

Commerce numérique : **la croissance et le commerce des** **petites entreprises canadiennes à** **l'échelle internationale**



Table des matières

Résumé	1
La base pour obtenir des renseignements	3
Conclusions importantes	4
Le commerce électronique accélère la croissance des petites entreprises canadiennes	4
La vente en ligne donne lieu à des occasions d'exporter à l'échelle mondiale	4
Le commerce électronique stimule les économies locales robustes	5
Le commerce numérique stimule les possibilités de croissance des petites entreprises	6
La numérisation permet le commerce mondial chez les petites entreprises	7
Intégrer les économies locales à l'écosystème numérique.....	9
Étude de cas : Saskatchewan.....	11
Il reste des défis à relever et des occasions à prendre	11
Conclusion	13

Résumé

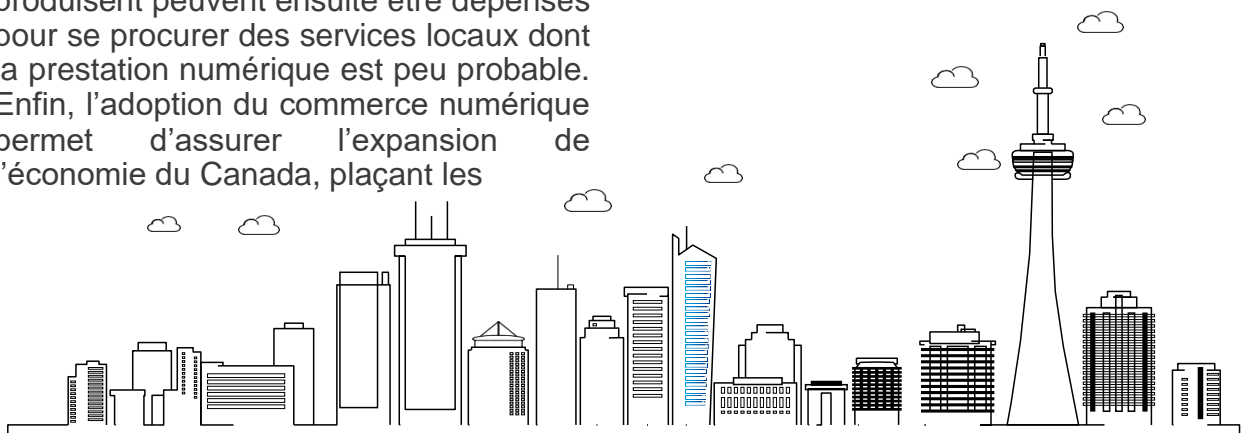
Le Canada est une puissance mondiale dans des secteurs commerciaux importants, notamment l'automobile, les services financiers, l'énergie, la foresterie et autres. Cependant, le paysage change. L'environnement commercial mondial évolue rapidement en raison de la prolifération de la technologie, plus précisément Internet et la technologie mobile. Tous les consommateurs et entreprises disposent désormais d'une chaîne d'approvisionnement mondiale, d'un réseau de distribution, d'un magasin de détail et d'une plateforme de transaction dans leur poche. Cette technologie transformatrice crée des possibilités pour même les plus petites entreprises, leur permettant de joindre des clients au Canada et ailleurs dans le monde, pour la première fois dans l'histoire.

Malgré les immenses occasions que propose l'adoption de la technologie, seulement une entreprise canadienne sur cinq réalise des ventes en ligne¹. Tandis que le Canada cherche à diversifier son économie et à assurer son inclusivité grâce à une vaste gamme de partenaires commerciaux, un nombre accru d'entreprises canadiennes doit adopter les solutions numériques. Les petites entreprises numériques sont plus efficaces que les entreprises traditionnelles, et peuvent produire des revenus supérieurs avec moins d'intrants. Ces entreprises numériques aident à stimuler la croissance des économies locales, parce que les revenus qu'elles produisent peuvent ensuite être dépensés pour se procurer des services locaux dont la prestation numérique est peu probable. Enfin, l'adoption du commerce numérique permet d'assurer l'expansion de l'économie du Canada, plaçant les

entreprises canadiennes à l'avant-scène lorsque des consommateurs de partout dans le monde veulent faire des achats.

