Institut de recherche sur les PME de l'Université du Québec à Trois-Rivières entretient des liens de recherche depuis plusieurs années avec des chercheurs brésiliens.

exportent dans cinq pays et plus (Sebrae, 1998). Les réseaux d'information devraient leur permettre de mieux se positionner à l'avenir, sur la scène internationale.

3.1_ Le recours aux ressources externes

Le recours aux réseaux d'information dépend en grande partie de la volonté du propriétaire-dirigeant. En matière de conquête de marchés, les entreprises de petite dimension sont tributaires de la détermination et de l'expérience de l'entrepreneur. Comme le montrent Julien et Morin (1995), l'expérience de ce dernier lui permet de mieux gérer l'information qui lui est accessible. Un constat qui s'inscrit dans le sens de l'affirmation de Miesenbock (1988) voulant que le preneur de décision, en l'occurrence le dirigeant, représente la variable clé dans la démarche vers l'internationalisation des petites entreprises. C'est à lui qu'il revient de décider quand il convient de s'intéresser aux marchés étrangers, d'augmenter les ventes sur ce même marché ou au contraire d'y mettre fin. Une étude plus récente de Julien et al (1998) montre que le propriétaire-dirigeant est lui-même responsable de l'essentiel des décisions pour près de la moitié des PME étudiées. Étant donné la présence dans les deux échantillons, québécois et brésilien, d'entreprises exportatrices et non exportatrices, il s'avère pertinent de se rapporter à l'étude de Brooks et Rosson (1982) qui ont vérifié, auprès d'entreprises manufacturières d'Ontario, de la Nouvelle-Écosse et du Nouveau-Brunswick, l'hypothèse voulant que les entreprises exportatrices soient plus actives au niveau de la recherche d'information sur les occasions d'affaires. Ainsi, il a été montré que les PME exportatrices utilisaient davantage les associations professionnelles, les contacts personnels auprès des dirigeants d'autres entreprises et, bien sûr, les agents d'aide à l'exportation

Du côté brésilien, Fensterseifer et al (1996) nous révèlent que, pour les PME œuvrant dans le secteur électronique, ce sont les informations venant d'autres entreprises qui prédominent, les fournisseurs ne jouant pas un rôle déterminant. Le manque d'information de la part des PME brésiliennes concernant surtout la situation des concurrents semble flagrant. En fait les dirigeants d'entreprise ne seraient pas informés sur les sources d'information existantes faute de personnel pour en faire la recherche et ensuite la consultation. Enfin, mentionnons que Uhharruzo et Fensterseifer (1996) signalent l'existence de plusieurs réseaux d'information susceptibles d'exercer une influence positive pour les PME d'un pays en voie de développement. Des liens particulièrement forts ont été identifiés avec les clients, les fournisseurs et les centres de recherche en vue des transferts de technologie.

3.2_ Présentation des principaux résultats

Le tableau 1 montre les grandes caractéristiques des deux échantillons comprenant chacun 60 PME oeuvrant sensiblement dans des secteur d'activité semblables et localisée dans ce que l'on considère dans les deux cas comme étant des PME situées en milieu non-Métropolitain.

Tableau 1: Caractéristiques des PME québécoises et brésiliennes

PME	Québécoises		Brésiliennes	
	Moyen	Médian	Moyen	Médian
Chiffres d'affaires en 1997 (000 \$Can)	4,780	2,000	4,346	1,100
Nombre d'employés	39	21	51	24
Âge de l'entreprise	21	18	22	18
Proportion des PME exportatrices	48,6		16,4	
Pourcentage des ventes pour exportations	26,7		8,9	
Taille de l'échantillon		60		

