

# CROISSANCE CONNECTÉE

LES PME  
CONTRE-ATTAQUENT

BENCHMARK INTERNATIONAL

# Croissance connectée

Saisine du CNNum sur  
la transformation numérique  
des PME

Benchmark international





# Benchmark international

Le diagnostic du Conseil ne s'est pas uniquement appuyé sur les auditions et les entretiens, mais également sur un travail de comparaison internationale menée auprès des services économiques des ambassades de France dans 14 pays (7 pays membres de l'Union européenne - Italie, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, Finlande, Suède, Irlande et 7 pays hors Union européenne - Etats-Unis, Japon, Corée du Sud, Chine, Brésil, Canada, Israël), en partenariat avec la direction générale du Trésor.

En réponse aux questions posées, les services économiques ont fourni deux ensembles de données.

Tout d'abord des chiffres relatifs :

- aux grands ensembles macro-économiques concernant les entreprises (nombre de PME, de MIC, part dans la valeur ajoutée, part dans l'emploi total...)
- à la numérisation des PME (nombre de PME disposant d'un site web, vendant en ligne, présentes sur les réseaux sociaux...)
- à l'export et à l'e-export.

Puis, des analyses relatives aux politiques publiques mises en place pour développer la numérisation des PME.

Pour rendre compte de manière la plus lisible possible de ces informations, dont la qualité est variable et qui ne renvoient pas toujours aux mêmes définitions statistiques et ne sont pas toujours relatifs aux mêmes années, le Conseil a pris le parti de procéder en deux étapes :

- la mise au jour des grandes tendances relatives aux caractéristiques des PME, au e-commerce, à l'export et au e-export ; ces tendances sont fondées sur les chiffres communiqués par les services économiques mais également sur ceux de la Commission européenne ;
- le recensement des dispositifs publics étrangers relatifs à nos axes de travail ;
- la restitution des dispositifs les plus inspirants/ répliquables dans les propositions du point d'étape.

## I. Tableaux des principales données

**Tableau 1 - Caractéristiques générales des PME**

		PME en volume (%sur le nombre d'entreprises total)			Valeur ajoutée (%sur le total de la valeur ajouté du pays)			Volume d'emploi (%sur l'emploi total ou l'emploi salarié total)		
		MIC	PME hors MIC	Total des PME	MIC	PME hors MIC	Total des PME	MIC	PME hors MIC	Total des PME
<b>UE</b>	<b>FRANCE</b>	96	3,8	99,8 (2015)	25,4	32,8	58,2(2015)	28,8	35,3	64,1 (2015)
	<b>R.U</b>	89,1	10,6	99,67 (2015)	20,4	33,8	54,3 (2015)	17,3	36,7	54 (2015)
	<b>ESPAGNE</b>	95,9	3,9	99,8(2015)	26	36,4	62,4 (2015)	40,5	32,5	73 (2015)
	<b>ITALIE</b>	94,9	5	99,9(2015)	29,2	38,1	67,3 (2015)	46,1	33,5	79,6 (2015)
	<b>SUEDE</b>	94,6	5,2	99,8(2015)	22,2	37	59,2 (2015)	25,9	39,8	65,7 (2015)
	<b>IRLANDE</b>	90,7	9	99,7(2016)	14,7	32,3	47 (2015)	25,5	45,6	71,1 (2015)
	<b>FINLANDE</b>	91,9	7,8	99,7(2014)	21,3	38,3	59,5 (2015)	24,8	38,7	63,6 (2015)
	<b>ALLEMAGNE</b>	89,7	9,8	99,5 (2013)	15	38,4	53,4 (2015)	19,2	43,8	63 (2015)
<b>Moyenne UE (From the SME Performance</b>		<b>92,7</b>	<b>7,1</b>	<b>99,8 (2015)</b>	<b>21,1</b>	<b>36,7</b>	<b>57,8 (2015)</b>	<b>29,2</b>	<b>37,7</b>	<b>66,9 (2015)</b>

review)										
<b>HORS UE</b>	<b>ISRAEL</b>	91,34	7,46	99,8 (2012)	25,2	37,2	62,4 (2012)	27	34,4	61,4 (2012)
	<b>USA</b>			99,7 (2012)						49,2 (2012)
	<b>COREE</b>	97,2	2,7	99,9 (2013)			49,6 (2013)			87,5 (2013)
	<b>CANADA</b>	98,2	1,6	99,8 (2012)	27		année 2011	69,7	20,2	89,9 (2012)
	<b>BRESIL</b>			95 (2016)			27 (2016)			52 (2014)
	<b>JAPON</b>			99,7 (2014)			48(2011)			66 (2014)
	<b>CHINE</b>						60 (2015)			80 (2015)

**Tableau 2 - Les PME et la vente en ligne**

		Détection d'un site web (en % des PME hors MIC)	Vente en ligne (en % des PME hors MIC)	Canal privilégié de vente (en % des PME qui vendent en ligne)				Présence sur les réseaux sociaux (en % des PME hors MIC)
				Site propre	EDI	Marketplace	Autre	
<b>UE</b>	<b>FRANCE (2015)</b>	66,1	15,8					29,7
	<b>R.U (2015)</b>	80,8	19,8	11		11		53,3
	<b>ESPAGNE (2015)</b>	74,2	16,1					39,1

	<b>ITALIE (2015)</b>	70,3	6,5					37
	<b>SUEDE (2015)</b>	90,3	25,6	18,83	3,34		1,12	52,7
	<b>IRLANDE (2015)</b>	74,6	31,5				19	63,5
	<b>FINLANDE (2015)</b>	95,1	14,6					49
	<b>ALLEMAGNE (2015)</b>	86,8	23,8	22,83	4,83			36,9
	<b>Moyenne européenne</b>		<b>16 (2015)</b>					
<b>Hors UE</b>	<b>ISRAEL</b>	45 (2014)	62 (2015)	52		28	20	21 (2013)
	<b>USA (2013)</b>	82	72	85		20	24	74
	<b>COREE (2013)</b>	75,4	15					19,5
	<b>CANADA</b>	83,3 (2013)						
	<b>BRESIL</b>					32	90	40 (2015)
	<b>JAPON</b>				55,1			
	<b>CHINE</b>							

**Tableau 3 - Export et e-export des PME**

		Nombre d'entreprises exportatrices (en % des PME)	Taux d'exportation moyen	Nombre d'entreprises e-exportatrices (en % des PME) <sup>1</sup>
<b>UE</b>	<b>FRANCE (2015)</b>	33	10	5,5 (2013) EC
	<b>R.U (2015)</b>	19		8 (2013) EC
	<b>ESPAGNE</b>	10,4 (2012)	35,6 (2013)	4,5 (2013) EC
	<b>ITALIE</b>	179052 (2013)		5,2 (2015)
	<b>SUEDE</b>	16	>25 (2015)	7,5 (2013) EC
	<b>IRLANDE</b>		39 (2013)	12 (2013) EC
	<b>FINLANDE</b>	20 (2015)		5 (2015)
	<b>ALLEMAGNE (2011)</b>	11	20	9 (2013) EC
<b>Moyenne</b>			<b>7</b>	

<sup>1</sup> Pour les pays de l'Union européenne, les données correspondent à l'e-export vers les autres pays de l'Union européenne. Ils ne prennent donc pas en compte les exportations vers les pays tiers, alors même que les chiffres y sont parfois plus conséquents.



<b>Hors UE</b>	<b>ISRAEL (2014)</b>	9		
	<b>USA (2009)</b>	1		
	<b>COREE (2013)</b>	17,3		
	<b>CANADA</b>		4 (2011)	
	<b>BRESIL</b>			
	<b>JAPON</b>	10 (2013)		
	<b>CHINE</b>	Chiffres qui varient dans les études : de 41% à 68%.		22,5

## II. Analyse des données

### La structure des entreprises

#### *Proportion de PME par rapport au nombre d'entreprises total*

Pour les 14 pays interrogés, les PME représentent la quasi-totalité des entreprises : la France se situe au niveau de la moyenne européenne avec 99,8% de PME. Au sein de ces dernières, les MIC constituent la part la plus importante du tissu économique, puisqu'en moyenne, au niveau européen, 92,7% des entreprises sont des MIC. La proportion de MIC dans les entreprises allemandes, à 89,7 %, est la plus faible dans l'Union européenne, tandis que la France compte au contraire une proportion très élevée de MIC (96%).

Cet état de fait n'est pas spécifique à l'Union européenne, comme le montrent les données pour les autres pays. Certains pays, comme le Canada, dépassent même la proportion française (98,2%).

#### *Volume d'emplois dans les PME sur l'emploi total*

Les PME européennes comptent actuellement 66,9% des emplois, avec pour certains pays, une masse salariale plus importante au sein des MIC, à l'image de l'Espagne ou de l'Italie. La France, légèrement en dessous de la moyenne européenne, compte 64% de l'emploi total dans les PME, avec une majorité d'emplois au sein des PME hors MIC (35,3% contre 28,8% pour les MIC).

Hors Union européenne, cette proportion varie considérablement, sans qu'il soit possible d'établir de corrélation entre le niveau de développement et la part de l'emploi total dans les PME. Ainsi, aux États-Unis cette part est largement inférieure à la moyenne de l'UE (49%), tandis qu'en Corée et au Canada, elle représente une part extrêmement importante de l'emploi total (respectivement 87% et 89%).

#### *Part de la valeur ajoutée produite par les PME*

La moyenne européenne se situe à 57,8% avec une part plus importante produite par les PME hors-MIC (36,7 contre 21,1 pour les MIC). La France se situe légèrement au-dessus de la moyenne européenne avec 58,2%, tandis que l'Irlande est le pays qui réalise le taux le plus bas (47%). Ici encore, définir des catégories de pays, en termes de part de la valeur ajoutée produite par les PME, qui soient corrélées aux grandes variables macro-économiques s'avère complexe : aussi bien en Europe du Nord (Suède et Finlande, respectivement à 59,2% et 59,5%), qu'en Europe du Sud (Espagne, à 62,4%), ces taux peuvent être très élevés.

