

## L'internationalisation des PME québécoises Une nécessité afin de rendre le Québec plus productif, plus entrepreneurial et plus prospère

Il y déjà un bon moment que l'on dit que les entreprises québécoises qui veulent prendre de l'expansion doivent considérer les marchés internationaux en raison du potentiel modeste de croissance démographique et économique du Québec. Mais voilà, depuis plus de 20 ans, l'arrivée des pays émergents et en développement (PÉD) dans le commerce international a resserré les règles du jeu. Déjà, des entreprises d'ici ont vu s'éroder leurs parts de marché chez leurs clients étrangers. Certaines d'entre elles se sont tournées vers le marché canadien, mais au total, on a vu le nombre d'établissements qui exportent à l'international diminuer. Il faut pourtant s'internationaliser même si cela constitue un grand défi pour les petites et moyennes entreprises (PME) parce que les ressources dont elles disposent sont retraits. Cette analyse, qui s'inscrit dans la foulée de l'étude *Pour un Québec plus prospère et plus entrepreneurial*, publiée au printemps dernier, se concentrera donc sur l'internationalisation des PME, qui comptent pour 99 % des entreprises québécoises<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Pour un bref portrait des entreprises québécoises, consultez : Desjardins, Études économiques, « *Pour un Québec plus prospère et plus entrepreneurial* », Mouvement Desjardins, 2014, pages 19 à 22. <http://www.desjardins.com/ressources/pdf/de2014-f.pdf>

### QU'EST-CE QUE L'INTERNATIONALISATION?

S'internationaliser, c'est développer des activités sur les marchés internationaux. Les plus courantes sont les exportations et les importations. Celles-ci se déclinent de bien des façons : directement avec les entreprises étrangères ou indirectement, soit par l'intermédiaire d'un distributeur, par l'octroi ou l'achat d'une licence, par la vente ou l'acquisition d'une franchise ou par la réalisation ou l'octroi de contrats de sous-traitance. La plupart des entreprises développent ces activités individuellement, d'autres choisissent de s'intégrer à une chaîne de valeur mondiale<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> « Une chaîne de valeur mondiale décrit la gamme complète des activités entreprises pour faire passer un produit ou un service de sa conception à son utilisation finale, ainsi que la façon dont ces activités sont réparties géographiquement et au-delà des frontières internationales ». Définition tirée de : Aaron Sydor, « Chaînes de valeurs mondiales : impacts et implications », *Sommaire du rédacteur, Affaires étrangères et commerce international Canada*, 2011, page 1. [www.international.gc.ca/economist-economiste/assets/pdfs/research/TPR\\_2011\\_GVC/02\\_Sommaire\\_du\\_rédacteur\\_f\\_FINAL.pdf](http://www.international.gc.ca/economist-economiste/assets/pdfs/research/TPR_2011_GVC/02_Sommaire_du_rédacteur_f_FINAL.pdf)

Beaucoup d'entreprises limitent leurs activités internationales aux importations et/ou aux exportations. D'autres vont jusqu'à investir directement à l'étranger alors que certaines iront encore plus loin en devenant des multinationales, soit des entreprises qui font affaire partout dans le monde en considérant ce dernier comme un seul grand pays.

### QUELS SONT LES AVANTAGES DE L'INTERNATIONALISATION?

#### Les avantages pour les entreprises

L'internationalisation des entreprises donne accès à un plus large marché, ce qui leur permet d'assurer leur croissance. C'est un avantage de taille et, en général, la principale motivation des entreprises qui exportent ou prennent de l'expansion à l'étranger, mais ce n'est pas le seul. Elle permet également de réduire le coût de production, que ce soit par le biais d'intrants ou de main-d'œuvre moins chers, d'économies d'échelle, d'un accès direct aux ressources naturelles nécessaires à la production ou grâce aux incitations fiscales ou financières offertes par le pays d'accueil. L'implantation

**François Dupuis**  
Vice-président et économiste en chef

**Joëlle Noreau**  
Économiste principale

**Mario Couture**  
Conseiller stratégique et économiste principal

**Thérèse Laflèche**  
Consultante en économie

418-835-2450 ou 1 866 835-8444, poste 2450  
Courriel : [desjardins.economie@desjardins.com](mailto:desjardins.economie@desjardins.com)

dans un pays étranger peut également servir à contourner ses réglementations tarifaires ou protectionnistes. De plus, en diversifiant ses marchés, l'entreprise réduit le risque lié aux fluctuations de la demande pour ses produits et services. Enfin, parce qu'elle aide les entreprises à grandir, l'internationalisation facilite leur financement, ce dernier devenant plus accessible et plus abordable à mesure que l'entreprise croît.