La grande différence au plan des exportations entre les PME québécoises et brésiliennes mérite quelques commentaires. Si, encore il y a quelques années, on déplorait que trop peu de PME québécoises exportaient (12% en 1996 et 17% en 1999 selon les définitions), cette proportion est encore beaucoup plus faible pour l'État de São Paulo où selon SEBRAE (1998) seulement 2% des PME sont exportatrices. Nous avons, en effet, indiqué plus haut que les PME brésiliennes exportent peu. Leur part dans le commerce international de produits manufacturés du Brésil ne représente que 2 % alors que cette proportion dépasse les 50 % pour les États-Unis et les 64 % pour l'Italie en ce qui concerne les entreprises de plus de 14 employés (Folhia de Sao Paulo, 1999). La différence de taille ou de dimension spatiale des deux pays explique en partie cette différence sur le plan de l'importance du marché extérieur des entreprises, ce à quoi s'ajoute comme principal obstacle les lourdeurs bureaucratiques imposées aux entreprises et une certaine insouciance ou fausse sécurité en ce qui regarde la mondialisation des marchés. En effet, faut-il le dire, en ce qui regarde l'État de São Paulo, situé à près de deux mille kilomètres de Buenos Aires, on comprend que l'effet de proximité exercé par les États-Unis sur les entreprises québécoises ne trouve pas son équivalent auprès des entreprises de cet État. Selon Fairbanks (2000), cette faible exportation des entreprises brésiliennes peut créer un sentiment de fausse sécurité, mais risque de coûter cher au Brésil, car celui-ci serait l'un des rares pays de nos jours à pouvoir prospérer sans miser sur l'exportation. Il estime donc que le Brésil se doit de relever le défi de l'exportation. Ce faisant, en cherchant à conquérir de nouveaux marchés, les entreprises brésiliennes se verraient offrir le meilleur

moyen d'apprendre à produire suivant l'évolution de la demande des consommateurs. Et, pour y parvenir, les dirigeants brésiliens ont besoin d'information de diverses natures et de sources variées.

Parmi les douze sources d'information identifiées lors de l'enquête, les fournisseurs et les clients sont les premières ressources où toutes les entreprises, tant brésiliennes que québécoises, puisent de l'information pour leur développement (tableau 2).

Tableau 2 : Le recours aux ressources externes par les PME

(% d'utilisatrices)

	100 %	60 à 85 %	< 60 %
PME québécoise	Fournisseurs	Médias d'information	Association sectorielle
	Clients	Sous-traitants	Réseaux d'affaires
			Centres de recherche
		Foires commerciales	Consultants
		Organismes gouvernementaux	Contacts informels avec PME
PME brésiliennes	Fournisseurs	Sous-traitants	Association sectorielle
	Clients	Médias d'information	Centre de recherche
			Réseaux d'affaires
		Consultants	Foires commerciales
		Contacts informels avec les PME	Organismes gouverneme
		Organismes socio-économiques	

Le second groupe de ressources utilisées par 60 à 86 % des entreprises comprend les médias d'information et les sous-traitants dans les deux échantillons. Cependant les PME québécoises utilisent dans un second temps les foires commerciales et les organismes gouvernementaux alors que les PME brésiliennes privilégient dans l'ordre suivant : les consultants, les contacts informels avec les PME et les organismes socio-économiques. Ainsi l'environnement des PME brésiliennes reposerait davantage sur des ressources moins organisées en fonction des dirigeants qui seraient aussi plus engagés personnellement dans la recherche d'information utile. Enfin, une

troisième aire de ressources est composée de l'association sectorielle, des centres de recherche et des réseaux d'affaires pour les entreprises québécoises et brésiliennes. De ces divers résultats, on peut en dégager l'idée que les entreprises québécoises profiteraient d'un environnement économique et informationnel plus organisé que les entreprises brésiliennes.

3.3_ Les pratiques innovatrices

Dans le secteur manufacturier à haute valeur ajoutée, l'exportation va de pair avec l'innovation. Pour exporter, les PME doivent innover autant en ce qui regarde leurs pratiques managériales, leurs façons de produire et les produits écoulés sur le marché. En relation avec le secteur du meuble, Hasse (2000) signale trois facteurs de succès qui permettent aux fabricants brésiliens d'écouler une partie de leur production sur les marchés étrangers : le prix, la qualité et le respect des délais de livraison. Un rapprochement peut se faire avec le secteur du meuble québécois qui depuis une quinzaine d'années est passé de secteur mou à un secteur parmi les plus dynamiques et les plus représentatifs de ce que les PME innovantes québécoises se trouvent en mesure de faire. Nos diverses études nous permettent d'affirmer que la qualité et la fiabilité dans la livraison plus que les prix font partie des avantages concurrentiels des PME québécoises dans le secteur du meuble comme dans les autres.

En ce qui regarde les deux échantillons ici considérés, le tableau 3 permet de voir comment les dirigeants perçoivent la situation de leur entreprise en relation avec une gamme de pratiques généralement associées à l'innovation.

Tableau 3: Perception de la position des PME par rapport aux entreprises du même secteur pour l'innovation (moyenne sur une échelle de 1 à 5)

PME	Québécoises	Brésiliennes	Signification ²
Recherche et développement	3,3	3,3	---
Nouvelles technologies de production	3,4	3,5	---
Design des produits	3,4	3,3	---
Formation des employés	3,1	3,3	---
Conception de nouveaux produits	3,6	3,5	---

Amélioration du produit et
technologie de production

3,7

3,5

0.96

¹Le test non-paramétrique Mann-Whitney fut utilisé pour produire ce calcul.

