

Soumis par courriel : finapbc-cpb@parl.gc.ca

The Internet Association Mémoire dans le cadre des consultations prébudgétaires

Résumé général

Tandis que les Canadiens sont parmi les plus grands utilisateurs mondiaux d'Internet, les entreprises canadiennes ont mis du temps à adopter les technologies numériques, ce qui a des effets préjudiciables sur notre compétitivité internationale. Pour inciter les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes à investir dans les technologies numériques, The Internet Association propose un crédit d'impôt ciblé à la rénovation numérique qui permettrait aux PME canadiennes de demander le remboursement des dépenses admissibles engagées au titre des projets de « rénovation » ou de modernisation des médias numériques. Le crédit d'impôt envisagé n'aiderait pas seulement les PME à tirer vraiment parti des retombées des technologies numériques sur le plan de l'augmentation de la productivité et de l'expansion des marchés, mais il stimulerait indirectement l'activité économique en augmentant la demande de professionnels du numérique.

I. Introduction

The Internet Association¹, association professionnelle qui représente les principales compagnies Internet, est heureuse de présenter son mémoire au Comité permanent des finances de la Chambre des communes dans le cadre des consultations prébudgétaires. Notre secteur joue un rôle névralgique dans le développement des économies du monde entier, et nous incitons le gouvernement canadien (le gouvernement) à augmenter ses investissements dans les technologies numériques pour tirer le maximum de parti des retombées sociales et économiques d'Internet. Afin d'accroître le taux d'adoption des technologies numériques, The Internet Association propose au gouvernement d'adopter un crédit d'impôt non remboursable et ciblé à la rénovation numérique pour inciter les petites et moyennes entreprises contrôlées par des intérêts canadiens ou leur appartenant à élargir leur présence en ligne.

II. Le défi du numérique au Canada

En termes absolus, le Canada est un participant actif de l'économie numérique. Les Canadiens sont de grands utilisateurs d'Internet, et ils se classent au premier rang

¹ Parmi les membres de The Internet Association, mentionnons : The Internet Association, le porte-parole unique de l'économie Internet, qui défend les intérêts des principales compagnies Internet dont Airbnb, Amazon, AOL, Auction.com, eBay, Etsy, Expedia, Facebook, Gilt, Google, Groupon, IAC, LinkedIn, Lyft, Monster Worldwide, Netflix, Practice Fusion, Rackspace, reddit, Salesforce.com, SurveyMonkey, TripAdvisor, Twitter, Uber Technologies, Inc., Yelp, Yahoo! et Zynga. The Internet Association se voue à faire adopter des solutions d'intérêt public pour renforcer et protéger la liberté sur Internet, stimuler l'innovation et la croissance de l'économie et habiliter les usagers.

mondial du nombre de pages Web visitées par mois² et au deuxième rang derrière les États-Unis pour ce qui est du nombre moyen d'heures passées en ligne par utilisateur³. Les Canadiens sont de grands utilisateurs des médias sociaux, puisque 69 % ont visité au moins un site de réseautage social en 2013, ce qui donne au Canada le plus grand nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux du monde par habitant⁴.

Les Canadiens sont également des utilisateurs invétérés des services de commerce électronique. Plus de la moitié des consommateurs canadiens ont utilisé Internet pour commander un produit ou un service⁵, et ont acheté pour 122 milliards \$ de produits et services en 2012, soit plus du double des niveaux de 2007⁶. À vrai dire, quand on sait que 93 % des Canadiens déclarent faire des recherches en ligne avant d'acheter, on peut dire qu'Internet exerce aujourd'hui plus d'influence pour aider les Canadiens à prendre des décisions d'achat que la famille, les amis et les collègues de travail⁷.

Pourtant, alors que le Canada occupe un rang très élevé sur le plan de l'utilisation d'Internet, les entreprises canadiennes ont mis du temps à adopter les technologies Internet qui sont d'usage courant parmi nos principaux concurrents à l'échelle mondiale. À peine 45,5 % des entreprises canadiennes ont un site Web, et parmi les petites et moyennes entreprises (PME), ce chiffre n'est que de 41,1 %⁸. En outre, étant donné qu'à peine 3 % de l'économie de détail canadienne est en ligne, les détaillants canadiens se classent loin derrière le Royaume-Uni (23 %), les États-Unis (7 %) et d'autres pays en ce qui concerne l'adoption du commerce électronique et du marketing numérique. Ce retard pousse 68 % des Canadiens qui font leur magasinage en ligne à acheter à des détaillants dont le siège est à l'extérieur du Canada et à concéder une part du marché canadien aux concurrents internationaux⁹.