Par ailleurs, grâce à l'internationalisation, les entreprises participent au partage des connaissances et sont au fait des derniers développements technologiques dans leur secteur d'activité, ce qui leur permet de demeurer compétitives. La concurrence étant féroce sur les marchés internationaux, les entreprises qui sont actives à l'international subissent des pressions qui les forcent constamment à innover et à améliorer leur productivité. Des études empiriques appuient d'ailleurs la thèse voulant que l'exportation stimule la productivité et l'innovation<sup>3</sup>.

### Les avantages pour le Québec

Comme les perspectives de croissance sont limitées dans les économies avancées, le Québec doit s'internationaliser davantage afin d'assurer sa croissance, en visant tout particulièrement les PÉD qui offrent d'immenses débouchés aux exportateurs. Par ailleurs, le Québec a tout intérêt à encourager les entreprises à s'internationaliser, car il a besoin d'augmenter sa productivité dont la croissance tire de l'arrière par rapport au reste du Canada et aux États-Unis. Outre le fait que les entreprises doivent s'ouvrir sur le monde, il faut d'abord stimuler la fibre entrepreneuriale. Il est important de retenir au Québec les PME performantes, car elles sont génératrices d'emplois et de richesse.

Les exportations internationales de biens et de services du Québec ont diminué de 1,0 % par année, en moyenne, depuis le début des années 2000, en raison de la baisse des exportations aux États-Unis. En conséquence, la part des exportations internationales dans le PIB a subi un important recul, passant de 42 % en 2000, à 27 % en 2013. Le nombre d'établissements qui exportent à l'international a diminué de 10 % entre 2006 et 2009<sup>4</sup>.

Il faut mentionner que ce phénomène n'est pas particulier au Québec, on l'a observé dans la majorité des provinces canadiennes, notamment en Ontario où la part des exportations internationales dans le PIB a aussi diminué considérablement. Elle est passée de 53 % à 33 % au cours de la même période et le nombre d'établissements qui exportent à l'international a reculé de 12 % entre 2006 et 2009.

Le Canada s'est fait gruger sa part du marché américain par des PÉD, en particulier la Chine. La part du Canada dans les importations américaines a diminué dans toutes les grandes catégories d'industries depuis 2000, exception faite de celle du pétrole et du charbon. Les cinq industries où le Canada a subi les plus importants reculs — soit le papier, les produits du bois, les imprimés et produits connexes, les meubles et accessoires et les produits en plastique et en caoutchouc — sont parmi celles où la Chine a enregistré les plus importants gains<sup>5</sup>. Fait à noter, ce sont des industries très présentes au Québec.

Au cours des dernières années, les échanges commerciaux du Québec avec les PÉD se sont accrus. À titre d'exemple, les exportations de marchandises dans treize PÉD ont augmenté de 14 % par année, en moyenne, entre 2003 et 2013<sup>6</sup>. La part de ces pays dans les exportations totales de marchandises du Québec a triplé au cours de cette période, mais elle demeure tout de même limitée, s'élevant seulement à 10 % en 2013.

Les entreprises québécoises ont donc partiellement compensé la baisse des exportations vers les États-Unis par une expansion vers les autres régions du monde, en particulier vers les PÉD. Pour améliorer son solde commercial, il est essentiel que cette tendance se poursuive, car il est peu probable que le Québec puisse reconquérir entièrement les parts du marché américain qu'il a perdues au cours des dernières années. Les entreprises exportatrices québécoises ne doivent pas pour autant délaisser les États-Unis. Ce pays restera toujours celui qui leur est le plus facilement accessible.

<sup>3</sup> Ciuriak, Dan, « Dynamique des exportateurs et productivité », *Aperçu de la rédaction, Affaires étrangères et commerce international Canada*, 2010. [http://www.international.gc.ca/economist-economiste/assets/pdfs/research/TPR\\_2010/aperçuRedaction-fra.pdf](http://www.international.gc.ca/economist-economiste/assets/pdfs/research/TPR_2010/aperçuRedaction-fra.pdf)

<sup>4</sup> Les données du registre des exportateurs s'arrêtent en 2009. Statistique Canada vient de publier les données de 2012, mais elles ne sont malheureusement pas comparables aux données antérieures qui font actuellement l'objet d'une révision méthodologique.