On peut voir que les entreprises se perçoivent légèrement au-dessus de la moyenne des entreprises œuvrant au sein du même secteur d'activité et ce à l'échelle nationale pour les deux échantillons. La seule distinction significative entre l'un et l'autre se situe au niveau de l'amélioration du produit et des technologies de production, élément pour lequel les PME québécoises présentent un avantage sur leurs homologues brésiliennes. Il semble que les dirigeants des PME québécoises du Québec central aient une meilleure perception de leur position de leur entreprise sur le plan technologique que leurs homologues brésiliens.

L'analyse du tableau 4 révèle d'abord un écart entre les PME exportatrices et non exportatrices pour les pratiques innovatrices de la R&D et des nouvelles technologies de production à la fois pour les PME brésiliennes et celles du Québec.

**Tableau 4 : Proportion (%) des PME pour les pratiques innovatrices
selon leur statut à l'exportation**

PME	Québécoises		Brésiliennes	
	Export.	Non export	Export.	Non-export.
Recherche et développement	84,2	64,7	90,0	74,5
Nouvelles technologies	73,0	58,8	90,0	66,7
Design des produits	77,1	54,6	70,0	68,6
Formation des employés	78,9	76,5	80,0	56,9
Conception de nouveaux produits	92,1	60,6	60,0	60,8
Amélioration du produit et technologie de production	97,4	94,1	80,0	80,4
Certification ISO9000	21,6	12,1	10,0	3,9
En voie d'obtenir ISO9000	32,4	21,9	10,0	13,7

Par contre, cet écart est presque nul pour l'amélioration des produits et ce pour les entreprises des deux échantillons. Cela souligne probablement le fait que les propriétaires-dirigeants accordent une priorité au

produit, ce qui semble tout à fait normal quel que soit l'environnement de l'entreprise. L'ensemble des PME québécoises attribuent la même importance à la formation des employés contrairement aux PME québécoises tandis que toutes les PME brésiliennes ont un intérêt identique pour le design et la conception des produits à l'opposé des entreprises québécoises où les exportatrices se distinguent nettement des non exportatrices. Quant à la certification ISO 9000, cette dernière connaît une vogue moins grande au Brésil qu'au Québec. Par ailleurs, le recours aux nouvelles technologies se vérifie davantage parmi l'échantillon brésilien alors que les entreprises québécoises misent davantage sur la conception de produits nouveaux. Bref, c'est sans surprise que l'on voit une plus forte proportion de mise en œuvre des diverses pratiques innovatrices au sein des entreprises exportatrices autant du côté brésilien que du côté québécois, mais il faut nuancer selon les pratiques innovatrices privilégiées différemment par l'un ou l'autre des groupes d'entreprises, à l'exception de l'amélioration des produits.

4_ Les PME des province atlantiques

Notre étude sur les PME situées îles de Terre-Neuve, du Prince Edward ainsi que celle de l'Ile de Man et du Groenland avait permis de mettre en évidence trois types d'entreprises suivant leur degré de dynamisme (peu, modérément et hautement) (Joyal, Deshaies, 2000a). Seules l'utilisation des agences gouvernementales et des publications offre une distinction évidente entre les trois groupes de PME. Les PME les plus dynamiques sont plus proactives dans leur recherche d'information auprès de ces deux sources. Les autres sources comme les clients, les organisations d'affaires, les autres entreprises (et même les foires à un seuil plus supérieur cependant) ne distinguent pas de façon significative les PME dynamiques des PME peu dynamiques. Il s'agit ici d'information non électronique. Or, comme le signale l'OCDE (1998), les NTIC peuvent jouer un rôle important dans le développement des entreprises en milieu rural. En effet, le réseau Internet offre de nouvelles opportunités pour la mise en marché ou pour l'accès aux informations existantes sur les nouveaux produits et les technologies. Il doit donc en être de même pour les entreprises localisées en milieu éloigné où elles peuvent vaincre leur isolement et réduire les coûts reliés à l'obtention d'information. Le caractère proactif des PME fortement dynamiques se dégage au plan du réseautage. Plus de 31 % des PME peu dynamiques ne font pas partie d'un réseau, comparativement à près de 19 % pour les plus dynamiques. Pour les autres entreprises ayant un réseau, les peu dynamiques s'insèrent davantage dans les circuits informels tandis que les plus dynamiques concluent davantage d'alliances.