Compte tenu de l'important écart entre la consommation et l'adoption des technologies Internet, il n'est pas étonnant que pratiquement chaque grande étude comparative réalisée au cours des dernières années montre que le Canada est indéniablement au milieu de peloton pour ce qui est de la contribution de l'économie numérique au PIB. La

² Comscore (2014). Canada Digital Future in Focus 2014.

http://www.comscore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2014/2014_Canada_Digital_Future_in_Focus (Comscore 2014).

³ ACEI (2014). Dossier documentaire 2014. L'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet.

³<http://www.cira.ca/factbook/2014/fr/index.html> (ACEI 2014).

⁴ eMarketer. Where in the World Are the Hottest Social Networking Countries? (2012)

⁴<http://www.emarketer.com/Article/Where-World-Hottest-Social-Networking-Countries/1008870> (eMarketer 2012).

⁵ ACEI 2014.

⁶ Statistique Canada (2012). Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet (ETNUI).

http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4225&Item_Id=131990&lang=en (StatCan 2013).

⁷ Fleishman Hillard (2012). Understanding the Role of the Internet in the Lives of Consumers.

⁷http://www.harrisinteractive.com/vault/Hi_UK_Corp_Insights-Fleishman-Hillard-DDI-2012.pdf (Fleishman Hillard 2012).

⁸ ACEI 2014.

⁹ L2 Think Tank (2014). L2 Intelligence Report: Omnichannel Retail: Canada.

⁹ L2. <https://www.l2thinktank.com/research/omnichannel-retail-canada-2014> (L2 2014).

contribution moyenne de l'économie Internet au PIB actuel du Canada est inférieure de 25 % aux pays du G-20¹⁰. De plus, le Boston Consulting Group (BCG) prévoit que la situation relative du Canada s'aggravera, et que sa contribution sera inférieure de 33 % à la moyenne du G-20 d'ici à 2016¹¹.

Quand on évalue la contribution d'Internet à la croissance, le Canada accuse encore plus de retard. Selon un rapport du McKinsey Global Institute, entre 2004 et 2009, Internet a contribué à la croissance du PIB du Canada à hauteur d'environ 10 %, ce qui est nettement inférieur à la contribution moyenne de 21 % à la croissance du PIB des autres grands pays industrialisés durant la même période¹².

Il est manifeste que les entreprises canadiennes sous-investissent de manière chronique dans les technologies numériques, et cette pénurie d'investissement a des répercussions sur les mauvais résultats du Canada au chapitre de l'économie numérique. On peut difficilement en expliquer la raison. Mais si les entreprises canadiennes veulent rester prospères, le gouvernement doit briser ce cycle de résultats médiocres en mettant l'utilisation des technologies numériques au cœur des politiques économiques du pays.

III. Crédit d'impôt à la rénovation numérique

L'incidence possible des technologies numériques sur la productivité et la croissance des PME est profonde. Non seulement les technologies numériques contribuent à accélérer les processus existants, à les rendre moins coûteux et plus accessibles, mais elles permettent aussi de créer de nouveaux processus¹³. Les services traditionnels peuvent être fournis de manière entièrement nouvelle, ce qui crée des possibilités d'application novatrices dans des secteurs comme l'agriculture, l'éducation, l'énergie, les transports, les services financiers et les soins de santé¹⁴. Les technologies Internet permettent aux PME de bénéficier des mêmes avantages que les entreprises à plus grande échelle et facilitent la tâche aux entreprises de s'établir grâce à des services commerciaux efficaces

¹⁰ ACEI (2013). Dossier documentaire 2013. L'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet. <http://www.cira.ca/factbook/2013/fr/index.html> (ACEI 2013). L'économie Internet contribue environ 3 % au PIB national du Canada, contre une contribution moyenne de 4 % parmi les autres pays du G-20. D'ici à 2016, BCG estime que l'écart se creusera respectivement à 3,6 % et 5,3 %.

¹¹ Boston Consulting Group (2012). The \$4.2 Trillion Opportunity: The Internet Economy in the G20. <http://www.bcg.com/documents/file100409.pdf> (BSG 2012).

¹² Pélassié du Rausas, Matthieu et al. (2011). Internet matters: The Net's Sweeping Impact on Growth, Jobs, and Prosperity. McKinsey Global Institute. http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms/Internet/Internet_matters (Pélassié du Rausas 2011).

¹³ Conseil des économies canadiennes (2012). Catalyser l'économie numérique du Canada : une réponse à une consultation publique menée sur l'économie numérique du Canada. http://www.scienceadvice.ca/uploads/fr/assessments%20and%20publications%20and%20news%20releases/digital%20economy/2010-07-12_catalyser_economie_numerique_du_Canada.pdf (CAC 2012).