Hors Union européenne, les PME produisent la moitié de la valeur ajoutée du pays, à l'exception du Brésil, dont le taux n'excède pas 27%.

# La numérisation des PME

## *Détention d'un site Internet*

Au niveau européen, la Finlande est le pays où la proportion de PME détenant un site Internet est le plus élevée (95%), avec la Suède (90%) et l'Allemagne (87%). Au contraire, avec 66%, la France dispose du taux le plus faible, suivi de près par l'Italie (70%) et l'Espagne (74%).

Hors Union européenne, l'Amérique du Nord se distingue par des taux plutôt élevés de PME disposant d'un site Internet (plus de 80% pour le Canada et les États-Unis). Inversement les PME israéliennes sont peu à détenir un site Internet (45%).

## *Le commerce en ligne*

16 % des PME européennes vendent en ligne, en moyenne. À l'échelle de l'Union européenne, l'Irlande est le pays le plus avancé concernant le commerce en ligne (32%). Juste derrière, se positionnent la Suède avec 26% et l'Allemagne avec 24%, tandis que l'Italie réalise le taux le plus bas (6,5%).

Au sein de notre panel, la France est devant l'Italie, mais toujours en-dessous de la moyenne européenne, avec 15% de vente en ligne pour l'année 2015.

Hors UE, sur les données dont nous disposons, les États-Unis et Israël sont les pays où le plus grand nombre d'entreprises pratiquent le e-commerce, loin devant les champions européens (72% des PME aux États-Unis et 62% des PME en Israël vendent en ligne). Au contraire la Corée du Sud est un des pays où ce taux est le plus bas (15%).

**Un des principaux enseignements de cette analyse est qu'il n'existe aucune corrélation entre le fait de détenir un site Web et celui de vendre en ligne.** L'Irlande réalise ainsi un des taux les plus bas au niveau de l'Union européenne, alors même que son taux e-commerce dépasse largement la moyenne européenne (75% contre 32%). Inversement, en Finlande, où 95% des entreprises ont un site Web, tandis que seulement 15% réalisent du e-commerce.

## *L'e-export*

Comparativement à l'export, le taux d'e-export est relativement faible puisque la moyenne européenne est de 7,5%. L'Irlande réalise le taux le plus élevé, avec un taux d'exportation de 12% vers l'UE, tandis que l'Espagne a le taux le plus bas (4,5%). Avec 5,5%, la France se situe parmi les pays ayant le moins intégré les technologies numériques.

# III. Les dispositifs publics mis en place à l'étranger pour soutenir la transformation numérique des PME

## Dans l'Union Européenne

### Suède

#### 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

Nd

#### 2. Dispositifs financiers

De nombreuses aides financières sont mises à disposition des PME suédoise. Ces aides sont gérées par les agences suédoises *Almi* et *Tillväxtverket*.

- Prêt bonifié auprès de l'agence publique suédoise à destination des entreprises innovantes

Les PME suédoises peuvent désormais emprunter 1,2 milliard de couronnes suédoise (SEK) (127 millions d'euros) à des conditions favorables auprès d'Almi, agence publique suédoise dont la mission est de dynamiser la croissance et l'innovation à travers des financements et un rôle de conseiller. Almi est responsable de la mise en place de cet emprunt mais le fonds européen d'investissement endosse la moitié du risque, tandis que l'autre moitié est prise en charge par l'Etat suédois, permettant ainsi d'offrir des taux d'intérêts préférentiels. Un premier accord avait été passé en 2015 avec 1,2 milliard de couronnes suédoises, censé être valable pour deux ans. Le succès de la démarche a conduit Almi et le gouvernement suédois à renouveler la démarche en 2016, alimentant le programme une nouvelle fois de 1,2 milliard de couronnes suédoises. Cette aide financière est mise à destination des entreprises innovantes.

- Chèques au développement, opérés par l'agence des politiques de croissance suédoise (*Tillväxtverket*)

L'objectif est d'offrir aux petites entreprises la possibilité de prendre des services extérieurs pour le lancement de nouveaux produits et services ou d'investir sur de nouveaux marchés.

Cette aide s'adresse uniquement aux entreprises qui ont entre 2 et 49 salariés, un CA de 3 millions de couronnes suédoises (soit environ 320 000 €) et une économie stable. En 2014, 80 millions de couronnes suédoises (soit environ 8,5 M€) ont été distribués aux entreprises. L'aide se découple en deux parties :

1/ entre 50 000 SEK (soit environ 5341 €) et 500 000 SEK (soit environ 53 418 €) pour permettre le développement de nouveaux produits et services

2/ jusqu'à 250 000 SEK (soit environ 26 709 €) pour faciliter les investissements internationaux. Cette aide peut ainsi servir à financer des programmes de formations, des expérimentations, la réalisation de prototypes, d'enquêtes de marché etc.

### **3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Une coopération entre *Företagarna*, homologue suédois de la Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME), et [Offerta](#), société de marché en ligne, permet depuis début mai 2016 à l'ensemble des 42 000 membres de la Confédération d'être rattachés au réseau Offerta, une fois leurs frais d'admission à *Företagarna* honorés. Le réseau Offerta permet alors à l'entreprise d'être référencée sur internet avec la description de son activité, les références clients et les annonces d'offres d'emplois. La plateforme peut également être enrichie pour permettre aux entreprises de trouver de nouveaux clients. Elle permet plus globalement aux entreprises de traiter plus facilement les commandes et de gérer leur consommation directement via internet.

### **4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

Business Sweden, homologue suédois de Business France, propose une formation à l'e-commerce pour l'export aux entreprises qui souhaitent exporter via internet. Le cours, dispensé par l'organisme *Handelskammaren* au prix de 2 900 SEK (environ 300 euros) met l'accent sur les questions techniques de l'e-export (lois, habitudes d'achat et tendances, réglementation douanière et fiscale). La formation a lieu pendant une demi-journée et est proposée dans plusieurs villes en Suède afin de permettre au plus grand nombre d'entreprises possible d'y participer.

Selon un rapport publié en 2015 par Business Sweden, les petites et moyennes entreprises suédoises recourent encore assez peu aux solutions numériques à l'export. En effet, l'ouverture sur le marché étranger implique de maîtriser de nombreux facteurs qui ne peuvent être entièrement comblés par le recours aux outils digitaux (connaissance du contexte local et de la législation, nécessité d'adapter le modèle d'affaires). Le problème principal des petites et moyennes entreprises résiderait dans le manque de personnel compétent et les difficultés à financer une stratégie digitale.

### **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

En Suède, la durée moyenne des délais de paiement effectifs est située entre 35 et 38 jours. Cette durée est inférieure aux délais de paiement français, et est également en bas de la fourchette des pratiques européennes (voir les graphiques du *European Payment Index 2015* ci-dessous).

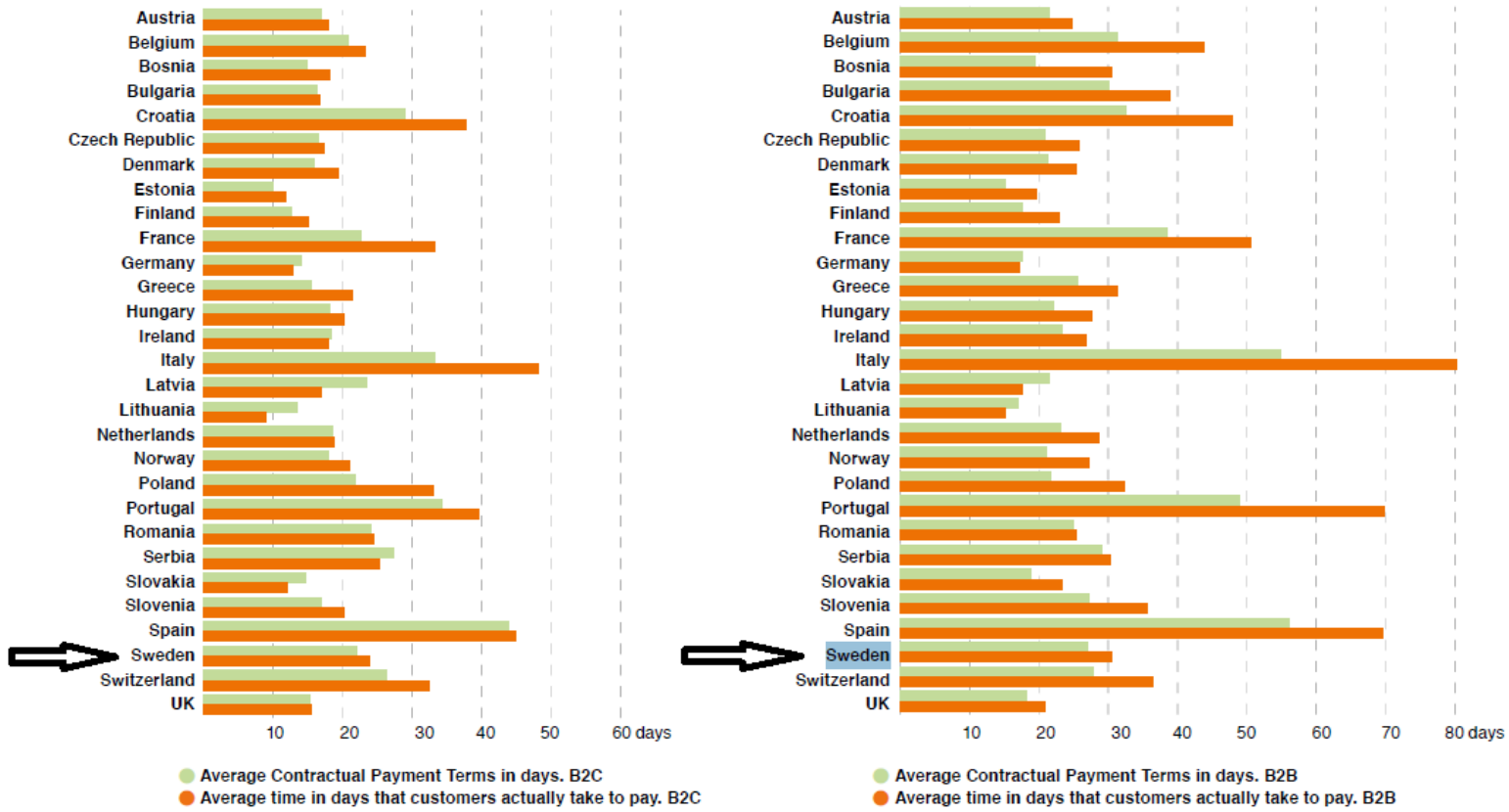
Les délais prévus par le droit suédois sont en effet inférieurs aux délais prévus par le droit français. Alors que ce dernier prévoit des délais de 60 jours (avec possibilité de le diminuer à 45 jours sous dérogation), le droit suédois, en vigueur depuis 2013, prévoit qu'en l'absence d'accord contractuel, le délai légal de paiement est fixé à 30 jours suivant la date à laquelle les marchandises ont été reçues ou les services fournis. Toutefois, dans la mesure où les parties du contrat peuvent convenir d'une période de paiement différente, les délais moyens de paiement effectifs atteignent souvent une durée supérieure au délai légal de 30 jours et avoisinent en moyenne 35 à 38 jours.

