
SESSION DE BUENOS AIRES DE LA CONFERENCE PARLEMENTAIRE SUR L'OMC

Buenos Aires (Argentine), 9-10 décembre 2017

Organisée conjointement par l'Union interparlementaire et le Parlement européen avec le concours du Congrès national de l'Argentine à l'occasion de la 11^{ème} Conférence ministérielle de l'OMC (MC11)

PC-WTO/2017/R.1
30 novembre 2017

LE E-COMMERCE ET L'INTERNATIONALISATION DES PME

Document de travail présenté par Mme E. McClarkin (Parlement européen)

Le commerce numérique a énormément augmenté au cours de ces deux dernières décennies. On estime que les biens et les services échangés électroniquement représentent d'ores et déjà 12 pour cent du commerce international, et que cette tendance à la hausse va se poursuivre à un rythme accéléré.

L'expansion rapide d'Internet et le recours aux appareils mobiles, couplés à des modes de règlement facilités et un transport et une distribution plus rapides, ont transformé le commerce. Ces changements ont ouvert, tant pour les consommateurs que pour les entreprises de toute taille, des perspectives sans précédent en matière de commerce transfrontière.

Le fait que les marchés internationaux soient atteignables d'un clic de souris peut potentiellement permettre aux entrepreneurs et aux petites entreprises de s'autonomiser en leur donnant accès aux chaînes d'approvisionnement mondiales à des coûts moindres et en raccourcissant les distances.

Il convient de souligner le rôle important joué par un modèle commercial fonctionnant de plus en plus sur le mode entreprise-consommateur (B2C), qui représentait plus de 2 milliards de dollars E.-U. en 2016. Ce modèle passe par des plateformes en ligne autorisant une meilleure identification des consommateurs, des offres personnalisées et une communication accélérée.

Ces nouveaux modèles commerciaux peuvent apporter une contribution fondamentale à l'internationalisation des activités et la croissance économiques. Ceci vaut en particulier pour les petites et moyennes entreprises (PME), qui sont des acteurs importants de l'économie sur le plan de la création de valeur, mais aussi de l'inclusivité de la mondialisation. Dans les pays développés, les PME représentent environ 70 pour cent des emplois et dégagent en moyenne entre 50 et 60 pour cent de la valeur ajoutée tandis que, dans les économies émergentes, ces chiffres sont de 45 pour cent pour la part des emplois et 33 pour cent pour la part du PIB à mettre à leur compte. Dans les pays les moins avancés (PMA), ces entreprises apportent une contribution importante en matière d'intégration, d'inclusivité et de développement.

Les perspectives offertes par le commerce numérique sont à la hauteur des défis qu'il pose. Dans la sphère numérique, les entreprises peuvent se retrouver confrontées à toute sorte d'obstacles, qu'ils soient de nature structurelle, technologique, voire juridique. L'absence de cadre réglementaire global impose aussi de sérieuses contraintes aux PME commerçant sur Internet.

Comment les règles, pratiques et systèmes commerciaux conçu avant l'ère d'Internet peuvent-ils être adaptés aux nouvelles modalités commerciales et au comportement des consommateurs d'aujourd'hui ?

I. Amélioration de la connectivité et renforcement des capacités pour le commerce électronique

Pour qu'Internet devienne une plateforme utile au commerce international, il faut en garantir l'accès. Bien que l'accès à Internet s'améliore dans le monde entier, un grand nombre de zones rurales et de pays en développement ne sont pas connectés en raison de problèmes de fiabilité de l'alimentation électrique, de coûts de transaction élevés et de l'infrastructure déficiente.

Des investissements publics et privés sont donc indispensables, tout comme une réglementation de nature à combler ces lacunes, notamment :

- des règles en matière d'interconnexion permettant d'éviter la surfacturation ;
- une réglementation permettant à la compétitivité de se développer et à de nouveaux intervenants d'accéder au marché ;
- améliorer l'accès aux appareils mobiles et au haut débit.