Malgré les propos pessimistes signalés en début d'article en relation avec la distance, les PME situées en milieu insulaire, tout comme les PME en milieu non métropolitain d'ailleurs, peuvent être innovatrices et dynamiques dans tous les secteurs d'activité. L'isolement ou l'éloignement ne sont pas des obstacles insurmontables. La pénétration des marchés fut un défi au début de leur développement, mais par la suite, la nature des défis fut celui de toutes les PME, soit la concurrence, la qualité, la croissance et la productivité. Après avoir surmonté les difficultés dues à leur situation géographique, elles peuvent se tirer d'affaire en misant sur des conditions gagnantes comme la qualité et l'originalité de leurs produits, la recherche d'informations nouvelles, la mise en oeuvre d'alliances stratégiques et l'intégration des nouvelles technologies dans toutes les fonctions de l'entreprise. C'est grâce à ces diverses initiatives que les PME insulaires, comme les PME du Québec central (Joyal et Deshaies, 1997) peuvent devenir des PME de classe mondiale.

Ces résultats vont dans le sens de ceux dégagés par Desjardins (2003) qui, tout en ne sous-estimant pas l'importance du transport pour les PME exportatrices, affirme que pour les dirigeants de PME des provinces atlantiques, la géographie est une réalité avec laquelle ils savent composer. D'ailleurs, comme il nous a été possible de le constater, les dirigeants de PME sont de grands voyageurs. Ainsi, Desjardins, reconnaît que la nouvelle économie fondée sur l'information n'a pas réduit le besoin de rencontres face à face. Alors, celles-ci se présentent surtout à l'occasion de grandes foires commerciales auxquelles la participation s'impose comme un devoir.

Conclusion

Essentiellement proactives, les PME de classe mondiale où qu'elles se trouvent, se positionnent autant pour faire face à la concurrence étrangère sur leurs marchés intérieurs que pour tirer profit des opportunités offertes par les marchés étrangers. Certains auteurs qualifient ces entreprises de " globales " lorsque qu'elles atteignent le stade ultime de l'internationalisation. Ainsi, Torres (1999) suppose que plus les taux d'exportation, d'importation et d'investissement direct à l'étranger s'accroissent, plus l'entreprise tend vers sa forme globale. A ses yeux, la PME globale se définit par un marché d'envergure mondiale. C'est une entreprise qui, en matière de commercialisation, recourt au commerce électronique, utilisant toutes les formes de technologies d'information et de communication. La stratégie de globalisation constitue la phase ultime de l'internationalisation de l'entreprise. Celle-ci situe alors l'ensemble de ses activités et objectifs à l'échelle mondiale (Fourcade et Marchesnay, 1997). Nous n'en sommes pas encore à ce stade pour la majorité des entreprises des échantillons québécois, brésiliens et des provinces de l'Atlantique, mais les exemples sont

suffisamment nombreux pour dégager des constats optimistes quant à leur chance de s'imposer face au défi de la mondialisation et d'affronter la concurrence internationale.

Nous pensons avoir démontré, surtout avec la comparaison des PME non-métropolitaines du Québec central et du nord-est de l'État de Sao Paulo, que les entreprises les plus dynamiques compensent leur isolement relatif en recourant à diverses ressources externes susceptibles de leur fournir l'information nécessaire pour développer leurs stratégies et ainsi elles parviennent à mieux se positionner dans un monde toujours plus ouvert.

Références

Brooks F. R., et P.J. Rosson 1982, A Study of Export Behavior of Small and Medium -Sized Manufacturing Firms in three Canadian Provinces, in M. R. G. Czinkota & Tesar (ed) *Export management: An International context* p.39-54, New York, Prager.

Cook, A. (1993). Growth and distribution of product services: Metro/nonmetro differences. *Journal of the Community Development Society*, 24 (2), p. 127-140.

Desjardins, P.M, 2003. *Les exportations du Canada atlantique, sous l'angle des PME et des régions rurales*. Moncton, Institut canadien de recherche sur le développement régional, 106 p. Disponible sur le site : www.dec-ced.gc.ca

Falcone, T. , L. D. Allen and V.R. Vatter, 1996, A comparaison of rural ans Urbain Economic Programs in Pennsylvania, *Economic Development Review*, Vol 14, No 2, p. 63-67.

Fairbanks, M., 2000, Sem tecnologia o futuro é negro, *Rumos*, Vol 25, no 177, Outubro, p 4-8.