Par ailleurs, dans le cas de la Suède, les engagements contractuels en matière de délais de paiement sont généralement suivis dans la pratique, ce qui n'est pas le cas semble-t-il dans tous les pays de l'UE.

Enfin, il existe des données expliquant les différences de délais de paiement entre les entreprises suédoises entre elles, ce qui permet de donner quelques éléments de contexte. Deux paramètres font varier la durée des délais de paiements en Suède :

- La taille des entreprises. Selon la CGPME suédoise (*Företagarna*), les PME de 20 à 49 salariés ont plus souvent que les autres entreprises des problèmes de liquidité et un manque de trésorerie en raison des délais de paiement plus longs. Seulement 62 % de ces entreprises sont payées sous 30 jours, 35 % sous 31 à 60 jours et 2 % après plus de 60 jours.

- La taille des clients / payeurs. Les délais de paiements sont souvent plus élevés lorsque le paiement est attendu des grands groupes ou du secteur public que lorsqu'il est attendu d'autres PME ou des ménages, selon la CGPME suédoise.



« European Payment Index 2015 »

Source : Intrum Justitia.

## 6. Programmes transversaux/autres

Nd

# Royaume-Uni

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

### Sensibilisation (1)

- [Do More Online / digitalskills.com](#). Le gouvernement finance *Do More Online*, un site internet de promotion du commerce en ligne à destination des travailleurs indépendants et des microentreprises. Ce site a été créé dans le cadre de la campagne nationale « *Business is Great* ». Il donne accès à un certain nombre de ressources documentaires, une assistance en ligne, des guides et des liens vers des sites pertinents.

### Formation (2)

- [La Digital Business Academy](#) est un programme mis en place par *Tech City UK*, l'organisme chargé de soutenir les entreprises du secteur numérique au Royaume-Uni. La *Digital Business Academy* propose une sélection de cours en ligne, gratuits et ouverts à tous, pour permettre à chacun de développer les compétences numériques nécessaires pour développer une entreprise. Ces cours, créés en partenariat avec l'université de Cambridge, concernent notamment le marketing numérique, l'utilisation des réseaux sociaux ou encore la création d'applications et de produits en ligne. Un certain nombre de récompenses, telles des places dans des espaces de *coworking* ou encore du mentorat, peuvent être offertes pour ceux qui sont allés au bout d'un enseignement.

Evaluation : Depuis son lancement en 2014, le portail compte plus de 20 000 enregistrements et 11 000 personnes ont suivi des cours, dans plus de 50 lieux différents au sein du Royaume Uni.

- Un centre dédié à l'innovation pour renforcer l'économie numérique a également été créé. En 2013, le gouvernement, par l'intermédiaire de l'agence *Innovate UK*, a inauguré le [Digital Catapult Centre](#), un centre dédié à l'innovation au cœur de Londres. Créé pour renforcer l'économie numérique, la structure a depuis ouvert 3 antennes en régions, à Sunderland, Brighton et Bradford. L'une des principales missions de ces centres est de rapprocher PME, universités et grandes entreprises, en accompagnant notamment 10 000 petites entreprises sur 4 ans (2014-2018).

### Développement des infrastructures numériques (3)

- Développement du haut et très haut débit : la transformation numérique des PME passe également par plusieurs subventions encourageant le développement des infrastructures de télécommunication à haut et très haut débit. Le *Broadband Delivery UK (BDUK)*, qui fait partie de l'actuel ministère de la culture, des médias et des sports, a investi plus de 780 M£ dans le développement du très haut débit au Royaume-Uni.
- [The Super-Connected Cities Programme](#). Le BDUK a mis en place le « *Super-Connected Cities programme* ». Ce programme, doté de 150 M£ de financement, vise à soutenir la croissance économique et l'emploi au Royaume-Uni en améliorant l'accès au très haut débit pour les PME situées dans 22 villes du Royaume-Uni. Il permet notamment de subventionner à hauteur de 3000£ le coût d'une connexion haut débit pour ces PME.

Soutien à la mise en œuvre (4)

- [The BIS Small Business Digital Capability Programme Challenge Fund](#). Le BIS (*Department for Business Innovation and Skills*), ministère de l'économie britannique, a lancé en 2014 un programme d'investissement pour accroître la transformation numérique des PME. Ce programme, doté de 2 M£, s'est traduit par un appel à projets destiné à sélectionner des dossiers innovants déposés par les *local enterprise partnerships* (LEP), soit des partenariats noués entre des autorités locales et des entreprises. 22 projets, visant à développer les compétences numériques des PME et le e-commerce sur l'année 2014-2015, ont été sélectionnés par le BIS. A titre d'exemple, le *Greater Lincolnshire Local Enterprise Partnership* a développé un portail web proposant des guides de bonnes pratiques, des cours en ligne et diffusant des vidéos de communication, à destination des PME souhaitant s'orienter vers le e-commerce.
- [Doteveryone](#) (ex. *Go-ON UK*) et [Tinder Foundation](#). Deux associations, *Doteveryone* et *Tinder Foundation*, mettent en valeur l'apport du numérique et de ses usages auprès des acteurs économiques et font connaître les programmes de soutien développés par le gouvernement. Elles travaillent en lien étroit avec le syndicat des petites entreprises (*The Federation of Small Businesses*) et le réseau des *Local enterprise partnerships* (LEP).

Elles mènent leurs propres programmes de soutien, à l'instar de *Doteveryone* (ex *Go-On UK* depuis avril 2016) qui a lancé en 2013 et 2014 deux programmes dans les régions Nord-Est et Nord-Ouest du Royaume-Uni pour renforcer les compétences numériques au niveau local.

## **2. Dispositifs financiers**

Nd

## **3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Nd

## **4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

- [The "UK Trade and Industry e-exporting programme"](#)

En septembre 2014, UKTI, l'agence britannique de soutien aux exportations et aux investissements a lancé un programme pour faciliter le recours des entreprises britanniques à l'e-export. Ce programme s'adresse aux entreprises qui n'ont jamais utilisé la vente en ligne, aux entreprises qui vendent déjà sur des plateformes mais ont besoin de conseils spécifiques, et également à celles qui désirent diversifier étendre leurs activités sur d'autres plateformes.

Ce programme leur permet notamment de :

- Élaborer une stratégie d'e-export en lien avec un spécialiste du e-commerce ;
- Bénéficier de tarifs préférentiels pour certaines grandes plateformes de commerce en ligne, tels que des frais de commission inférieurs ou encore des périodes d'essai gratuites ;



- Accéder au réseau de 180 entreprises spécialisées dans le e-commerce B2B et B2C ;
- Être avertis d'un certain nombre d'événements et d'actualités dans le domaine.

Evaluation de ce programme (pour l'instant) :

- Négociation avec 15 *marketplaces* qui pratiqueront des tarifs préférentiels (inscription gratuite, période d'essai) ;
- 1 743 entreprises ont déjà reçu l'aide de nos conseillers en e-commerce ;
- 182 entreprises offrent leurs services de conseils (démarche *pro bono*) ;
- Un investissement de 267 millions de livres sterling de la part du gouvernement britannique.

Ce programme regroupe plusieurs initiatives préexistantes et fait suite à la campagne « *Grow Online, Expand Worldwide* », lancée en 2013 par Vince Cable (ministre de l'économie de 2010 à 2015). Cette campagne avait pour objectif d'aider plus de 7000 PME à développer leur exportation en ligne grâce à des séances de formations et des conseils personnalisés.

Rôle joué par l'achat public

*Le gouvernement britannique a souhaité renforcer l'accès à la commande publique des PME. Le gouvernement britannique a enrichi la plateforme en ligne [Digital marketplace](#), qui permet de mettre en réseau les acheteurs publics avec des PME du secteur numérique. Plus de 1200 PME proposant des outils et services numériques ont été recensées. Cette plateforme doit leur permettre de décrocher des marchés publics d'envergure et de se développer sur le long terme. Cette nouvelle version de la plateforme offre la possibilité aux entreprises d'échanger directement avec les acheteurs publics pour mieux comprendre leurs besoins et proposer des réponses adaptées aux appels d'offre. Ceci répond à l'objectif du gouvernement qu'au moins 1£ sur 3£ dépensées en commande publique par le gouvernement le soit en faveur des PME d'ici 2020.*

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Le retard de paiement est un problème fréquemment soulevé par les PME britanniques – selon le baromètre *Close Brothers*, 51 % d'entre elles estiment que c'est une préoccupation. Suite à la publication d'un rapport par le *National Audit Office* en janvier 2015, le premier gouvernement Cameron avait réagi en introduisant deux mois plus tard un « [code de conduite](#) » à destination des entreprises afin de les inciter à respecter des délais de paiement de 30 jours, avec un maximum fixé à 60 jours.