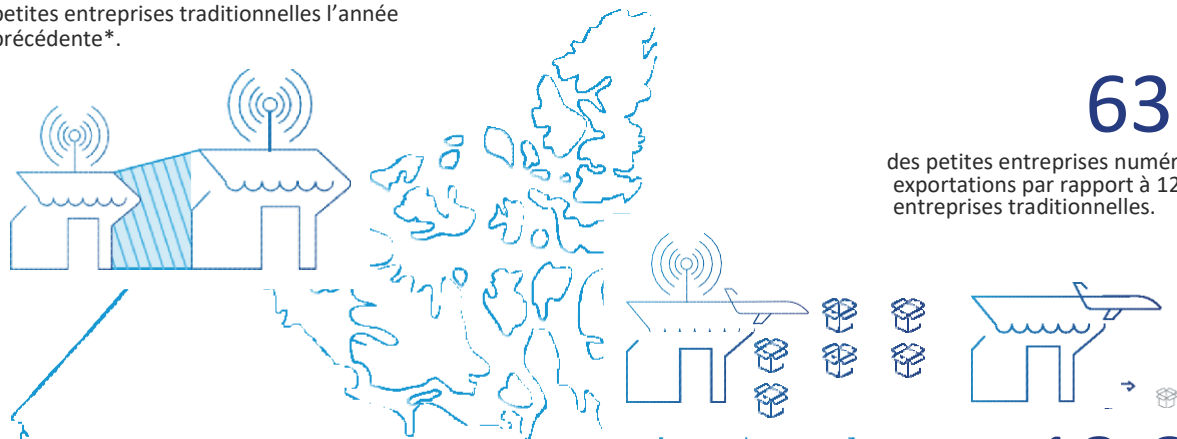
À titre de chef de file de l'écosystème du commerce électronique mondial et de champion des entrepreneurs canadiens, PayPal constate de première main la manière dont les solutions numériques peuvent aider les entreprises canadiennes à tirer parti de l'économie numérique, afin d'innover et de stimuler la croissance de leurs activités. Pour la première fois, PayPal dévoile des renseignements exclusifs sur plus de 250 000 marchands qui font partie de ses clients au Canada, afin de montrer qu'un écosystème de commerce numérique florissant permet d'accroître le commerce, les emplois et le revenu de tous les Canadiens.

Les petites entreprises numériques sont plus efficaces que les entreprises traditionnelles, et peuvent produire des revenus supérieurs avec moins d'intrants.



28 fois

Croissance des petites entreprises numériques en 2017, par rapport aux petites entreprises traditionnelles l'année précédente*.



63 %

des petites entreprises numériques font des exportations par rapport à 12 % des petites entreprises traditionnelles.

18,6 %

Hausse générale du nombre de petites entreprises numériques en 2016-2017.

10%

Croissance des petites entreprises numériques en Saskatchewan en raison des exportations en 2016-2017 par rapport aux entreprises non exportatrices.

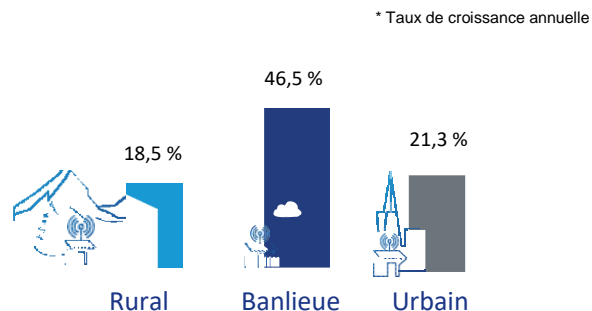
30 %

des petites entreprises numériques exportent vers au moins 3 pays, tandis que seulement 11 % des exportateurs classiques vendent à plus d'un marché*.



Les petites entreprises numériques ne vendent pas seulement leurs produits qu'aux États-Unis et au Mexique, mais aussi en Chine, au Royaume-Uni, au Japon et en Australie.

Les petites entreprises numériques de la Nouvelle-Écosse ont affiché une croissance de 47 % sur 12 mois, de 2016 à 2017, tandis que les entreprises du Manitoba ont observé une croissance de 30 %. En Ontario, le taux de croissance des entreprises a atteint 26,2 %.