FENSTERSEIFER, J. E., & AL., (1996), O papel das redes de cooperação tecnológica das pequenas e médias empresas, 23 encontro anual da ANPAD, Angra do Reis.

Folha de Sao Paulo, 1999. *Burocracia É Entrave Para Micro Exportar*. 15 novembro, P 3-4.

Fourcade, C et Marchesnay, M, sous la dir., 1997, *Gestion de la PME/PMI*, Paris, Nathan, 317 p.

Glaeser J. et E. Gasper, 1998, Information Technology and the Future of Cities, *Journal of Urban Economics*, vol.4.3 p 136-156.

Hasse, G. 2000, Tecnologia impulsiona setor de móveis. *Gazeta Mercantil*, 28 de novembro.

Henry, M et M. Drabsentott, A new Micro View of the U. S. rural Economy, *Economic Review Federal Reserve Bank of Kansas*, vol 81, No 2, p. 53-70.

Joyal, A, et L.Deshaies., 1998,. Des PME quebecoises en Milieu Rural: des exemples de succes. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, (4), p. 607-624.

Joyal, A et L. Deshaies, 1997, Des PME québécoises face à la mondialisation, *Revue internationale d'études canadiennes*, 16, p. 93-106.

Joyal, A. et L. Deshaies, 2000, Réseaux d'informatio des PME en milieu non métropolitain, *Cahiers de Géographie*, Vol 44, no 122, p 189-207.

Joyal, A. et L.Deshaies et S. McCarthy, 2000a,The Dynamism of Small and Medium-Sized Enterprises in the North-Atlantic Islands, *Revue canadienne de sciences régionales*,Vol XXIII, No 2, Summer, p. 233-247.

Joyal, A. et D. Martinelli, 2004, *O desenvolvimento local : o papel das PMEs*, Sao Paulo, Manole, p.313.

Julien, P.A. et R. Beaudoin et R. Ndjambou, 1999, PME exportatrices et information en zone rurale et urbaine, *Revue internationale PME*, 12 91-20- p 106-126.

Julien, P.A. et M. Morin, 1995, *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, Québec, PUQ.

Julien, P. A. et All, 1998, *Étude sur les réseaux d'information et l'internationalisation des PME québécoises: caractéristiques des PME exportatrices et impact de leurs comportements d'information sur la performance*, Rapport pour MICST. Institut de recherche sur les PME.

Lane, B. et K. Yoshina 1994) New Market for the Rural World, *OCED Obeserver*, no 190, p. 14-18

Maleki E. J., 1994, Entrepreneurship in Regional and Local Development, *International Regional Science Review*, No 16, p. 119-155.

Mesembock, K. J., 1988, Small Business and Exporting: a Literature Review, *International Small Business*, Vol 6, no 2, p 43-61.

OCDE, 1998, Paris, *Créer des emplois pour le développement rural*.

Polèse, M., R. Shearmur, 2002, *La périphérie face à l'économie du savoir*, Montréal, Institut national de la recherche scientifique, Urbanisation, culture et société Institut de recherche sur le développement régional, 237 p.

Polèse, M., R. Shearmur, 2003, La métropolisation du Canada, ou pourquoi la population se concentre-t-elle autour des grandes zones urbaines, *dans Villes Moyennes et mondialisation*, Manzagol C. et al, sous la dir. Montréal, Université de Montréal, 334 p.

Rowe et al, 1999, The contribution of home-based Business income to rural and urban economies, *Economic Development Quarterly*, 13 (1), p. 66-77.

Smalbone, D. et al. 1999, Adapting to peripherality: a study of small rural manufacturing firms in northern England. *Entrepreneurship & Regional Development*, (11), p. 109-127.

Senn L. 1995. L'action indirecte en faveur du développement des zones rurales. In *Créer des emplois pour le développement rural*. Paris, OCDE

SEBRAE, (1998), Desmponho Potencial Exportador das PME Paulistas, Relatório de Pesquisa, *Sebrae-SP*. Junho.

Torrès, O.,1999, *Les PME*, Dominos, Paris Flammarion, 128 p.

Ulhauruzo, C. G. & J. E., Fensterseifer O papel das redes no desenvolvimento tecnológico de empresas: o caso dos pequenos e médios fabricantes de produtos eletrônicos do Rio Grande do Sul, 20 encontro anual da ANPAD, Andra dos Reis.

Welke S. et D. Douglas. 1999, New rural Enterprises in Huron County. In Fuller, T. e Nichol, P. *Dynamics of the New Rural Economy - An Explanation of Community*, Guelph, University of Guelph.