## **6. Programmes transversaux/autres**

### *Programme de soutien à l'activité économique du Royaume Uni (1)*

Lancée en 2012, la campagne s'intitule *GREAT campaign* et est financée à hauteur de 113,5 M£ depuis son lancement en 2011, majorée de contributions privées à hauteur de 68 M£.

La campagne a pour but de soutenir l'activité économique au Royaume-Uni en attirant des capitaux, des clients, des étudiants et des touristes. Elle rassemble un certain nombre d'initiatives déjà existantes de promotion de l'attractivité du territoire (commercial, économique, culturel et touristique) et s'appuie sur le travail de promotion de plusieurs organismes, en particulier *UK Trade & Investment* (UKTI, équivalent de Business France), *Visit Britain* (équivalent d'Atout France), le *British Council* (équivalent de l'Alliance française) et le ministère des affaires étrangères (FCO).

Selon l'UKTI, la « GREAT campaign » aurait permis de soutenir :

- 2 500 entreprises dans leurs exportations ;
- contribué à la signature de 6 000 contrats d'exportation de services ;
- permis d'attirer cinq projets d'investissement direct à l'étranger.

# Italie

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

- Un partenariat entre Google et Unioncamere

*Un programme de stages auprès de Google et des chambres de commerce*

Google et l'Union des chambres de commerce Unioncamere ont proposé des stages dans une centaine de districts afin d'améliorer les compétences numériques. Les stagiaires (entrepreneurs ou managers), sis auprès des chambres de commerce, ont la possibilité de collaborer avec de nombreuses PME et d'être formés au numérique. En 2015, 130 stagiaires ont participé au projet.

*Une plateforme de cours en ligne opérée par Google et Unioncamere*

L'initiative [www.eccellenzeindigitale.it](http://www.eccellenzeindigitale.it), lancée en 2013 par Google et Unioncamere, a permis de créer une plateforme technologique permettant aux PME italiennes, en particulier celles à forte connotation artisanale, de devenir plus visibles sur le principal moteur de recherche sur internet. Selon Google, les demandes sur le marché de produits *made in Italy* sont en augmentation continue, ce qui tend à montrer un intérêt croissant à l'international pour une offre « de niche » liée au territoire. Un an après le lancement du projet les demandes ont augmenté de 12%.

## 2. Dispositifs financiers

Nd

## 3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation

- Les agrégations d'entreprises dans l'artisanat numérique

La loi n. 190/2014 soutient les agrégations d'entreprises qui opèrent dans les secteurs de la manufacture durable et de l'artisanat numérique. Budget alloué : 5 M€ pour 2014 et 10 M€ pour 2015.

- Des consortiums pour l'internationalisation

Des consortiums pour l'internationalisation peuvent être constitués par des établissements publics et privés ainsi que les banques et les grandes entreprises. Les subventions dont ils sont susceptibles de bénéficier peuvent s'élever à 50% des dépenses engagées pour la réalisation de projets d'internationalisation, qui peuvent être exécutés dans le cadre de contrats de réseau d'entreprises non affiliées au consortium.

## 4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

Nd

## 5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises

Nd

**6. Programmes transversaux/autres**

Nd

# Irlande

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

*Supporting SMEs* est une plateforme créée en 2014 qui répertorie l'ensemble des dispositifs nationaux et locaux destinés aux microentreprises et aux PME, soit 80 mesures de soutien.

## 2. Dispositifs financiers

Le *Skills Voucher* est une subvention réservée aux PME souhaitant améliorer leurs performances en matière de numérique. Son montant maximum est de 6 250 € en contrepartie de quoi la PME est tenue d'investir un montant équivalent à 25% de la subvention.

## 3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation

Nd

## 4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

*Enterprise Ireland* (EI) est une agence chargée de soutenir les entreprises exportatrices implantées en Irlande. Elle accorde des subventions aux PME pour des projets divers (marketing, recherche, export...) ainsi que des formations sur l'internationalisation (ateliers, cours,...). Les exportations représentaient 51% du chiffre d'affaires des entreprises affiliées à EI en 2014, contre 42% en 2004.

- *Strategic Marketing Review* est un examen de la stratégie d'internationalisation d'une PME exportatrice par des experts externes qui est financé à 80% par EI et à 20% par la PME.
- *Market Access Grant* est une aide aux PME souhaitant développer une stratégie marketing ciblant un nouveau marché (site géographique ou produit/service). Cette aide, d'une valeur maximale de 150 000 €, finance à 50% les coûts afférents à la stratégie (recrutement, loyer, frais de conseils, études de marché, etc.)
- *Internationalisation Grant* est une aide destinée aux PME souhaitant réaliser des études de marché pour le lancement d'un nouveau produit/service. Cette aide, d'une valeur maximale de 35 000 €, finance à 50% les coûts relevant uniquement de l'étude de marché (frais d'honoraires, transports...), les coûts liés à la vente étant exclus.
- *Business Links Grant* est une aide permettant aux PME de collaborer avec des sociétés d'études de marché externes pour le lancement d'un nouveau produit/service ou la pénétration d'un nouveau marché. Cette aide, d'une valeur maximale est de 20 000 €, finance à 50% les coûts relevant à cette collaboration.
- *Excel at Export Selling* sont des ateliers visant à former les équipes commerciales aux méthodes du commerce international.
- *International Selling Programme* est une formation d'une durée de 10 mois, réalisée conjointement avec *Dublin Institute of Technology* (DIT) et d'autres experts, destinée aux

équipes commerciales et de direction sur l'internationalisation (accès aux marchés, croissance des exportations...).

## 5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises

Nd

## 6. Programmes transversaux/autres

Le *National Broadband Plan* porté par le *Department of Communications, Energy and Natural Resources* (DCENR) comprend un budget estimé à 275 M€ pour le déploiement d'une offre THD de 30 Mbps minimum sur 96% du territoire d'ici 2020. Le projet a cependant été reporté à 2022 en raison de complexités au niveau de l'appel d'offre, aucun acheteur n'étant encore sélectionné. Pour autant, Eir, plus grande entreprise de télécommunications irlandaise, tient à déployer une offre THD auprès de 300 000 ménages dits « démunis », dont 100 000 ménages d'ici la fin 2016. L'entreprise, qui candidate pour le marché public précité, entend également proposer une offre THD encore plus performante que certains quartiers urbains (1 GBps) à 100 000 ménages « démunis » d'ici mars 2017.

L'Irlande s'est engagée à une politique de soutien aux PME par l'achat public. L'*Office of Government Procurement* (OGP) et la DJEI (ministère de l'économie, de l'emploi et de l'innovation) ont mis en place un « groupe de haut niveau » dédié en 2013. Parmi les initiatives du groupe, on trouve :

- Le *SME Working Group* : groupe de travail, comprenant des agents politiques (DJEI, OGP) et privés (IBEC (patronat), *Chambers Ireland*, *InterTradeIreland*,...), qui identifie les obstacles et les solutions relevant de l'accès des PME à l'achat public ;
- La *Circulaire 10/14 : Initiatives to assist SMEs in Public Procurement* : document qui met en œuvre des mesures favorisant l'accès des PME à l'achat public, mesures qui figurent dans les directives européennes, avant que ces dernières soient même transposées. La circulaire 10/14 comprend également des conseils pour les PME souhaitant candidater pour les appels d'offres publics ;
- Le *Tender Advisory Service (TAS)* : service de conseil et de soutien destiné aux PME qui rencontrent des difficultés pour répondre aux appels d'offres ;
- *Meet the Buyer* : plusieurs conférences sur l'achat public en Irlande, organisées en collaboration avec *InterTrade Ireland* et *Enterprise Ireland*, regroupant les acheteurs publics et les entreprises privées ;
- *Go-2 Tender Training* : formation réalisée avec *InterTrade Ireland*, qui permet aux PME de mieux répondre aux appels d'offre. Depuis sa création en 2013, 1 700 entreprises en ont bénéficié ;
- *Small Business Innovation Research Pilot* : initiative gouvernementale qui finance à 100 % des projets innovants réalisés par des PME, le premier projet (développement d'un dispositif pour recharger les véhicules électriques dans les parkings) ayant débuté en juin 2014.

# Finlande

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

*Test your service need est* un service d'information, d'orientation et d'autodiagnostic mutualisé qui regroupe les différents dispositifs de soutien au développement et à l'internationalisation des entreprises. Des modules en libre accès sont proposés pour aider les entreprises à spécifier leurs besoins, en fonction de leur profil, de leur projet de développement, leur vision stratégique, etc. Sur cette base, le suivi personnalisé est facilité et les entreprises sont recontactées dans un délai d'une semaine.

## 2. Dispositifs financiers

*Digiboost* est un programme opéré par l'Agence pour l'innovation finlandaise "Tekes" dont l'objectif est de développer les compétences en matière numérique dans les PME, notamment dans les secteurs traditionnels. Le programme consiste à inciter les PME à développer leur compétitivité en embauchant un spécialiste du numérique apportant une compétence liée aux besoins de l'entreprise, par exemple en R&D ou études. L'Etat s'engage à travers Tekes à financer la moitié du salaire du spécialiste durant 11 mois.

*Industrial Internet* est un programme lancé en 2014 pour 5 ans destiné à encourager les PME des secteurs traditionnels à développer leur activité en utilisant les outils numériques. Il s'agit de prêts et subventions pour l'amélioration des processus de production à l'aide de nouvelles technologies. Le programme a un budget de 100 millions d'euros sur 5 ans.