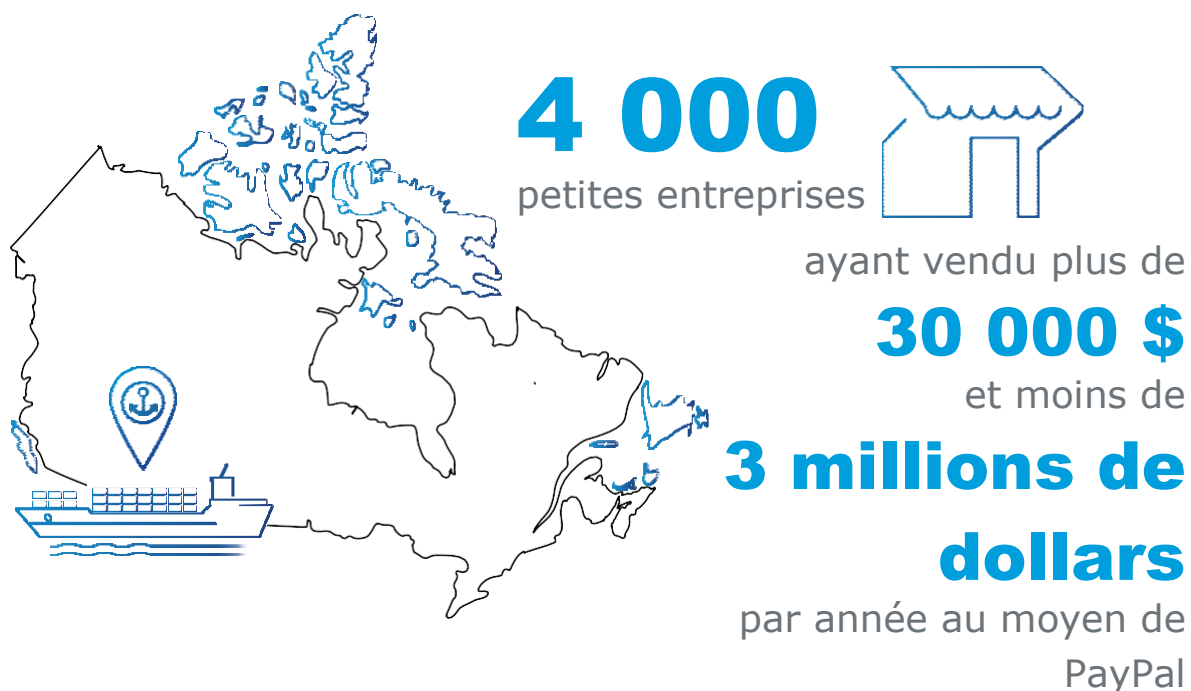
Les petites entreprises rurales, en banlieue et urbaines utilisent toutes Internet pour faciliter leur croissance.

Nous avons réalisé une analyse approfondie d'un échantillon de données de 4 000 petites entreprises au Canada, qui sont définies comme étant des entreprises ayant réalisé des ventes de plus de 30 000 \$ à moins de 3 millions de dollars au moyen de PayPal entre 2016 et 2017. Ces données sont tirées de notre base de données complète qui compte plus de 250 000 marchands.

* Gouvernement du Canada, Principales statistiques relatives aux petites entreprises — juin 2016

La base pour obtenir des renseignements

Nous avons réalisé une analyse approfondie d'un échantillon de données de 4 000 petites entreprises au Canada, qui sont définies comme étant des entreprises ayant réalisé des ventes de plus de 30 000 \$ à moins de 3 millions de dollars au moyen de PayPal entre 2016 et 2017. Ces données sont tirées de notre base de données complète qui compte plus de 250 000 marchands. Cet ensemble de données constitué de petites entreprises a été entièrement anonymisé pour éviter qu'il renferme des renseignements permettant d'identifier les entreprises individuellement. Dans le rapport, le terme « petites entreprises numériques » sera utilisé pour désigner ces entreprises.



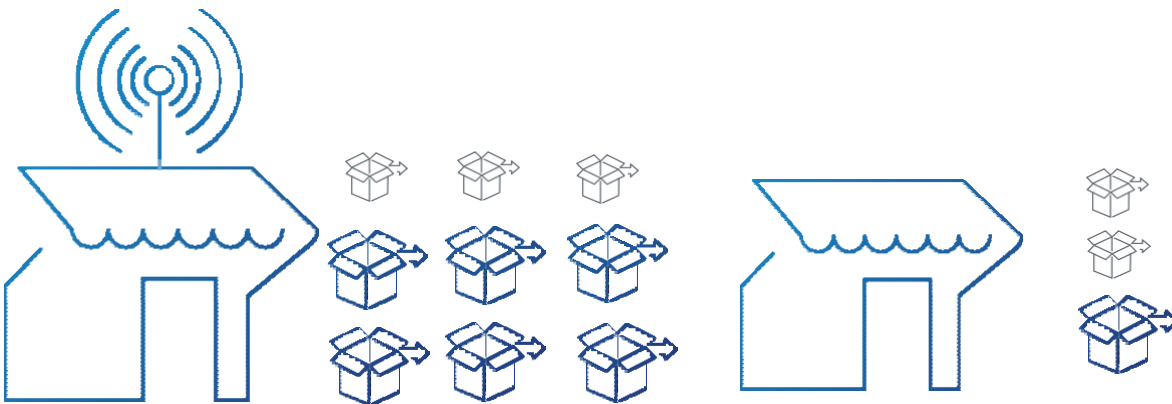
Conclusions importantes

Le commerce électronique accélère la croissance des petites entreprises canadiennes