¹⁴ Wolfe, D.A. & Bramwell, A. (2010). Growing the ICT Industry in Canada: A Knowledge Synthesis Paper. Rapport préparé pour le projet du Conseil de recherches en sciences humaines sur l'économie numérique du Canada. http://www.utoronto.ca/progris/presentations/pdfdoc/2010/Growing%20the%20ICT%20Industry%20in%20Canada_synthesis%20paper_edited%2014DE10.pdf (Wolfe 2010).

IA The Internet Association

et abordables. Ces technologies stimulent également la croissance grâce à la publicité et au marketing en ligne, augmentent la productivité par le stockage en nuage et l'analyse et rehaussent la compétitivité mondiale en fournissant des aides de communication et de logistique pour joindre de nouveaux clients et fournisseurs. Le McKinsey Global Institute a constaté que les PME qui tirent parti d'Internet tirent deux fois plus de revenus des exportations et créent deux fois plus d'emplois que celles qui ne le font pas¹⁵.

Le problème tient en partie au fait que les PME en dehors du secteur conventionnel des technologies de l'information et des communications (TIC) – les comptables, les entrepreneurs, les ingénieurs, etc. – sont beaucoup moins susceptibles d'investir dans les technologies qui rehaussent la productivité que leurs homologues plus grandes. En dépit des retombées proportionnellement plus élevées pour les plus petites entreprises, certains directeurs de PME pensent que les technologies numériques ne valent pas les investissements de temps et de ressources¹⁶. Les PME canadiennes sont plus susceptibles de s'en remettre aux investissements dans la main-d'œuvre et les machines traditionnelles pour stimuler la croissance car elles manquent de renseignements sur la manière d'utiliser efficacement les technologies numériques dans leurs affaires¹⁷.

Pour remédier à ce bas taux d'adoption des technologies numériques parmi les entreprises canadiennes, The Internet Association recommande au gouvernement d'adopter un crédit d'impôt ciblé afin d'inciter les PME à faire leurs affaires en ligne. À l'instar de la façon dont le crédit d'impôt à la rénovation domiciliaire a incité les Canadiens à rénover leurs maisons, un crédit d'impôt à la rénovation numérique (CIRN) incitera les PME à rénover leur présence en ligne.

Le CIRN sera un crédit d'impôt remboursable accessible exclusivement aux PME appartenant à des intérêts canadiens ou contrôlés par eux. En vertu du CIRN, les PME pourront demander le remboursement des dépenses admissibles engagées au titre des projets de « rénovation » ou de modernisation numérique comme :

- créer un site Web,
- faire de la publicité en ligne,
- optimiser le site Web existant par les appareils mobiles,
- développer des applications,
- adopter le commerce électronique.

En incitant les PME canadiennes à adopter des technologies numériques qui rehaussent la productivité et à se servir d'Internet pour conquérir de nouveaux marchés, le CIRN « accroîtra la compétitivité des entreprises canadiennes par la recherche, le développement, l'innovation et la commercialisation¹⁸ ». En outre, en accroissant la

¹⁵ Pélissier du Rausas 2011

¹⁶ CAC 2012.

¹⁷ Wolfe 2010.

¹⁸ Communiqué de presse, Comité permanent des finances de la Chambre des communes du Parlement du Canada, Les Canadiens sont invités à échanger leurs priorités au sujet du budget fédéral de 2015 (6 juin 2014), *consultable à l'adresse*

IA The Internet Association

demande locale de concepteurs Web, de graphistes, de programmeurs et d'autres professionnels des technologies, il stimulera indirectement l'activité économique et « optimisera le nombre et le type d'emplois pour les Canadiens¹⁹ ». Mais surtout, il y a de fortes chances pour que les PME s'adressent à des professionnels et à des entreprises dans leurs propres collectivités pour ces services – ce qui multipliera l'impact du CIRN dans les collectivités de tout le Canada.

The Internet Association recommande également au gouvernement de lancer une campagne de communication parallèlement au déploiement du CIRN pour éduquer les PME canadiennes quant aux avantages de l'adoption des technologies numériques pour leurs affaires. Nous sommes reconnaissants de l'occasion qui nous est donnée de présenter ces quelques commentaires.

Respectueusement soumis,

/s/ Michael Beckerman
Michael Beckerman
Président et PDG
The Internet Association

<http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=6653302&Parl=41&Ses=2&Language=F> (communiqué de presse du 6 juin 2014).

¹⁹ Communiqué de presse du 6 juin 2014.