## 3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation

Nd

## 4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

*Team Finland* est une structure créée en 2013 chargée regrouper et coordonner les dispositifs de soutien à l'internationalisation et un réseau dédié à la promotion des intérêts de la Finlande à l'étranger (investissements directs, image du pays, relations économiques extérieures, etc.). Elle accompagne les PME sur différents aspects : financement, identification de prospects et tendances commerciales ; conseil à l'internationalisation ; mise en réseau (entreprises, acteurs publics, prestataires, bases de données, etc.). Cette démarche de coordination du système d'aide fragmenté a été saluée par la Commission européenne. Cependant la plateforme souffre encore d'un certain manque de visibilité.

- *Finpro* accompagne l'internationalisation des entreprises qui propose des programmes centrés sur des marchés spécifiques (santé, mobilité, marché asiatique, etc.). La structure s'est vu octroyer une bourse de 754 000 euros sur 2 ans (2016-2018) pour porter le programme *e-Commerce Growth*, qui consiste à sélectionner 60 PME en croissance déjà exportatrices afin d'améliorer les savoir faire et compétences requises pour l'internationalisation et l'utilisation

des solutions numériques. Les frais d'inscription s'élèvent de 500 à 3000 euros suivant la taille de l'entreprise et donnent accès à des services de mise en réseau, rencontres, voyages d'études et un support marketing et communication.

- L'Agence Finnerva propose des prêts, investissements en capital-risque et assurances de crédit-export. L'Etat s'engage notamment à couvrir une partie des pertes sur les prêts et les garanties de Finnerva, ce qui lui permet de réaliser des placements plus risqués que ceux consentis par une banque commerciale classique. En 2015, l'agence a contribué au financement de prêts et garanties à hauteur de 1,1 Md d'euros, pour 28450 entreprises clientes, dont 99% de PME.
- Tekes, l'agence pour l'innovation spécialisée dans le financement de la recherche, du développement et de l'innovation finance également en prêts à taux réduits et subventions les PME souhaitant exporter. *4Exporters* est par exemple une subvention destinée aux PME qui souhaitent embaucher conjointement un responsable export. Ce programme cible les groupes de 4 entreprises ou plus dont les produits ou services sont complémentaires. Les subventions s'élèvent jusqu'à 15 000 euros par entreprises et 50% du projet collectif (coûts de consulting, défraiement, honoraires d'audit, etc.). En termes d'impact l'agence a estimé en 2015 que les PME exportatrices auxquelles elle a apporté un financement ont connu une croissance de chiffre d'affaire de 24% supérieure à la croissance moyenne d'une entreprise sans financement, et une augmentation annuelle des exportations de 37% entre 2010 et 2013.

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Nd

## **6. Programmes transversaux/autres**

Smart Procurement est un programme stratégique pour l'innovation dans le secteur public pour lequel a été fixé en 2015 un objectif de 5% de marché public innovant. Il vise notamment l'amélioration de l'accès aux marchés publics pour les offres développées par des PME, afin d'améliorer l'efficacité des services publics. L'agence Tekes participe en finançant jusqu'à 50% du coût des projets considérés comme innovants. L'enveloppe globale du programme est de 60M d'euros.



# Espagne

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

En matière de e-commerce, trois conventions d'accompagnement ou mentorat en commerce électronique pour PME ont été lancées pour que des entreprises de conseil préalablement homologuées aident des PME à élaborer leurs plans stratégiques de vente en ligne, avec des budgets de 4 M€, 10,4 M€ et 18 M€ respectivement pour Mentoring I, Mentoring II et Mentoring III.

Mentoring I a permis l'incorporation et/ou amélioré la présence sur le réseau avec l'ouverture de magasins en ligne de 87 entreprises dont près de 80% vendaient déjà par internet à la fin du programme. Dans le cas de Mentoring II, 284 entreprises ont bénéficié du programme, dont 75% vendaient déjà par internet à la fin du programme. Enfin, 695 entreprises ont bénéficié de Mentoring III et 90% d'entre elles vendent actuellement par internet.

## 2. Dispositifs financiers

Nd

## 3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation

Nd

## 4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

L'ICEX<sub>2</sub>, équivalent espagnol de Business France, apporte un soutien administratif aux PME désireuses de développer une activité exportatrices (renseignement sur les marchés étrangers, trouver des clients potentiels, monter des dossiers de demande de financement).

L'Institut de Crédit Officiel, équivalent de BPI France, octroie des prêts à l'exportation à travers deux lignes de financement : la ligne ICO exportateurs qui octroient des avances de factures liées aux activités exportatrices (64 000 opérations pour 4,8 Md€ en 2014) et la ligne ICO International II-Exportateurs moyen et long terme qui octroient des crédits fournisseurs, des crédits acheteurs et des financements complémentaires aux entreprises. Ces deux lignes de financement ne sont pas réservées uniquement aux PME néanmoins, il faut souligner que 88% des prêts octroyés par l'ICO le sont à des PME.

L'entreprise publique de financement du développement, COFIDES, détient un fonds réservé à l'internationalisation des PME : le FONPYME. Il s'adresse à l'ensemble des projets privés viables à l'étranger auxquels participent des PME et qui concourent à l'internationalisation des entreprises et de l'économie espagnole. Il prend des participations dans les sociétés *ad hoc* ou initiatrices du projet et octroie des prêts. Fin 2014, le portefeuille du FONPYME s'élevait quant à lui à 55 M€ avec 67 projets en cours.

Le Fonds ICO PME<sub>2</sub>, géré par la branche capital risque de l'ICO (AXIS), est un fonds réservé à l'internationalisation des PME mais il se consacre à soutenir les PME voulant investir ou s'implanter à l'étranger (acquisition d'autres entreprises, rachats d'actifs, développement d'activité d'innovation...). Fin 2014, il avait investi dans 21 entreprises pour 59 M€ (36 M€ en capital, 19 M€ en prêts) et dans 20 entités de capital risques pour 30 M€.

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Nd

## **6. Programmes transversaux/autres**

Dans le cas de dispositifs de soutien pour des secteurs spécifiques, des convocations pour le secteur hôtelier ont été réalisées dans le cadre du « Programme Logements connectés » en 2012 et 2013 et de « Hôtels avec réseau » en 2014. Une prochaine convocation est prévue sous peu.

- Programme « Logements Connectés » : l'aide consistait à la mise en place de différents « paquets » :
  - Système de gestion et son infrastructure technologique correspondante ;
  - Audit et amélioration de la page web ;
  - Développement d'un service marketing online et présence sur les réseaux
- Première convocation : budget de 6,8 M€ et 322 établissements hôteliers bénéficiaires.
- Deuxième convocation : budget de 5,1 M€ et 456 établissements bénéficiaires.
  
- Programme « Hôtels avec réseau » : l'objectif est l'implantation de réseau Wifi et l'amélioration des services proposés aux clients des hôtels bénéficiaires.
- Budget de la première convocation : 20,8 M€. 278 hôtels bénéficiaires.
- Budget prévu pour la 2<sup>ème</sup> convocation : 15 M€.

# Allemagne

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

Le BMWi (Ministère fédéral de l'économie et de l'énergie) dispose d'un programme de soutien global spécifiquement destiné à la transformation numérique des PME/ETI *Mittelstand-Digital*. Initialement ce programme était bâti sur 3 piliers :

- *eKompetenz-Netzwerk* : un réseau de 38 experts de la transformation numérique travaillant également par sous-groupes thématiques. La subvention accordée par le BMWi pour ce réseau a expiré en 2015 mais beaucoup de ces experts continuent leur travail et bénéficient parfois d'une subvention accordée par le *Land* correspondant (exemple du Bade-Wurtemberg) ;
- *eStandards* (20,4 M€ sur 2012-2018) composé d'un ensemble de projets destinés à fluidifier et standardiser l'échange numérique de données pour les PME/ETI. Le projet EXPORT mentionné ci-dessous pour la promotion du e-export est un l'un de ces projets. 13 de ces projets ont été menés à terme pour l'instant et semblent rencontrer un fort intérêt auprès des entreprises ;
- *Usability* vise à améliorer la qualité et l'expérience utilisateur de différents logiciels employés dans les entreprises. Il s'agit à nouveau d'un ensemble de projets.

Ce programme de soutien est actuellement réaménagé dans le cadre de l'initiative Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse (PME/ETI 4.0 – Modes de travail et de production numériques, 28 M€ sur 3 ans). Ce programme se distinguera par :

- la transformation du site Web "[mittelstand-digital.de](http://mittelstand-digital.de)", qui sera conçu pour l'accompagnement des PME, de l'évaluation de leur situation jusqu'à l'identification personnalisée de ce qu'il reste à accomplir (réponses à des questions, publications, webinars cas pratiques, évènements, catalogues de ressources et de liens). Il s'agit de monter un portail *user-friendly* basé sur des outils clés-en-main, mais aussi des possibilités de dialogue, avec une "Taskforce" qui assure cet accompagnement...;
- l'instauration de centres d'information et de "démonstration" Industrie 4.0 à destination des PME (*Mittelstand*), financés à hauteur de 10 millions d'euros (5 x 2). Ces centres sont pensés comme des laboratoires de la transformation numérique, à la fois en terme d'innovation dans la production et les processus de travail. Ils remplissent une mission d'information des PME, mais leur permettent également d'explorer et de tester des solutions en leur sein, avec un accompagnement par des chercheurs, ce qui permet d'une part d'être au plus près de la recherche appliquée et d'autre part d'analyser et de développer ces expérimentations pour en tirer des leçons pour d'autres PME. Elles sont intégrées dans les réseaux de fédérations professionnelles et des initiatives fédérales des *Länder*. Ces 5 agences seront créées au courant du premier trimestre 2016. Il doit y en avoir jusqu'à 16 en 2017 ;
- l'instauration d'agences thématiques sur 4 champs prioritaires : l'usage du Cloud (Stuttgart), le numérique dans les processus (Dortmund), la communication numérique (Berlin) et le e-commerce (Cologne). Ces 4 agences mettent pour l'essentiel des ressources (publications, conseils, checklists, répertoire d'évènements) à disposition des conseillers, centres de

compétence, chambres consulaires qui conseillent les entreprises. Elles sont appuyées par l'administration du ministère de l'économie allemand, mais sont gérées et alimentées par des centres de recherches et d'enseignement supérieur, spécialistes de ces sujets.