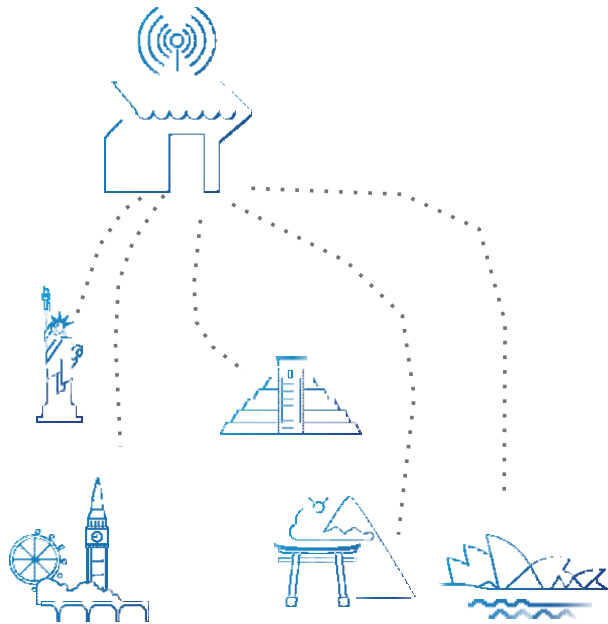
- La croissance des petites entreprises numériques canadiennes est beaucoup plus rapide que celle des petites entreprises qui ne font pas de commerce en ligne. En 2017, leur croissance a été de plus de 22 % sur 12 mois. À titre comparatif, Statistique Canada a déclaré qu'en 2016 (la dernière année pour laquelle des données sont accessibles), les industries autres que financières ont affiché une croissance inférieure à 1 % sur 12 mois.
- De plus en plus de petites entreprises au Canada pénètrent le marché numérique mondial. De 2016 à 2017, le nombre de petites entreprises numériques a augmenté de 18,6 %.



La vente en ligne donne lieu à des occasions d'exporter à l'échelle mondiale

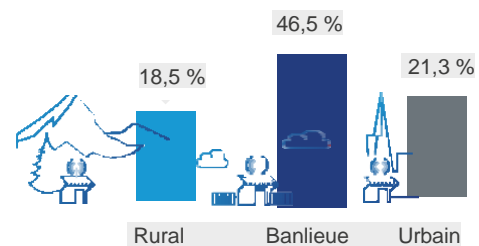


- Le taux d'exportation des petites entreprises numériques atteint un niveau jamais vu. Soixante-trois pour cent des petites entreprises numériques au Canada exportent des produits. Selon les données de Statistique Canada, seulement environ 12 % des petites et moyennes entreprises canadiennes exportent des biens et services.
- Les petites entreprises numériques qui exportent des produits affichent une croissance supérieure aux petites entreprises numériques qui ne réalisent des ventes qu'au Canada. Les entreprises exportatrices ont observé une croissance supérieure de 3 % de 2016 à 2017 par rapport aux entreprises non exportatrices.



Le commerce électronique stimule les économies locales robustes

- Les petites entreprises rurales, urbaines et des banlieues tirent toutes avantage d'Internet de la même façon pour stimuler leur croissance. Les petites entreprises numériques situées dans des régions rurales du Canada ont affiché une croissance d'environ 18 % de 2016 à 2017, tandis que les entreprises urbaines ont observé une croissance d'environ 21 %. Les entreprises en banlieue ont surpassé les autres. Leur croissance a atteint 46 % sur 12 mois.



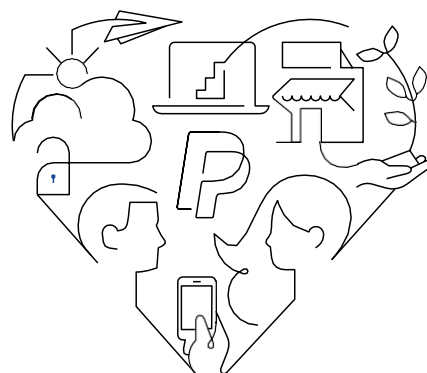
- On observe une croissance des petites entreprises numériques partout au Canada. Par exemple, les petites entreprises en Nouvelle-Écosse ont observé une croissance de 47 % sur 12 mois, de 2016 à 2017, tandis que celles au Manitoba ont constaté une croissance de 30 % sur 12 mois.

- Tandis que les États-Unis et le Mexique font partie des 10 principaux corridors d'exportation des petites entreprises numériques, ces dernières cherchent aussi à vendre ailleurs qu'en Amérique du Nord, comme en Chine, en Grande-Bretagne, au Japon et en Australie.

- Lors d'une analyse approfondie sur la Saskatchewan, nous avons constaté que certaines de ces tendances sont encore plus prononcées. En 2017, les petites entreprises numériques de la Saskatchewan ont affiché une croissance exceptionnelle de 55 % sur 12 mois. La croissance des entreprises exportatrices a été encore plus rapide, à 61 %.