<sup>5</sup> Banque de développement du Canada, *La Chine et le Mexique grugent les parts du Canada sur le marché américain*, Lettre économique mensuelle de novembre 2013, pages 1 et 2.

<sup>6</sup> Desjardins, Études économiques, op. cit. note 1 à la page 1 (page 47). Ces treize PÉD sont le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine, le Mexique, l'Indonésie, la Turquie, l'Arabie Saoudite, l'Afrique du Sud, le Venezuela, les Philippines, le Nigéria et le Vietnam.

## LE NIVEAU D'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES

### La faiblesse relative de l'internationalisation des entreprises québécoises

Il est fréquent d'entendre dire que les entreprises québécoises sont moins présentes sur les marchés internationaux que celles des autres provinces canadiennes. Il est vrai que la part des exportations internationales dans le PIB est plus faible au Québec que dans la majorité des autres provinces canadiennes. En 2012, elle se situait à 26 %, comparativement à 32 % en Ontario et à 50 % au Nouveau-Brunswick, par exemple.

Ces écarts peuvent notamment s'expliquer par les différences entre les structures industrielles des provinces. En Ontario, l'industrie de l'automobile est prédominante dans le secteur de la fabrication et une forte proportion de la production automobile est exportée. Les exportations du Nouveau-Brunswick sont pour leur part dominées par le pétrole raffiné en raison du fait que la province abrite la plus grande raffinerie de pétrole au pays. Bref, il est hasardeux de conclure que les PME québécoises sont moins nombreuses à être actives à l'international que celles du reste du Canada en comparant les ratios des exportations au PIB des provinces.

En revanche, les résultats des sondages effectués par la Fondation de l'entrepreneurship, qui procurent à l'occasion quelques statistiques provinciales sur les activités internationales, soutiennent cette affirmation. En effet, ils indiquent généralement que le pourcentage des entrepreneurs québécois ayant des activités à l'international est plus faible que celui des entrepreneurs du reste du Canada et que le pourcentage des démarcheurs du Québec qui ont l'intention d'exporter est inférieur à celui des autres démarcheurs canadiens<sup>7</sup>.

L'Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises (EFCPME) de Statistique Canada, fondée sur un sondage réalisé auprès d'un très grand nombre de PME, produit sans doute les données les plus fiables à ce chapitre. Or, les résultats de l'enquête de 2011 corroborent ceux de la Fondation de l'entrepreneurship. En effet, 9,8 % des PME québécoises ont déclaré avoir exporté en 2011 contre 10,4 % de l'ensemble des PME canadiennes. En outre, les pourcentages de PME qui ont imparti des activités à l'étranger, effectué des investissements directs à l'étranger ou exercé d'autres activités commerciales à l'international en 2011, de même que le pourcentage des PME qui ont l'intention de prendre de l'expansion dans de nouveaux marchés internationaux au cours des trois prochaines années, sont généralement plus faibles au Québec que dans les autres régions du Canada (tableau 1).

**Tableau 1 – Quelques statistiques sur les activités internationales des PME en 2011, par région**

|  | <i>Atlantique</i> | <i>Québec</i> | <i>Ontario</i> | <i>Prairies</i> | <i>Colombie-Britannique</i> | <i>Canada</i> |
|--|-------------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------------------|---------------|
| A exporté des biens ou des services en provenance de l'étranger  | 9,2 %             | 9,8 %         | 12,8 %         | 6,7 %           | 11,2 %                      | 10,4 %        |
| A importé des biens ou des services en provenance de l'étranger  | 14,7 %            | 19,5 %        | 28,0 %         | 27,0 %          | 32,1 %                      | 25,8 %        |
| A imparti des activités commerciales du Canada à l'étranger      | 0,3 %             | 2,4 %         | 3,4 %          | 3,9 %           | 4,4 %                       | 3,2 %         |
| A effectué des investissements directs à l'étranger              | 0,9 %             | 0,3 %         | 1,1 %          | 0,9 %           | 0,7 %                       | 0,8 %         |
| A exercé d'autres activités commerciales internationales         | 2,0 %             | 0,4 %         | 1,4 %          | 1,3 %           | 1,8 %                       | 1,3 %         |
| A l'intention de prendre de l'expansion dans de nouveaux marchés | 7,9 %             | 10,5 %        | 12,4 %         | 10,5 %          | 15,9 %                      | 11,9 %        |

Source : Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises de 2011, Statistique Canada, tableaux 22, 23 et 25.