## **2. Dispositifs financiers**

A côté de ces offres d'accompagnement, l'initiative « [go-digital](#) » finance jusqu'à 75% des coûts liés à une prestation de conseil extérieure pour les PME et les artisans sur les sujets de cybersécurité, de marketing en ligne et de numérisation des processus commerciaux. Le management de l'innovation est lui aussi financé par le programme « go-inno » qui finance jusqu'à 50% des prestations de conseil en gestion de l'innovation pour les entreprises de moins de 100 salariés.

« Go-Digital » est une initiative de coaching numérique des entreprises qui a débuté en juillet 2015 en Rhénanie-du-Nord-Westphalie et en Saxe. Deux niveaux de coaching sont proposés, niveau 1 : analyse du potentiel de l'entreprise, niveau 2 : mise en œuvre concrète de la transformation numérique. En 2015, 22 prestations de niveau 1 (80,5 k€ au total) et 2 prestations de niveau 2 (33k€ au total) ont été subventionnés. Pour l'année en cours (2016) ont été accordées 86 prestations de niveau 1 (605k€) et 29 prestations de niveau 2 (396,3k€).

L'initiative *IT-Sicherheit in der Wirtschaft* (sécurité informatique pour les entreprises, budget annuel 3M€) vise à soutenir les entreprises en particulier les PME/ETI pour parfaire leur sécurité informatique. Sont intégrés à l'offre un diagnostic gratuit de la sécurité informatique du site internet de l'entreprise et une campagne de sensibilisation pour les employés. Le site Internet regroupe également les résultats de projets financés auprès d'acteurs divers (fédérations professionnelles, associations pour la cybersécurité, universités). Le site Internet de l'initiative connaît un succès croissant avec environ 11 000 visites par mois depuis le début de l'année 2016.

## **3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Nd

## **4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

Google en lien avec plusieurs partenaires allemands (Fédération allemande du commerce à distance ; DHL ; Paypal ; Commerzbank ; *BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft* ; *KERN Global Language service* ; *Hochschule Reutlingen* ; *Universität Leipzig* ; *Humboldt Institut für Internet Gesellschaft*) a créé le site <https://www.weltweitwachsen.de/> destiné à permettre l'apprentissage du marketing en ligne.

EXPORT, un des programmes de recherche adossé au programme Mittelstand Digital (voir ci-dessous), s'est consacré sur la période 01/01/2013 à 31/12/2014 au développement d'un logiciel destiné à faciliter l'usage par les PME de la procédure ATLAS, de notification électronique à la douane. En effet il est apparu que pour les grandes entreprises l'introduction d'ATLAS a considérablement facilité les formalités administratives liées à la douane allemande mais que pour les PME/ETI ce n'était pas forcément le cas.

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

La coopération entre PME est encouragée, notamment par l'autorité de la concurrence qui a même mis à disposition un guide méthodologique mettant en avant les marges de manœuvre des PME dans ce cadre :

[http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Merkbl%C3%A4tter/Merkblatt%20-%20Kooperationsm%C3%B6glichkeiten%20f%C3%BCr%20KMUs.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Merkbl%C3%A4tter/Merkblatt%20-%20Kooperationsm%C3%B6glichkeiten%20f%C3%BCr%20KMUs.pdf?__blob=publicationFile&v=2)

## **6. Programmes transversaux/autres**

Le BMWi a mis en place une plateforme de dialogue dédiée commerce de détail *Dialogplattform Einzelhandel* qui aborde aussi très largement les aspects e-commerce. Deux workshops sur le thème du numérique ont ainsi déjà eu lieu dans le cadre de cette plateforme et les résultats et recommandations mis en ligne.

Dans le cadre de l'initiative *Mittelstand Digital* un sous-volet de soutien est consacré à l'Industrie 4.0. En juin 2016, le BMWi a publié une étude intitulée « Exploitation des potentiels d'application de l'Industrie 4.0 aux PME/PMI » (*Erschliessen der Potenziale der Anwendung von Industrie 4.0 im Mittelstand*).

# Hors Union européenne

## Japon

### **1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil**

L'agence SMRJ (SME Support Japan) a mis en place le programme « eBiz academy ». Ce programme propose des cours en ligne et des séminaires organisés une fois par mois dans différentes villes pour la promotion du e-commerce, en particulier à destination de l'étranger, pour les PME.

### **2. Dispositifs financiers**

Le gouvernement japonais a mis en place une subvention pour le recrutement et la formation de ressources humaines spécialisées dans les TIC. C'est une subvention de 17 200 JPY par jour (environ 139 euros) par employé recruté ou formé aux TIC sur une durée allant de six mois à un an.

Le gouvernement japonais soutient également l'investissement dans le secteur des services. La politique du secteur des services (secteur dans lequel plus de 99% des entreprises sont des PME) vise à augmenter la valeur ajoutée du secteur notamment grâce à l'utilisation des TIC. Cette politique est appliquée au niveau local par les agences et fonds de soutien aux PME (en particulier la SMRJ). Les mesures favorisant l'investissement productif innovant dans les activités manufacturières concernent principalement l'acquisition d'équipements innovants et la R&D plutôt que le déploiement d'applications numériques.

### **3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Nd

### **4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

Deux agences soutiennent principalement l'export des PME : la SMRJ (SME Support Japan) et le JETRO (Japan External Trade Organization).

La SMRJ est présente dans 10 pays étrangers et dispense des conseils en stratégie.

Le JETRO, l'agence d'export japonaise, propose des prestations d'accompagnement des PME à l'export et d'installation à l'étranger. Elle est présente dans 45 pays. Le JETRO propose également plusieurs programmes de formation et de subvention pour l'emploi d'experts à l'export.

### **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

La loi fondamentale pour l'attribution de contrats publics aux PME pour l'année 2015 définit des objectifs de montant et de part de contrats publics devant être accordés à des PME par année.

Elle ouvre une plateforme d'enregistrement en ligne pour les entreprises souhaitant candidater pour des contrats publics selon les critères suivants qui leur permet de recevoir directement les publications d'appel à candidature : l'entreprise doit être une PME en activité depuis au moins dix

ans. Dans ce cadre, sont considérées comme des filiales de grands groupes (et donc exclues de ces contrats) les entreprises dont plus de la moitié des parts sont détenues par une grande entreprise, dont plus de deux tiers des parts sont détenues par plusieurs grandes entreprises, et/ou dont au moins la moitié des membres du conseil d'administration sont également employés par des grandes entreprises.

## **6. Programmes transversaux : information, conseil, financement et e-export**

Nd

# Israël

*NB* : En Israël, Les PME sont définies comme des entreprises de moins de 100 employés, et non de 250, à l'image de la définition communément acceptée par l'Union européenne.

## **1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil**

Sur le plan de la formation :

- L'agence pour les PME (qui dépend du ministère de l'économie), propose des formations subventionnées dédiées au e-commerce.
- Des services sont offerts aux entreprises par l'*Export Institute*, rattaché au ministère de l'économie. Ceux-ci comprennent des formations sur l'usage d'internet et du e-commerce à des fins d'exportation.

## **2. Dispositifs financiers**

Le programme gouvernemental *Israël Digital* propose aux PME des subventions ou des prêts à hauteur de 3000 à 8000 shekels (700 à 1800 euros environ) pour la création d'un site à des fins de e-commerce et pour le marketing en ligne.

Des services de conseil sont également offerts aux entreprises sélectionnées. Ils portent notamment sur la stratégie numérique, la création de la plateforme de vente, son adaptation pour le m-commerce, ou encore la mise en place d'un système de livraison.

Environ 1000 entreprises ont jusqu'à présent pu en bénéficier pour un budget annuel de 16 millions de shekels en 2015 et 25 millions en 2016.

## **3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Nd

## **4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

Il n'existe actuellement aucun programme visant l'e-internationalisation. Toutefois, l'un des chantiers prioritaires identifiés lors d'un débat à la commission des technologies du parlement concernant le e-commerce des PME, a été la réforme du service postal :

- les importants délais de livraisons constitueraient l'un de principaux facteurs bloquant pour le développement du secteur dans le pays ;
- pourtant, 82% des Israéliens effectuent des commandes en ligne, un taux particulièrement élevé, mais beaucoup d'entre eux (72%) ont recours partiellement ou exclusivement à des sites étrangers selon un sondage réalisé par Paypal en décembre 2014.



## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Le délai moyen de paiement des fournisseurs est de 72 jours en 2014 et le délai de paiement des clients est de 67 jours, selon l'agence israélienne en charge du soutien aux PME.

Il n'existe actuellement aucune étude sur le sujet de la fluidification des relations inter-entreprises. Pour autant, l'aide des multinationales est visible dans le secteur des hautes technologies. Les grands groupes, en particulier étrangers, jouant un rôle important dans l'internationalisation des startups, via des :

- accords collaboratifs de R&D (environ 300 multinationales étrangères mènent des activités de R&D dans le pays) ;
- des coopérations commerciales ;
- des investissements visant à capter de l'innovation (9 milliards de dollars d'exits en 2015).

Certains grands groupes accompagnent les PME spécifiquement sur le e-commerce :

- eBay a mis en place plusieurs initiatives visant à sensibiliser les PME au e-commerce.
  - des séminaires conjoints avec l'Export Institute du ministère de l'économie ciblant les PME ;
  - un projet pilote mené avec le ministère de l'économie et la Manufacturers Association (équivalent MEDEF), qui a permis d'accompagner des PME dans la mise en place ou le développement d'activités de e-commerce.
- Google met en ligne tous les ans un site dédié au e-commerce qui propose des produits de plusieurs centaines de PME. Selon le groupe de consulting Halevy Dwek, les retombées financières pour les PME ont largement dépassé les revenus directs grâce à la familiarisation accrue des entreprises avec le e-commerce.