Le commerce numérique stimule les possibilités de croissance des petites entreprises

Les petites entreprises sont au cœur de l'économie canadienne. Selon les données de Statistique Canada pour 2015 (la dernière année pour laquelle des données étaient accessibles), les petites et moyennes entreprises (PME) représentent 98 % de toutes les entreprises canadiennes, et emploient plus de 8,2 millions de personnes au Canada². Ces entreprises créent des emplois, en plus d'innover et d'être des entrepreneurs.



Les petites entreprises ont été un aspect essentiel de la reprise qui a pris 10 ans au Canada à la suite de la crise financière³. Cependant, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) conclut qu'au cours des dernières années, le dynamisme et la croissance de la productivité des petites entreprises ont commencé à ralentir⁴. Selon l'OCDE, les petites entreprises qui adoptent les technologies de pointe poursuivent leur croissance, alors que ce n'est pas le cas de celles qui tirent de l'arrière⁵. Des données de 2017 de PayPal arrivent aux mêmes conclusions, montrant que seulement 17 % des petites entreprises canadiennes font des affaires en ligne⁶. Selon eMarketer, les dépenses relatives au commerce électronique au Canada devraient se chiffrer à 42 milliards de dollars cette année, ce qui signifie que les petites entreprises manquent une belle occasion de faire de l'argent⁷.

Malgré des lacunes sur le plan de l'adoption du commerce électronique, les données de PayPal montrent les répercussions positives que peut avoir la numérisation et qu'elle a sur les petites entreprises canadiennes. La croissance des petites entreprises numériques est incroyablement élevée. En 2017, la croissance des petites entreprises numériques canadiennes a atteint plus de 22 % sur 12 mois⁸. En 2016 (la dernière année pour laquelle des données sont accessibles), Statistique Canada a déclaré que la croissance des industries autres que financières a augmenté de moins de 1 % sur 12 mois. En outre, selon les projections, la croissance des ventes du commerce électronique au Canada devrait atteindre environ 12 % par année de 2014 à 2019⁹. Le taux de croissance des petites entreprises numériques surpasse de beaucoup les taux de croissance attendus.

Croissance des petites entreprises (% sur 12 mois)

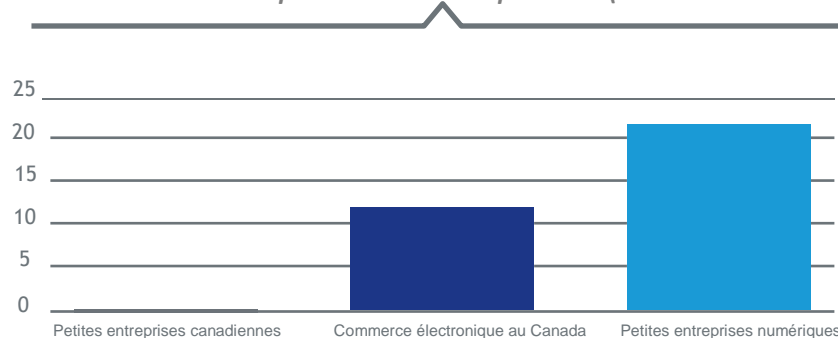
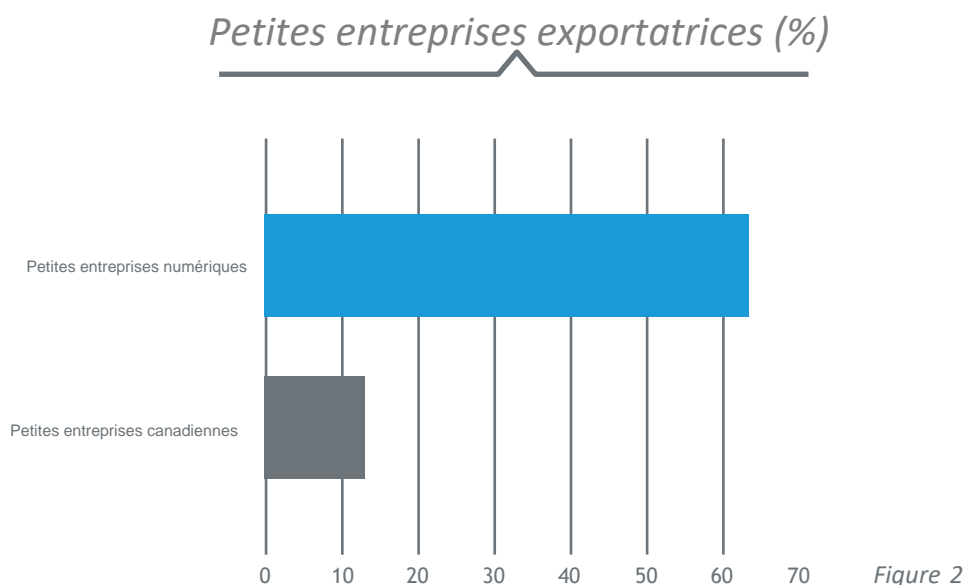


Figure 1

La numérisation permet le commerce mondial chez les petites entreprises

Le commerce a toujours été un défi pour les petites entreprises au Canada. Les coûts fixes élevés et une multitude de questions complexes en matière de commerce ont créé des obstacles à l'entrée que de nombreuses petites entreprises ont de la difficulté à surmonter. En 2014, seulement 73 000 petites et moyennes entreprises (moins de 12 %) ont exporté des biens et services, selon Statistique Canada¹⁰. Certaines provinces, cependant, exportent encore moins de produits. Par exemple, en 2015, seulement 1,5 % des petites entreprises de la Colombie-Britannique ont exporté des produits.