<sup>7</sup> Voir Fondation de l'entrepreneurship, « Qu'est-ce que les entrepreneurs québécois ont dans le ventre? », *Indice entrepreneurial québécois 2010*, p. 16; Fondation de l'entrepreneurship, « Scène internationale : les entrepreneurs du Québec sont-ils actifs? », *Indice entrepreneurial québécois 2011*, 40 pages; Fondation de l'entrepreneurship, « Les entrepreneurs québécois font-ils preuve d'audace? », *Indice entrepreneurial québécois 2013*, p. 36. Note : dans l'étude de 2011, le pourcentage des démarcheurs ayant des ambitions à l'international est plus élevé que celui des démarcheurs du reste du Canada.

## Tableau 2

### Liste des obstacles à l'internationalisation des entreprises

- ✓ Trouver le financement nécessaire
- ✓ Identifier des opportunités d'affaires
- ✓ Déterminer la stratégie appropriée (exportation directe et indirecte, investissement direct à l'étranger, etc.)
- ✓ Dénicher des partenaires d'affaires
- ✓ Trouver de l'information sur les marchés étrangers
- ✓ Vérifier la fiabilité des partenaires, des fournisseurs et des acheteurs potentiels
- ✓ Développer l'expertise pour gérer les activités internationales (ou embaucher des experts)
- ✓ Trouver le temps de gérer les activités internationales (ou embaucher du personnel à cet effet)
- ✓ Remplir les procédures bureaucratiques et réglementaires
- ✓ Adapter les produits et les services de l'entreprise aux besoins ou aux goûts des consommateurs étrangers
- ✓ S'adapter à la culture d'affaires des pays étrangers
- ✓ Gérer de nouveaux risques associés au taux de change, aux lois et aux politiques des pays étrangers
- ✓ Protéger la propriété intellectuelle de l'entreprise
- ✓ Modifier l'organisation de l'entreprise en fonction de ses nouvelles activités à l'international

Source : Voir note 11

#### LES CAUSES DE CETTE FAIBLESSE RELATIVE

Il est difficile d'expliquer la faiblesse relative du pourcentage de PME québécoises actives à l'international. Il a déjà été établi que les Québécois sont moins portés vers l'entrepreneuriat que les autres Canadiens<sup>8</sup>.

Sous l'hypothèse que les moyennes entreprises sont plus nombreuses que les petites à avoir des activités internationales, l'insuffisance d'entreprises de taille moyenne au Québec pourrait être mise en cause<sup>9</sup>. La différence entre le pourcentage de moyennes entreprises du Québec et celui de l'Ontario est faible, toutefois (1,6 % contre 1,9 %). De plus, il semble que la relation entre la taille de l'entreprise et la probabilité qu'elle exporte est avérée pour les entreprises manufacturières, mais pas pour les entreprises du secteur des services<sup>10</sup>.

En analysant les résultats d'un sondage portant sur la mondialisation, la firme SECOR-KPMG a formulé plusieurs hypothèses pour expliquer « le retard du plein potentiel des PME du Québec à l'international ». Certaines se rapportent à la culture : barrière de la langue, un héritage de développement culturel peu présent ou une ouverture interculturelle moins développée. D'autres concerneraient le financement, soit un capital insuffisamment agressif à l'international, des intermédiaires (banques, services professionnels, etc.) peu portés sur l'international ou, encore, des politiques publiques peu incitatives. Ce sont des pistes intéressantes qu'il

vaudrait la peine d'explorer davantage en examinant ce qui se fait ailleurs au Canada.

Cela étant dit, même s'il est plus élevé qu'au Québec, le pourcentage des PME actives à l'international dans le reste du Canada est limité. Le phénomène n'est pas nouveau et plusieurs études visant à expliquer pourquoi les PME canadiennes ne s'internationalisent pas davantage ont été réalisées au cours de la dernière décennie. Pour ce faire, les chercheurs ont d'abord identifié les obstacles à l'internationalisation auxquelles les PME sont confrontées.