La connectivité exige aussi une infrastructure matérielle et des procédures opérationnelles efficaces. Pour que les entreprises puissent pénétrer les marchés étrangers et contribuer aux chaînes de valeur mondiales, il faut des routes, des ports et des aéroports modernes. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) doivent compléter la mise en place de ces structures par des systèmes interopérables et des normes garantissant une communication et des échanges plus fluides sur les plateformes numériques.

II. Création d'un cadre réglementaire propice au commerce numérique

Le commerce électronique dépend du transfert des données au-delà des frontières. Par conséquent, toute restriction à la libre circulation des données peut interrompre le commerce international, étouffer l'innovation et brider l'accès des consommateurs à tout un éventail de produits et de services. Certaines restrictions sont légitimes, tandis que d'autres, de nature purement protectionniste, visent à assurer un avantage concurrentiel aux entreprises nationales.

Pour soutenir le développement de l'économie numérique et permettre à nos entreprises d'accéder aux marchés internationaux, il convient d'adopter une réglementation interdisant les politiques injustifiées et discriminatoires relatives à l'activité en ligne, à savoir :

- l'élimination des exigences en matière de localisation forcée des données ;
- les limites imposées au contenu Internet ;
- la divulgation obligatoire du code source et la censure des sites web étrangers.

Toutes ces contraintes renchérissent les coûts des PME désireuses de transférer des données à l'échelle mondiale, ce qui limite les perspectives offertes par le commerce sur Internet.

Diverses autres questions relatives aux droits de propriété intellectuelle (DPI) et à la protection des consommateurs et de leur vie privée exigent mûre réflexion, car les vendeurs et les consommateurs doivent pouvoir développer le degré de confiance requis pour fournir le type de données exigées par le commerce électronique. En parallèle, les droits de propriété intellectuelle des ayant-droit seront eux aussi préservés.

Ces questions concernent toutes les entreprises, mais elles posent des difficultés particulières aux PME, qui n'ont pas toutes les capacités ni les ressources requises pour déceler les infractions et prendre les mesures qui s'imposent sur le plan juridique.

III. Promouvoir et accélérer l'implication des PME dans l'économie mondiale

Les chiffres révèlent que les PME actives dans le domaine du commerce électronique sont cinq fois plus susceptibles d'exporter que les autres. Ainsi, avancer en matière de politique numérique sans aborder les problèmes auxquels les PME sont confrontées dans ce contexte pourrait donc les marginaliser encore davantage.

Lorsqu'une entreprise vend des biens et des services en ligne, elle se heurte aux entraves traditionnellement rencontrées dans le commerce transfrontière, notamment les barrières limitant son accès au marché et des coûts de conformité élevés. La vision que les petites entreprises ont du commerce électronique évoluerait radicalement et leur accès aux marchés étrangers serait facilité si la convergence et la coopération réglementaires étaient élargies et les formalités douanières simplifiées, notamment dans le cas des produits de faible valeur. Un bon début serait de commencer par simplifier la procédure de retour des marchandises en réduisant les droits de douanes imposés sur ces produits, souvent taxés deux fois, et dont le retour exige de lourdes démarches administratives.

En outre, le manque de compétences et la complexité des procédures d'inscription en ligne, de facturation électronique, d'accès aux modes de paiement, de suivi et de service client peuvent constituer une lourde charge pour les PME et brider leur productivité et leur capacité d'innovation. L'aptitude des PME à exporter électroniquement dépend donc de l'équipement et des connaissances dont elles disposent pour accéder aux plateformes numériques, mais aussi pour s'adapter aux différents systèmes fiscaux, réglementations et structures de gouvernance d'entreprise.

Cette évolution peut être facilitée par l'instauration de mécanismes de promotion des exportations par les institutions nationales compétentes ou la collaboration avec le secteur privé, qui dispose des outils et des connaissances spécialisées requises pour contribuer au développement des compétences.