En revanche, le taux d'exportation des petites entreprises numériques est beaucoup plus élevé que celui des petites entreprises traditionnelles. En outre, la croissance de ces entreprises est environ 3 % plus rapide que celle des petites entreprises numériques qui ne font pas d'exportation. Près des deux tiers des petites entreprises numériques canadiennes réalisent des activités d'exportation (figure 2).



Les petites entreprises numériques aident à diversifier le commerce canadien. Quarante-vingt-dix pour cent des petites et moyennes entreprises canadiennes classiques qui ont des activités d'exportation ne font des affaires qu'avec les États-Unis¹¹. Cependant, les petites entreprises numériques exportent partout dans le monde. Plus de 35 % des petites entreprises numériques réalisent des activités d'exportation avec plus d'un marché, et presque une entreprise sur trois compte au moins trois marchés d'exportation. Il existe une petite entreprise numérique qui exporte ses produits dans 80 pays partout dans le monde.

Les États-Unis et le Mexique font partie des 10 principaux corridors d'exportation pour les petites entreprises numériques¹². La numérisation peut aider ces petites entreprises à diversifier leurs marchés autres que celui de l'Amérique du Nord, et à vendre leurs produits à des consommateurs et à des entreprises partout dans le monde.

Petites entreprises exportant ailleurs qu'aux États-Unis (%)

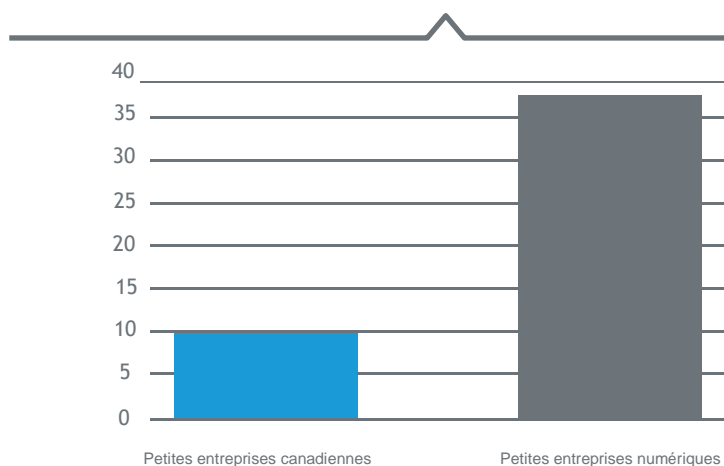


Figure 3

Intégrer les économies locales à l'écosystème numérique

La numérisation peut entraîner une croissance et un commerce plus inclusifs, en permettant aux petites entreprises habituellement mal servies de tirer profit d'occasions. Quatre-vingt-un pour cent de la population canadienne se trouve en milieu urbain¹³. Ainsi, les petites entreprises urbaines ont, de manière traditionnelle, eu un meilleur accès à des clients. Leur taux de croissance a donc été supérieur. Puisque les entreprises ont désormais accès à Internet, où qu'elles se trouvent, elles ont accès à une clientèle

élargie et ont une croissance supérieure. Les petites entreprises rurales et en banlieue ont donc pu avoir une croissance semblable à celle des entreprises en milieu urbain. Plus précisément, les petites entreprises numériques dans les régions rurales du Canada ont affiché une croissance de 18 % entre 2016 et 2017, tandis que la croissance des entreprises en milieu urbain a atteint 21 %. La croissance des entreprises en banlieue a été la plus élevée, soit 46 % sur 12 mois, un taux exceptionnel (figure 4).