#### LES OBSTACLES À L'INTERNATIONALISATION

Les entreprises qui s'internationalisent doivent relever de nouveaux défis. Parmi ceux-ci, on note la gestion des risques liés aux fluctuations du taux de change, l'adaptation de leurs produits et services aux goûts et aux habitudes de consommation des clients étrangers, le respect des différences culturelles et l'ajustement au cadre réglementaire et fiscal du pays où elles ont choisi de faire des affaires. Cela exige également un ajustement de la gestion et de l'organisation de l'entreprise. Bref, les obstacles à l'internationalisation sont nombreux (tableau 2)<sup>11</sup>.

L'ordre d'importance des obstacles varie en fonction de plusieurs facteurs dont la taille de l'entreprise, la nature du bien ou du service exporté et la situation géographique du pays étranger ciblé. Il faut noter que ce ne sont pas toutes les

<sup>8</sup> Voir Desjardins, Études économiques, op. cit. note 1 à la page 1 (pages 23 et 24).

<sup>9</sup> SECOR-KPMG, « Focus stratégique », *Rapport d'analyse : Résultat de l'enquête*, août 2013, page 3.

<sup>10</sup> Barbara Orser et collab., « Les PME exportatrices canadiennes », Industrie Canada, No de catalogue lu188-92/2008F-PDF, page 5 [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/Canadian\\_SME\\_Exporters\\_Fr.pdf/\\$FILE/Canadian\\_SME\\_Exporters\\_Fr.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/Canadian_SME_Exporters_Fr.pdf/$FILE/Canadian_SME_Exporters_Fr.pdf)

<sup>11</sup> Les obstacles qui figurent au tableau 2 ont été tirés de différentes publications : Barbara Orser et collab., « Les PME exportatrices canadiennes », Industrie Canada, No de catalogue lu188-92/2008F-PDF, page 5 [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/Canadian\\_SME\\_Exporters\\_Fr.pdf/\\$FILE/Canadian\\_SME\\_Exporters\\_Fr.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/Canadian_SME_Exporters_Fr.pdf/$FILE/Canadian_SME_Exporters_Fr.pdf) Macmillan, Kathleen, « Canadian SMEs and Globalization, Success Factors and Challenges », Conference Board du Canada, mai 2008, pages 6 à 10; OECD (2009), « Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation », *Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship*, page 2 <http://www.oecd.org/cfe/smes/43357832.pdf>



PME qui peuvent s'internationaliser. Certaines produisent des biens et des services qui ne sont pas exportables ou qu'il ne serait pas rentable d'exporter. Par ailleurs, d'autres ne désirent pas exporter à l'étranger. Le marché national est suffisant pour leur permettre de demeurer rentables. Leurs propriétaires poursuivent généralement des objectifs de croissance modérée et ne sont pas intéressés à prendre de l'expansion en dehors des frontières canadiennes<sup>12</sup>.

D'autres obstacles à l'internationalisation sont d'une autre nature tels que l'attitude du dirigeant face au risque ou le désir de contrôler la croissance de l'entreprise afin qu'elle demeure petite et facilement gérable<sup>13</sup>. Enfin, les barrières peuvent être fondées sur des perceptions plutôt que sur la réalité. Par exemple, certains entrepreneurs peuvent avoir la fausse impression qu'il n'y a pas de demande à l'international pour leur produit.

### D'AUTRES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN CONSIDÉRATION

Le secteur de la fabrication détient la plus grande proportion d'entreprises exportatrices, mais seulement 6,4 % des PME font partie de ce secteur au Québec, de sorte que, globalement, le nombre de PME exportatrices est plus élevé dans le secteur des services que dans celui de la fabrication.

Entre 2000 et 2013, les exportations internationales de services ont augmenté de 3,3 % par année au Québec, en moyenne, et leur part dans les exportations totales est passée de 12 % à 18 % au cours de cette période. Il est probable que cette tendance se poursuivra puisque les technologies de l'information et des télécommunications facilitent l'exportation des services partout dans le monde.

Par ailleurs, des faits très intéressants concernant les nouvelles entreprises internationales (NEI), c'est-à-dire celles qui ont enregistré d'importants revenus d'exportation pendant leurs trois premières années d'existence, ont été mis en lumière. Premièrement, les NEI exploitent des activités dans toutes les industries, pas seulement dans celles de la fabrication, de la technologie et du savoir. Bien qu'elles soient plus petites, que leurs dirigeants et leurs employés soient plus jeunes, et qu'elles détiennent moins d'actifs, les NEI atteignent un niveau d'intensité d'exportation comparable à celui des exportatrices établies. En outre, les NEI sont plus susceptibles d'appartenir à des immigrants récents que les nouvelles entreprises qui n'exportent pas. Enfin, elles affichent des niveaux d'innovation supérieurs à ceux des entreprises exportatrices établies<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> SECOR-KPMG, « Focus stratégique », *Rapport d'analyse : Résultat de l'enquête*, août 2013, page 38.