IV. Accès aux dispositifs internationaux de paiement en ligne

Vendre et acheter en ligne exige de proposer divers modes de paiement internationaux, soit par le biais des cartes de crédit, soit en passant par des plateformes de paiement intermédiaires. Ceci peut poser des difficultés particulières aux PME, plus spécialement dans les pays en développement, où le recours embryonnaire aux cartes de crédit et la préférence des consommateurs pour le paiement à la livraison limitent les activités commerciales en ligne des entreprises.

Le recours à Internet comme vecteur du commerce international exige un certain degré de confiance basé sur des modes de paiement numériques sûres et fiables. D'autres mesures sont toutefois susceptibles d'inciter les consommateurs à se tourner vers Internet pour leurs achats internationaux, notamment :

- davantage de clarté concernant les approches réglementaires susceptibles d'apaiser les inquiétudes légitimes et les craintes en matière de sécurité ;
- la suppression des limites liées aux devises et des plafonds imposés par les gouvernements qui limitent le montant des achats transfrontières ;
- l'élimination des restrictions imposées aux entreprises étrangères servant d'intermédiaire pour les transactions en devises ;
- l'identification facilitée du consommateur final par le biais des fournisseurs d'accès à Internet.

V. Accès au financement du commerce et aux facilités de crédit pour les commerçants en ligne

Pour nombre de PME, l'accès au financement ressemble à une course d'obstacles. Il s'agit d'un domaine dans lequel on ne conteste plus le bien-fondé d'une intervention politique visant à remédier aux défaillances. Les contraintes financières sont particulièrement fortes dans les pays à revenus faibles et moyens, où l'absence de financement limite fréquemment la création et le développement des PME.

En Afrique, par exemple, plus de 60 pour cent des PME déclarent que le manque d'accès au financement entrave leur participation au commerce électronique transfrontière. Plus de 50 pour cent des demandes d'octroi de crédit des PME sont refusées, contre 25 pour cent seulement pour les grandes sociétés.

Les établissements financiers du secteur privé et les agences publiques de crédit à l'exportation doivent améliorer les conditions offertes aux PME en matière de crédit.

Au cours de ces 10 dernières années, l'écart entre le taux d'intérêt moyen concédé aux PME et celui dont bénéficient les grandes sociétés s'est creusé. Il convient donc de redresser la barre en offrant des conditions spéciales aux PME tout au long de leur existence, y compris en les orientant vers des sources de financement diversifiées et en leur y donnant accès. Il est indispensable de traduire en actes les Principes de haut niveau du G20 et de l'OCDE sur le financement des PME.

VI. Expansion du commerce des services

Internet a aussi joué un rôle de premier plan dans le développement du commerce des services. Il existe aujourd'hui une offre en ligne de services éducatifs, financiers, professionnels et juridiques, entre autres. La rapidité avec laquelle ces services se répandent sur les sites web et les médias sociaux, donnant accès à de nouveaux marchés et à des créneaux spécialisés, offre aux entrepreneurs l'espace et les conditions dont ils ont besoin pour proposer pratiquement n'importe quel service sur support électronique.

Le programme de travail de l'OMC prévoit l'abaissement des entraves au commerce des services, mais il avance lentement. Il est donc nécessaire d'obtenir davantage d'engagements en matière d'accès au marché des services aux échelons bilatéral et plurilatéral, sans toutefois remettre en cause les négociations multilatérales.

L'élargissement de l'Accord sur les technologies de l'information (ATI), l'Accord sur le commerce des services (ACS) et le Programme de travail sur le commerce électronique de l'OMC doivent rester prioritaires et servir de plateformes pour aborder les questions relatives au commerce numérique.

VII. Approche multipartite

Le sujet de la technologie numérique est vaste, mais le diviser entre différentes instances internationales chargées de ses divers aspects pourrait comporter un risque de fragmentation de la stratégie politique relative au commerce numérique. Telle est la raison pour laquelle l'adoption d'une démarche globale, associée à l'instauration d'une coopération aux échelons multilatéral et régional peut contribuer à faire avancer la réglementation relative à l'environnement numérique.