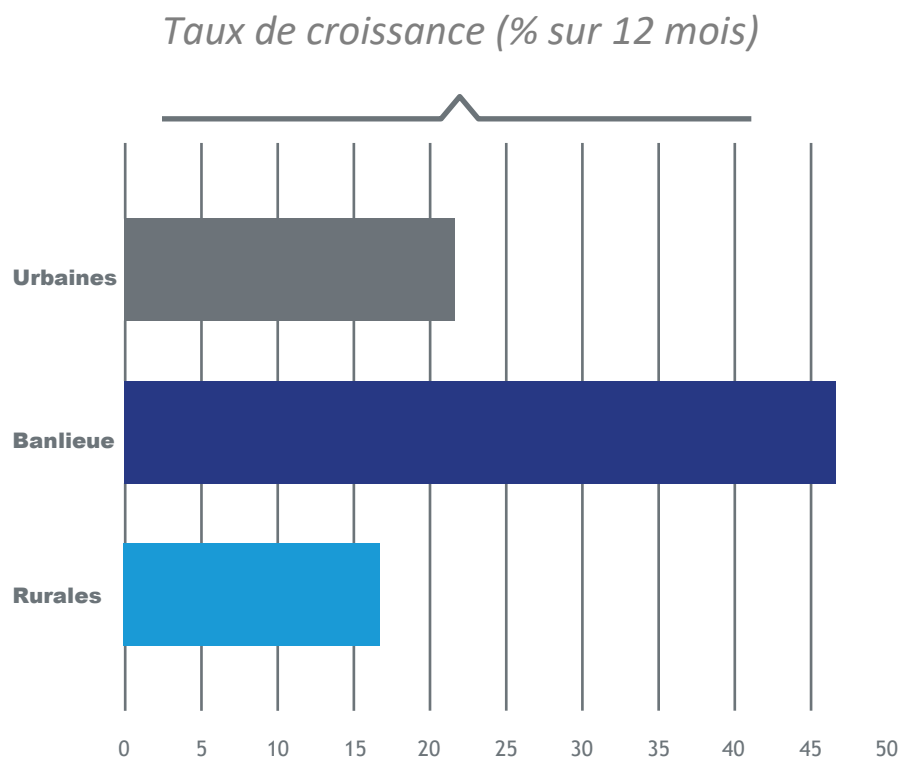


Figure 4

L'uniformisation des règles du jeu pour les entreprises urbaines et rurales est probablement l'aspect le plus important de la transformation numérique. Pour la première fois, les entreprises rurales ont accès à la même clientèle que les entreprises en milieu urbain. Les répercussions de cette nouvelle forme de commerce inclusif sont transformatrices. Une entreprise peut désormais tirer profit des avantages associés au revenu de son intégration à un grand centre urbain tout en demeurant dans sa localité. Elle rapporte ainsi les revenus dans sa collectivité locale.

En outre, selon une analyse provinciale, les petites entreprises à l'échelle du Canada tirent profit de la numérisation. Par exemple, en Nouvelle-Écosse, les petites entreprises ont observé une croissance de 47 % sur 12 mois, de 2016 à 2017, tandis que celles au Manitoba ont constaté une croissance de 30 % sur 12 mois (figure 5).

<i>Province</i>	<i>Croissance de 2016 à 2017</i>
Ont.	26,2 %
Qc	13,4 %
C.-B.	20,7 %
N.-B.	-3,3 %
Nt	161,1 %
Alb.	20,5 %
T.-N.-L.	17,4 %
Sask.	55,8 %
Man.	30,1 %
N.-É.	47,1 %
Î.-P.-É.	6,2 %
Yn	-2,3 %
Moyenne pondérée	22,4 %

Figure 5

Étude de cas : Saskatchewan

Une analyse plus approfondie de la Saskatchewan montre l'incidence exceptionnelle de la numérisation sur les petites entreprises au Canada. En Saskatchewan, les petites entreprises représentent 99 % de l'ensemble des entreprises, et sont associées à 31 % du PIB de la province¹⁴. En 2016, la croissance de ces entreprises a atteint 3 % sur 12 mois¹⁵. Il s'agit d'un taux beaucoup plus élevé que la moyenne nationale, qui est de moins de 1 %. Cependant, ce taux est encore loin des taux de croissance des petites entreprises numériques.

En 2017, les petites entreprises numériques de la Saskatchewan ont affiché une croissance exceptionnelle de 55 % sur 12 mois. La croissance des entreprises exportatrices a été encore plus rapide, à 61 %. Presque 40 % de ces exportateurs vendent leurs produits à au moins 3 marchés partout dans le monde. Ces exportateurs viennent des régions rurales et urbaines et des banlieues de la Saskatchewan.