<sup>13</sup> Macmillan, Kathleen, op.cit. note 11 à la page 4, page 6.

<sup>14</sup> Barbara Orser et collab., op. cit. note 11 à la page 4, pages 39-41.

## COMMENT INCITER LES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES À S'INTERNATIONALISER?

### Les programmes de soutien

Il existe de nombreux programmes pour appuyer les PME qui désirent s'internationaliser. Une étude sur l'accompagnement des PME québécoises a recensé les organismes de soutien à l'internationalisation ainsi que les services qu'ils offrent<sup>15</sup>. La principale constatation de l'étude est que les PME ne connaissent pas bien les programmes d'aide auxquels ils ont accès et, surtout, ceux qui leur conviennent.

En conséquence, les auteurs de l'étude recommandaient que les responsables de ces programmes visitent les PME afin de les informer de leur existence et les aider à identifier ceux qui conviennent à leurs besoins en les dirigeant, si nécessaire, vers d'autres programmes ou même d'autres organismes de soutien. Cette étude date de 2011, et certains efforts ont été faits par le gouvernement depuis ce temps pour centraliser davantage l'information sur les programmes de soutien<sup>16</sup>.

En plus de faciliter l'accès aux programmes de soutien à l'internationalisation, adopter une attitude proactive pour les faire connaître aux entrepreneurs comporte un autre avantage de taille, celui d'inciter ceux qui sont confrontés à des barrières psychologiques ou perceptives à s'internationaliser. En effet, le fait de savoir qu'il existe des mesures de soutien qui réduisent le risque associé à l'internationalisation pourrait modifier le comportement de certains d'entre eux.

Les auteurs de l'étude sur l'accompagnement à l'internationalisation des PME ont formulé de nombreuses autres recommandations afin de rendre les programmes de soutien plus efficaces et la plupart d'entre elles demeurent très pertinentes<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> Jorge Niosi et Majlinda Zhegu, « Études sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises », *Rapport de recherche*, Université du Québec à Montréal – Chaire de recherche du Canada en gestion de la technologie, Août 2011, page 29. <http://www.dec-ced.gc.ca/docs/etude-intrnt-pme-fra.pdf>

<sup>16</sup> Il faut noter que dans sa politique économique « Priorité Emploi » annoncée en octobre 2013, le gouvernement québécois s'était engagé à faciliter l'utilisation des services offerts aux entreprises qui veulent avoir de l'aide à l'exportation et à alléger les processus administratifs. Voir : Gouvernement du Québec, « Priorité Emploi, Investir dans la productivité c'est investir dans le Québec – Politique industrielle québécoise 2013-2017 », *S'informer – politiques, stratégies, plans d'action*, Octobre 2013, page 94. [http://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/administratives/politiques/politique\\_industrielle.pdf](http://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/administratives/politiques/politique_industrielle.pdf)

<sup>17</sup> Jorge Niosi et Majlinda Zhegu, op.cit. note 15 à la page 5, page 35 à 38.

## LES ENTREPRISES CIBLÉES

Un grand nombre de programmes de soutien à l'internationalisation s'adressent aux entreprises manufacturières. Compte tenu de la part croissante des services dans les exportations, il est important de ne pas négliger les entreprises de ce secteur au moment d'élaborer des programmes de soutien.

Les statistiques indiquent que les entreprises qui exportent investissent en recherche et développement (R et D) et innovent davantage que celles qui n'exportent pas. Par conséquent, il faut encourager la création et le développement d'entreprises innovantes. Pour cela, il faut poursuivre les efforts afin de stimuler l'investissement dans les phases préliminaires de croissance des entreprises (amorçage, démarrage et début de la croissance), où une trop faible proportion du capital de risque est investie au Québec<sup>18</sup>. Par la suite, il faut soutenir les entreprises qui désirent croître. Le Centre sur la productivité et la prospérité de HEC – Montréal vient justement de faire paraître une série de publications concernant les entreprises à forte croissance. Ces publications contiennent des recommandations visant à favoriser l'émergence de ce type d'entreprises<sup>19</sup>.