## **6. Programmes transversaux/autres**

Sur les achats publics :

Aucune part d'achat public n'est réservée aux PME à ce jour. Néanmoins, en juillet 2011, le gouvernement a adopté une décision visant à encourager la participation des PME aux marchés publics. Suite à cette décision, de nouvelles procédures ont été mises en place :

- l'autorité en charge des PME revoit systématiquement tous les appels d'offres publiés par le Gouvernement pour identifier d'éventuels obstacles à la participation de PME aux procédures de marché public (prix d'achat des documents relatifs aux appels d'offres, trop grand nombre de références ou des garanties requises par exemple).
- Par ailleurs, un nouveau projet de loi est actuellement en discussion au Parlement pour permettre une discrimination en faveur des PME dans le cas d'obtention d'une note similaire à celle d'un grand groupe dans le cadre d'une procédure d'appel d'offres public.

Aucune étude n'a été menée sur le sujet mais selon un sondage effectué par l'agence des PME, environ un sixième des entreprises de moins de 100 employés avait participé à un appel d'offres public en 2014.

# États-Unis

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

### *Cadre fédéral de l'accompagnement et de la formation des PME*

La *Small Business Administration* (SBA) est une agence fédérale, créée par le *Small Business Act* (1953), ayant pour but d'aider, de conseiller, d'assister et de protéger les intérêts des petites entreprises. Il s'agit donc de l'agence chargée de la mise en place et de la gestion des dispositifs publics de soutien au développement des PME. La SBA compte dans ses missions premières la mise à disposition de dispositifs de mentorat, formation et coaching. Ces missions sont assurées par un réseau de plus de 700 conseillers répartis dans plus de 1400 lieux ainsi que par un catalogue présentant les offres de formation en ligne, mis à jour régulièrement.

### *Programme spécifique au numérique*

Une section du site internet est dédiée au e-commerce et compte de nombreuses fiches pratiques sur : la publicité interactive, les bonnes pratiques du commerce en ligne, impôts et internet, paiement en ligne etc. Un partenariat a été conclu entre Google et la SBA en 2010 : *Tools for online business*, qui donnait accès à des vidéos tutoriels et des conseils d'experts de Google, sur l'ensemble des ressources gratuites à disposition des PME pour mettre en place le commerce en ligne (y compris donc sur d'autres plateformes, telles que facebook et les autres réseaux sociaux.)

## 2. Dispositifs financiers

Nd

## 3. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

Il existe de nombreux dispositifs de soutien à l'internationalisation, notamment via la *US Export-Import Bank*, (prêts, garantie du fonds de roulement, assurance-crédit à l'export). La SBA, au sein de son programme de prêt, prévoit également des dispositifs spécifiques pour l'export. Au-delà de ces dispositifs financiers, une initiative de formation-conseil a également été lancée via la *National Export Initiative*, en 2010. Elle s'est achevée en 2014, sans qu'une attention spécifique soit portée au e-commerce. Les Etats-Unis possèdent par ailleurs un réseau territorial dédié à l'export, les *local U.S. Export Assistance Centers* (USEAC). Dans un sondage du gouvernement fédéral, il apparaît que 19 des 45 États subventionnaient leurs PME pour les aider à bénéficier des services de l'USCS, *United states commercial services*, la branche commerciale de l'administration du négoce international, au sein du département du commerce.

## 4. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises

*Encourager les relations entre grands groupes et PME via les marchés publics*

Le *Small Business Act* impose aux agences fédérales d'insérer certaines clauses dans les contrats conclus avec les entreprises ayant remporté un marché public afin d'inciter ces dernières à confier la sous-traitance du marché à des PME.

Dans les contrats d'une valeur supérieure à 150 000 dollars américains, les termes du contrat doivent préciser que la politique fédérale est de maximiser les opportunités pour les PME de participer, en tant que soumissionnaires ou sous-traitantes, à l'exécution des contrats fédéraux. Pour le même type de contrats, il doit également être stipulé que la politique fédérale exige que les soumissionnaires établissent des procédures pour assurer le paiement des PME sous-traitantes dans les temps.

Par ailleurs, les contrats d'une valeur supérieure à 650 000 dollars américains doivent inclure un plan de sous-traitance (*subcontracting plan*) fixant des objectifs chiffrés spécifiques, relatifs à la part du marché devant être sous-traitée aux différents types de PME. Ces plans de sous-traitance sont compilés et accessibles sur le site de la SBA. Le titulaire du marché public a également l'obligation contractuelle de notifier au *contracting officer* de l'agence fédérale s'il ne sous-traite pas le marché public aux sous-traitants prévus dans l'offre ou si le paiement des sous-traitants est retardé ou réduit.

Afin de favoriser la sous-traitance, différentes agences fédérales – par exemple la *GSA* et le *Department of Homeland Security* – publient sur leur site internet les listes des titulaires des marchés publics (*prime contractors*).

# Corée du Sud

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

*Cf. infra* programme transverse.

## 2. Dispositifs financiers

*Mesures fiscales :*

Des mesures fiscales avantageuses ont été mises en place à destination des PME : des déductions fiscales sont prévues pour les investisseurs à hauteur de 30 % de leur investissement.

Les PME industrielles et les PME de services prometteurs (finance, santé, éducation et tourisme) bénéficient d'un soutien à la R&D jusqu'à 25 % de déductions fiscales sur leurs dépenses de R&D.

De plus, depuis juillet 2014, le ministère des Finances a également mis en oeuvre un plan de relance de la demande intérieure de 43 milliards de dollars comprenant :

- un volet fiscal de 11,5 milliards de dollars d'avantages fiscaux pour les entreprises et les ménages,
- un volet financement à destination des PME et des secteurs exportateurs à hauteur de 28,5 milliards de dollars.

*Subvention pour l'acquisition d'outils numériques :* l'agence publique pour les PME (SMBA) déploie une subvention de 12,9 millions de dollars en 2016 à la fourniture de plateforme numérique sur cloud et pour la transformation des systèmes de production :

- Soutien à la numérisation des systèmes de gestion des PME en leur fournissant une plateforme sur cloud à bas prix, afin d'optimiser la gestion et ainsi combler la fracture numérique entre les entreprises,
- Soutien à la numérisation du lieu de production : mettre en place des systèmes numériques favorisant l'efficacité de la production,
- Système de protection des données.

*Cf. infra* programme transverse.

## 3. Dispositifs visant à encourager la mutualisation

Création d'une plateforme de e-commerce à destination des PME : l'agence dispose d'un budget de l'ordre de 1,9 millions de dollars destiné aux 3 100 produits de PME vendus sur le site créé par la SMBA. La SMBA crée des pages et des dispositifs de promotion des produits afin d'offrir aux PME une plateforme complète d'e-commerce et des débouchés potentiels en ligne.

## 4. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME

Le Ministère des Sciences, des TIC et de la Planification Future (MSIP) a annoncé en mars 2015 que le système *ActiveX* (petits programmes, parfois appelés modules complémentaires, destinés à permettre le dialogue entre programmes) ne serait plus obligatoire afin de faciliter l'internationalisation des sites

marchands coréens. Afin de les aider à fonctionner sans *ActiveX*, il fournira une aide financière aux 100 principaux sites Internet privés du pays.

Le gouvernement coréen a lancé 17 centres innovants. Chacun des 17 centres est adossé à une région afin d'aider au développement des PME et startups à l'international.

Le gouvernement a également mis en place une procédure simplifiée de déclaration d'exportation pour le commerce électronique depuis fin 2014.

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Coopération entre PME et grands groupes : le troisième plan élaboré en novembre 2014 par le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Énergie (MOTIE) pour la croissance partagée des grandes entreprises et des PME est focalisé sur le soutien au développement des PME. Grâce à la sensibilisation, les PME bénéficient de plus en plus de coopération avec les grandes entreprises essentiellement en matière de débouchés à l'étranger.

## **6. Programmes transversaux : information, conseil, financement et e-export**

Les différentes agences publiques liées aux activités des PME offrent des services de soutien au développement à l'international des sociétés concernées. Les services étant similaires, les bénéficiaires prennent de plus en plus d'ampleur.

- SMBA (*Small & Medium Business Administration*) et TIPA (*Korea Technology and Information Promotion Agency for SMEs*): analyse de compétences à l'international, accompagnement à l'export, incubation dans les points stratégiques à l'étranger, participation aux salons internationaux, assistance juridique, protection contre le risque de change, information du marché et de l'importateur, service d'interprétation, soutiens financiers (prêt à taux préférentiel, certification selon les normes internationales, tarifs des appels internationaux) ;
- KOTRA (*Korea Trade-Investment Promotion Agency*) : disposant de 125 bureaux et 10 centres régionaux dans 85 pays, l'agence mène ses missions de promotion des exportations coréennes en France et d'attractivité des investissements français vers la Corée selon les dispositions suivantes : organisation de séminaires et événements rassemblant des entreprises françaises et coréennes, accompagnement individualisé, promotion en ligne ([buykorea.org](http://buykorea.org)), veille du marché français ;
- KITA (*Korea International Trade Association*) : accompagnement à l'export par un comité de conseil, composé de 31 experts, transfert de savoir-faire et d'information sur le pays ciblé, service de soutien téléphonique, soutiens financiers, accès aux 19 pays d'Asie-Pacifique (APEC) sans visa, université-entreprise, formation des experts d'export ;
- SBC (*Small and medium Business Corporation*) : fourniture d'espace de travail et de consulting dans 20 bureaux stratégiques dans 12 pays (dont celui à Francfort pour l'Europe), salons internationaux, accompagnement individualisé ;
- KCCI (*Korean Chamber of Commerce and Industry*) : offre d'information sur les soutiens publics aux PME en matière d'exportation, séminaire sur les stratégies d'internationalisation, service d'interprétation et de traduction à un prix abordable ;
- SMBA : l'agence dispose d'un budget de l'ordre de 1,9 millions de dollars destiné aux 3 100 produits de PME vendus sur le site créé par la SMBA. La SMBA crée des pages et des dispositifs de

promotion des produits afin d'offrir aux PME une plateforme complète d'e-commerce et des débouchés potentiels en ligne ;

- SBC (*Small & medium Business corporation*, GobizKorea) : grâce à la subvention gouvernementale ce programme de la SBC assume la promotion à l'international en ligne des 1 000 PME. la SBC crée une plateforme d'e-commerce à disposition de PME et les soutient en termes de marketing pour faciliter leur accès à l'e-export.