Il reste des défis à relever et des occasions à prendre

- La littératie numérique continue d’être un défi pour les petites entreprises. Plus de 40 % des petites entreprises canadiennes n’ont toujours pas de site Web, et moins d’une petite entreprise canadienne sur cinq accepte le paiement en ligne¹⁶. En 2017, le gouvernement fédéral a créé un programme qui met l’accent sur la littératie numérique des entrepreneurs, mais il reste beaucoup de travail à faire¹⁷. Les partenariats entre les secteurs public et privé pourraient aider à fournir directement les solutions technologiques les plus récentes aux entrepreneurs qui en ont le plus besoin. Le secteur public a déjà fait des percées auprès de ces entreprises grâce aux programmes de formation et de prêt. Le fait de s’associer à des entreprises de technologie pour assurer la littératie numérique pourrait offrir d’importants avantages.
- Les petites entreprises continuent d’être préoccupées par les taxes et les règlements. Selon des statistiques de la Banque mondiale, le Canada fait partie des pays les plus attrayants pour lancer une nouvelle entreprise. Le Canada et, plus particulièrement, certaines provinces comme l’Ontario ont décrété des réformes fiscales qui ont réduit les taux pour les petites entreprises¹⁸. Ces changements réglementaires pourraient stimuler fortement la croissance des petites entreprises.
- Les douanes, les droits et la paperasserie sont préoccupants, parce qu’il s’agit de questions disproportionnellement complexes pour les petites entreprises. Le fait de simplifier et de numériser ces procédures pour les petites entreprises pourrait stimuler la croissance et le commerce.

Conclusion

La révolution numérique transforme les petites entreprises partout au Canada. Ces petites entreprises numériques jouissent d'une croissance accrue, exportent massivement leurs produits, et ont la capacité d'exploiter leur entreprise dans des collectivités locales. Il reste encore des défis à relever quant à l'utilisation omniprésente de la technologie numérique au sein de l'économie des petites entreprises. Cependant, il existe de nombreuses solutions pour les relever. Si nous pouvons permettre à toutes les petites entreprises canadiennes d'adopter la numérisation, nous pourrions créer une économie plus inclusive profitable à toutes les entreprises, sans égard à la taille ou à l'emplacement.

Répartition provinciale

Cette section porte sur des provinces particulières au Canada, et fournit une répartition de notre analyse des petites entreprises numériques de 2016-2017.

Saskatchewan

Croissance	55,8 %
Croissance par exportateur	61,4 %
Proportion des exportateurs	44,8 %
Proportion exportant vers plus de 3 marchés	39,4 %
Croissance en milieu urbain	67,2 %
Croissance en banlieue	12,0 %
Croissance en milieu rural	-27,2 %

Ontario

Croissance	26,2 %
Croissance par exportateur	28,7 %
Proportion des exportateurs	63,9 %
Proportion exportant vers plus de 3 marchés	33,1 %
Croissance en milieu urbain	26,4 %
Croissance en banlieue	28,2 %
Croissance en milieu rural	18,4 %

Colombie-Britannique

Croissance	20,7 %
Croissance par exportateur	24,2 %
Proportion des exportateurs	70,5 %
Proportion exportant vers plus de 3 marchés	31,3 %
Croissance en milieu urbain	16,8 %
Croissance en banlieue	81,2 %
Croissance en milieu rural	9,8 %

Nouvelle-Écosse

Croissance	47,1 %
Croissance par exportateur	31,5 %
Proportion des exportateurs	66,1 %
Proportion exportant vers plus de 3 marchés	26,4 %
Croissance en milieu urbain	45,8 %
Croissance en banlieue	29,8 %
Croissance en milieu rural	79,5 %

Références

- ¹ PayPal Canada, 2017 SMB Landscape Study.
- ² Gouvernement du Canada, Principales statistiques relatives aux petites entreprises – Juin 2016.
- ³ Benjamin, Tal, PME canadiennes — Le cycle et au-delà..., 10 octobre 2017.
- ⁴ OCDE, Policies for Strong and More Inclusive Growth in Canada, 2017.
- ⁵ *Ibid.*
- ⁶ PayPal Canada, 2017 SMB Landscape Study.
- ⁷ eMarketer Forecast, 25 janvier 2018, <https://www.emarketer.com/Report/Ecommerce-Canada-2018-eMarketers-Latest-Forecast-with-Focus-on-Grocery/2002204>.
- ⁸ https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=3310000601&request_locale=fr.
- ⁹ JLL, E-commerce in Canada, Overview, Risks and Trends, 2016.
- ¹⁰ Gouvernement du Canada, Principales statistiques relatives aux petites entreprises – Juin 2016, https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/h_03018.html.
- ¹¹ Benjamin, Tal et Royce Mendes, La force cachée des PME canadiennes, 19 avril 2017.
- ¹² Benjamin, Tal, PME canadiennes — Le cycle et au-delà..., 10 octobre 2017.
- ¹³ Farrow, Ecommerce to/From Canada, 30 janvier 2018.
- ¹⁴ Ministère de l'Économie, Saskatchewan Small Business Profile 2017, octobre 2017.
- ¹⁵ *Ibid.*
- ¹⁶ ACEI, The State of E-commerce in Canada, mars 2016.
- ¹⁷ OCDE, Policies for Strong and More Inclusive Growth in Canada, 2017.
- ¹⁸ KPMG, Ontario Drops Small business Tax Rate for 2018.