Il faut également inciter les PME existantes à innover davantage, ce qui en amènerait éventuellement un plus grand nombre à s'internationaliser. Toutefois, le soutien à la R et D ne fait pas tout : en dépit du fait que « les PME québécoises profitent de l'aide fiscale à la R et D la plus généreuse au Canada »<sup>20</sup> la croissance de la productivité est plus faible au Québec que dans le reste du Canada. À ce sujet, des experts ont déjà recommandé de mettre davantage l'accent sur l'aide directe (prêts et subventions) que sur l'aide fiscale (les crédits d'impôt, la réduction des impôts sur les salaires dans la R et D et l'amortissement accéléré des actifs de R et D)<sup>21</sup>.

## LE DÉVELOPPEMENT ET L'EXPLOITATION DES COMPÉTENCES À L'INTERNATIONAL

La motivation du propriétaire de l'entreprise est un élément déterminant de son internationalisation. Par conséquent, il faut sensibiliser les futurs gestionnaires aux avantages de l'internationalisation et améliorer leur formation

internationale de façon à ce qu'ils soient ouverts à l'idée et bien préparés à la mettre en application.

Par ailleurs, il a été mentionné précédemment que les NEI étaient plus susceptibles d'appartenir à des immigrants récents que les nouvelles entreprises qui n'exportent pas. Avant d'arriver au Canada, plusieurs d'entre eux ont été exposés à d'autres cultures et disposent donc d'un réseau de contacts dans leur pays d'origine et à l'étranger. Or, faire partie d'un tel réseau est un atout majeur pour conquérir les marchés internationaux. Des programmes visant à faciliter l'immigration des étrangers qui désirent faire des affaires au Québec existent déjà, il faut les maintenir<sup>22</sup>.

Une autre façon de favoriser la création de réseaux de contacts internationaux est d'accueillir des étudiants étrangers et d'encourager les étudiants québécois à faire des études à l'étranger, comme le proposait l'économiste Henri-Paul Rousseau, dans une récente allocution prononcée au Congrès de l'Association des économistes québécois<sup>23</sup>. La concurrence entre les universités sur le marché des étudiants étrangers est féroce. Bien que le Québec dispose des attraits qui ont le plus d'impact sur le choix du pays d'études, sa part du marché des étudiants étrangers est faible. Il semble que le Québec présente de sérieuses lacunes en ce qui a trait au recrutement et à la promotion de ses programmes universitaires à l'international<sup>24</sup>. S'il veut réussir à attirer davantage d'étudiants étrangers, il doit développer une meilleure stratégie de recrutement et y consacrer un budget approprié.

Enfin, les propriétaires de PME qui envisagent de s'internationaliser ont besoin de financement, certes, mais encore plus de judicieux conseils. À cet effet, rien ne vaut ceux d'un entrepreneur qui a réussi à se tailler une place sur le marché international. Le mentorat ou l'intégration d'un entrepreneur qui a de l'expérience à l'international au sein du conseil d'administration ou du comité avisier peut augmenter les chances de l'entreprise de s'internationaliser avec succès<sup>25</sup>.

<sup>18</sup> Voir Desjardins Études économiques, op. cit. note 1 à la page 1 (pages 51 à 56).

<sup>19</sup> <http://cpp.hec.ca/blog/serie-croissance-des-pme/>

<sup>20</sup> Gouvernement du Québec, op. cit. note 16 à la page 5, p. 46.

<sup>21</sup> Robert Gagné et Pierre-Olivier Lachance, « La performance québécoise en innovation », Centre sur la productivité et la prospérité de HEC Montréal, Avril 2011, page 33 [http://cpp.hec.ca/cms/assets/documents/recherches\\_publicees/CE-2010-01\\_Innovation\\_avril2011.pdf](http://cpp.hec.ca/cms/assets/documents/recherches_publicees/CE-2010-01_Innovation_avril2011.pdf) et Industrie Canada, « Innovation Canada : Le pouvoir d'agir », 2011, p. 6-4 [http://examen-rd.ca/eic/site/033.nsf/vwapj/R-D\\_InnovationCanada\\_Final-fra.pdf/\\$FILE/R-D\\_InnovationCanada\\_Final-fra.pdf](http://examen-rd.ca/eic/site/033.nsf/vwapj/R-D_InnovationCanada_Final-fra.pdf/$FILE/R-D_InnovationCanada_Final-fra.pdf)