La politique relative au commerce numérique, présente ou future, pourrait aussi être favorablement influencée par l'engagement complémentaire du secteur privé, voire des ONG, concernant les dimensions transversales du commerce électronique, dans la perspective d'aider les PME à saisir les occasions offertes par Internet. Des initiatives positives ont déjà été prises à l'échelon international, mais il serait possible d'accomplir davantage en mettant en œuvre des programmes de renforcement des capacités destinés à des groupes et des zones géographiques précis.

Le règlement des différends en matière de commerce électronique est un autre secteur dans lequel les partenariats, tout particulièrement avec le secteur privé, pourraient se révéler précieux. Il conviendrait d'inciter les entreprises à mettre sur pied des mécanismes volontaires, opérationnels et bien pensés pour prendre en charge les plaintes et régler les différends transfrontières. Dans ce domaine, la coopération entre le secteur public et le secteur privé pourrait faciliter l'intégration des PME dans le commerce électronique, tout en offrant aux acheteurs la sécurité dont ils ont besoin dans l'environnement numérique.

VIII. Le commerce électronique en faveur du commerce inclusif

Parler de commerce inclusif signifie veiller à ce que tous les pays du monde puissent tirer avantage de l'expansion du commerce permise par la mondialisation aux échelons bilatéral, plurilatéral et multilatéral. L'intégration des marchés offre de meilleures perspectives de croissance et crée un nombre supérieur d'emplois, susceptibles de mettre un terme à la misère.

Sous réserve que les politiques requises soient en place, le commerce électronique offre un environnement ouvert et un accès plus large à l'économie. Les PME, souvent fortement enracinées à l'échelon local et constituant une source importante de connaissances, perspectives commerciales, emplois et revenus dans leur communauté locale, ont un rôle de premier plan à jouer dans ce domaine. Elles favorisent ainsi l'inclusivité et la répartition plus équitable des fruits de la mondialisation.

Les plateformes numériques offrent aux personnes exclues du marché du travail une façon nouvelle, sans précédent dans l'histoire, d'accéder aux marchés mondiaux. Explorer ce potentiel revient à encourager les entrepreneurs et les PME pris individuellement à commercer à l'échelon mondial.

Le commerce numérique recèle également le potentiel de favoriser l'autonomisation des femmes et de constituer un outil puissant en faveur de l'égalité des sexes. Il peut mettre les femmes dirigeantes d'entreprises sur un pied d'égalité avec les hommes en leur offrant une plateforme de commercialisation de leurs produits et de leurs services avec des perspectives comparables. Cette évolution permettra aux femmes de concilier leur vie professionnelle et familiale et les aidera à travailler et créer des entreprises dans des cultures où elles ne prennent pas une part active à la vie de la société et n'ont pas accès aux réseaux et ressources professionnels exclusivement réservés aux hommes.

En conclusion

La révolution numérique envahit tous les aspects de notre existence, depuis la façon dont nous achetons et consommons notre nourriture au rapport que nous entretenons avec notre médecin ou les infirmières qui nous soignent. Les nombreux défis que nous devons relever sont contrebalancés par l'énorme potentiel de l'économie numérique. Cependant, pour qu'il se concrétise, nous devons soutenir l'offre transfrontière de services numériques ou basés sur le numérique compte tenu du dynamisme de ces activités sur le commerce transfrontière et la croissance économique.

Nous devons améliorer la connectivité et mettre en commun nos bonnes pratiques en matière de déploiement de l'accès haut débit et de la technologie mobile. Nous devons également encourager les investissements publics et privés dans la technologie et abaisser les barrières au commerce en ligne.

Ce faisant, nous ne devons pas sous-estimer l'importance de nos petites entreprises et avoir conscience de la contribution qu'elles apportent réellement sur le plan économique et en faveur du changement social. Les marchés en ligne permettront aux PME qui proposent des produits attirant une clientèle spécialisée de trouver leur public. Les placer en condition de se développer et de pénétrer les marchés étrangers par le biais du commerce électronique constitue une solution gagnante et une aide au développement.