<sup>22</sup> <http://www.immigration-quebec.gouv.qc.ca/fr/immigrer-installer/gens-affaires/index.html>

<sup>23</sup> Henri-Paul Rousseau, « Le triangle exportations, immigration et éducation : un nouvel avantage concurrentiel pour les entreprises du Québec », *Allocution prononcée devant le 39<sup>e</sup> Congrès de l'Association des économistes québécois*, Université d'Ottawa, mai 2014. <http://www.economistesquebecois.com/files/documents/3h/e7/henri-paul-rousseau.pdf>

<sup>24</sup> Joëlle Chatel-DeRepentigny et collab., « Les étudiants internationaux au Québec : état des lieux, impacts économiques et politiques publiques », Série scientifique 2011s-71, Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations, novembre 2011, page 38. <http://www.cirano.qc.ca/pdf/publication/2011s-71.pdf>

<sup>25</sup> Fondation de l'entrepreneurship, « Scène internationale : les entrepreneurs du Québec sont-ils actifs? », *Indice entrepreneurial québécois* 2011, page 30. La Fondation de l'entrepreneurship offre un service de mentorat.

### Tableau 3 - Des actions à mettre en œuvre pour stimuler l'internationalisation des entreprises québécoises

- ✓ Informer les PME de l'existence des programmes de soutien à l'internationalisation et les aider à identifier ceux qui conviennent à leurs besoins
- ✓ Rendre les programmes de soutien plus accessibles et plus efficaces<sup>26</sup>
- ✓ Cibler autant les entreprises de services que celles du secteur de la fabrication
- ✓ Encourager la création et le développement d'entreprises innovantes et inciter les PME existantes à innover davantage
- ✓ Soutenir les entreprises qui désirent croître et qui en ont le potentiel<sup>27</sup>
- ✓ Mettre davantage l'accent sur l'aide directe à la R et D (prêts et subventions) que sur l'aide fiscale (crédits d'impôt)
- ✓ Augmenter le capital de risque en phase de démarrage
- ✓ Sensibiliser les futurs gestionnaires aux avantages de l'internationalisation et améliorer leur formation internationale
- ✓ Maintenir les programmes qui facilitent l'immigration des étrangers qui désirent faire des affaires au Québec
- ✓ Développer une meilleure stratégie de recrutement afin d'attirer les étudiants étrangers au Québec
- ✓ Encourager les propriétaires de PME à s'associer à un mentor qui a de l'expérience sur la scène internationale
- ✓ Travailler à renforcer la capitalisation des entreprises
- ✓ Se doter d'un comité avisé et/ou d'un conseil d'administration

Source : Voir note 11 à la page 4

#### CONCLUSION

L'économie du Québec présente des perspectives démographiques et économiques modestes, ce qui limite le potentiel de croissance des entreprises d'ici. L'internationalisation s'impose pour celles qui souhaitent croître.

De plus, parce qu'elles doivent se démarquer face à une concurrence féroce, les entreprises actives à l'international sont généralement plus innovantes et plus productives que les autres.

Le Québec a donc tout avantage à encourager les entrepreneurs à faire preuve d'audace et à conquérir les marchés extérieurs. Les possibilités sont vastes : les États-Unis demeurent la plus grande économie mondiale, l'Europe vient de signer un accord commercial avec le Canada et les PÉD sont en pleine expansion.

La présente étude sur l'internationalisation des entreprises québécoises est brève et concise. Son objectif consistait à déterminer, sur la base de l'abondante littérature produite à ce sujet, les meilleures avenues à explorer afin d'encourager davantage de PME québécoises à affronter la scène internationale (tableau 3).

Il faut entreprendre ces actions sans tarder. Inciter les PME à s'internationaliser davantage est le moyen le plus sûr d'assurer la croissance économique future du Québec, d'augmenter la productivité et de maintenir le niveau de vie de ses habitants.

<sup>26</sup> Les auteurs de l'étude sur l'accompagnement des PME québécoises à l'internationalisation proposent plusieurs recommandations à cet effet.

<sup>27</sup> Consulter les publications du Centre sur la productivité et la prospérité des entreprises de HEC - Montréal à l'adresse suivante : <http://cpp.hec.ca/blog/serie-croissance-des-pme/>