# Canada

Le Ministère de l'Économie, de la Science et de l'innovation a lancé en juin 2016 son [plan](#) d'action pour l'économie numérique.

Le plan d'action pour l'économie numérique marque la volonté du Québec de se positionner comme un acteur de premier plan en adoptant une démarche participative, évolutive et complémentaire aux initiatives publiques et privées déjà en place. Le processus de cocréation, lancé au moment du dévoilement du plan, mènera à l'élaboration de la Stratégie numérique du Québec.

Le plan d'action s'adresse :

- aux petites et moyennes entreprises (PME) ;
- aux jeunes pousses (startups) ;
- aux grands donneurs d'ordres ;
- aux organisations d'appui, de recherche et d'innovation.

Au total, le gouvernement du Québec investit près de 200 millions de dollars sur cinq ans en mesures budgétaires et fiscales pour mettre en place 28 mesures concrètes sous cinq axes d'intervention prioritaires :

Axe 1 – Stimuler les innovations par les technologies et les données

Axe 2 – Accélérer la transformation des entreprises et l'adoption du commerce électronique

Axe 3 – Renforcer la position du secteur des TIC comme chef de file mondial

Axe 4 – Se doter des compétences numériques requises

Axe 5 – Assurer un environnement d'affaires attrayant et favorable au déploiement du numérique

Sur l'axe 2 le budget prévu est de 70 950 000 \$.

## **1. Dispositifs de sensibilisation et d'information**

Le Gouvernement souhaite lancer dans ce cadre une campagne de sensibilisation.

Outre le recours aux principaux médias du monde des affaires, les principaux moyens utilisés dans le cadre de cette campagne seront :

- la diffusion de cas d'entreprises et d'utilisateurs, ainsi que de témoignages vidéos ;
- des visites d'entreprises, des ateliers de mise en valeur pour le partage d'expériences et d'expertises et de connaissances entre pairs ;
- l'offre de nouvelles formations sur les meilleures pratiques d'affaires, dont une en commerce électronique et une en industrie 4.0 ;
- des outils d'aide à la décision.

L'enjeu est de taille pour le Québec qui a un important travail de rattrapage à effectuer : même si les canadiens sont reconnus pour être d'importants utilisateurs d'internet, les ventes au détail par commerce électronique représentaient au Canada 1,5 % du total des ventes au détail en 2012 (en

comparaison, les ventes au détail effectuées aux États-Unis par la voie du commerce électronique ont représenté 5,2 % des ventes au détail, de ce pays).

La proximité des États-Unis explique en partie la faiblesse de ces résultats (dans le commerce de détail au moins) : sur les 500 plus importants *e-retailers* qui vendent leurs produits aux États Unis et au Canada, 283 permettent l'expédition vers des adresses canadiennes (selon le *Internet Retailer's Top 500 Guide*). Lors d'une étude de Postes Canada en 2013, 68% des personnes sondées ont déclaré avoir acheté sur un site web hébergé dans un pays autre que le Canada.

## **2. Dispositifs de formation/conseil**

Les services d'équipes spécialisées seront offerts aux entreprises québécoises pour les accompagner dans leur transformation numérique en fonction des besoins propres à leur secteur d'activité.

Afin de rassembler un nombre important d'entreprises, d'encourager la synergie entre les différents acteurs du milieu et de les amener à s'entourer des spécialistes nécessaires, des appels de projets seront lancés auprès des organisations partenaires pour former ces équipes et mettre en place les programmes d'accompagnement requis, selon le secteur visé.

Ainsi, l'accompagnement offert pourra notamment viser la réalisation d'un diagnostic de la capacité numérique, la réalisation d'une planification stratégique, l'analyse des besoins et la formulation d'un plan en technologie numérique arrimé sur la stratégie d'affaires de l'entreprise.

Une enveloppe totale de 20 millions de dollars, dont une partie est réservée au secteur du commerce de détail, est prévue sur cinq ans pour la mise en œuvre de cette mesure.

Résultat attendu : 3 000 PME québécoises accompagnées et prêtes à entreprendre le virage numérique d'ici 5 ans.

## **3. Dispositifs financiers**

Le plan prévoit, pour l'axe dédié au e-commerce, les mesures financières suivantes :

- Bonification du crédit d'impôt relatif à l'intégration des TIC
- Soutien pour l'acquisition d'équipements et logiciels

Malheureusement à ce stade, ces mesures ne sont pas plus détaillées.

## **4. Dispositifs visant à encourager la mutualisation**

Sur le e-commerce, les actions de mutualisation proposées dans le plan sont surtout d'ordre logistique:

Le Gouvernement veut doter le Québec d'un environnement d'affaires favorable aux investissements privés en matière d'activités liées à la grande distribution et à la logistique, notamment en créant des pôles logistiques à haute valeur ajoutée en fonction de marchés ciblés.

- Un pôle logistique est un parc industriel multimodal où sont principalement regroupés des centres de distribution qui réalisent des activités logistiques (entreposage, transformation légère, emballage, gestion des stocks, manutention, etc.) favorisant la distribution efficace des



merchandises sur les marchés nationaux et internationaux.

- Des pôles logistiques ont été annoncés dans la Stratégie maritime du Québec. Compte tenu de l'ampleur des enjeux logistiques et des possibilités d'expansion associés au commerce électronique, un mandat d'étude sera réalisé afin de préciser la structure d'un tel projet au Québec et les moyens de le mettre en place.
- Un pôle logistique associé au commerce électronique offrirait une panoplie de services (entreposage, manutention, conditionnement de produits, emballage, étiquetage, installations douanières, gestion des retours, conseil stratégique, expédition, environnement infonuagique, centre contact clientèle, centre financier, etc.) permettant ainsi d'attirer les clientèles de divers secteurs regroupant les acteurs clés associés au commerce électronique.
- Le Québec peut s'inspirer de projets similaires qui se déploient à travers le monde, par exemple l'e-Commerce Park de Suède, le projet Narval du Nord-Pas-de-Calais, en France, ou le projet du Groupe Matajir, à Dubaï.

## **5. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Au sein du plan, des mesures dédiées aux relations entre grands groupes et PME sont annoncées, mais encore non développées :

- Parrainage de fournisseurs par des donneurs d'ordres ;
- Initiative MACH-FAB 4.0 (Stratégie aérospatiale) : L'Initiative MACH FAB 4.0 permettra de soutenir 50 PME du secteur de l'aérospatiale dans leur passage vers l'entreprise numérique du futur. Une contribution de 9,5 millions de dollars sur cinq ans, à laquelle s'ajoute une contribution équivalente du secteur privé, est prévue par le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation.

## **6. Programmes transversaux/autres**

Nd

## Brésil

Il n'existe pas de dispositif public de soutien pour la transition numérique des entreprises. Les initiatives réalisées au Brésil sont centrées sur les formations dispensées par le Sebrae - le service brésilien d'appui aux micro et petites entreprises. Il s'agit d'une entité financée par la fédération patronale, la CNI (équivalent du Medef), chargée de promouvoir la compétitivité et le développement des micros et petites entreprises. Avec plus de 40 ans d'existence, le Sebrae est un facilitateur d'affaires pour les micros et petites entreprises. Son portefeuille d'activités consiste à mettre en relation ces entreprises avec les secteurs publics et privés, et à réaliser des programmes de capacitation, d'information, de sensibilisation et de facilitation de l'accès au crédit pour les PME. Le Sebrae n'apporte aucun type de financement aux micros et petites entreprises.

La politique de soutien aux micro et petites entreprises est pilotée par le secrétariat d'Etat aux micro entreprises et aux petites entreprises, qui a pour principale mission de faciliter les démarches administratives relatives notamment à la création ou à la fermeture d'une entreprise. Ainsi la dernière action du gouvernement pour aider les PME a été la création du portail en ligne *RedeSim*, en 2014, qui permet aux entreprises de créer et de fermer une entreprise en ligne de manière simplifiée.

Enfin, des actions ont également été menées en faveur de l'internationalisation des entreprises, par le Sebrae en partenariat avec l'Apex (équivalent de Business France au Brésil), dans le cadre du programme national de la culture de l'exportation. L'objectif est d'augmenter l'information des entreprises durant tout le processus d'exportation. Une plateforme en ligne a ainsi été développée, afin de renseigner les entreprises sur les caractéristiques des marchés internationaux et les opportunités d'affaires qui y sont relatives et d'orienter les entreprises qui souhaitent exporter. Un portail d'auto-diagnostic en ligne a également été mis en place, pour aider les entreprises à aller à l'international.

# Chine

En Chine, la notion de PME telle qu'utilisée actuellement dans les statistiques chinoises est fixée par un texte de juillet 2011. Comme en France, la définition des PME se fonde sur des seuils de chiffre d'affaires et de nombre d'employés. Cependant, à l'inverse de la situation prévalant dans notre pays, les seuils varient selon les secteurs d'activité.

- En termes de chiffre d'affaires annuel, les seuils varient de 50 M CNY, soit 6,8 M EUR (gestion immobilière) à 1,2 Mds CNY, soit 160 M EUR (services locatifs et commerciaux). A titre de comparaison, le seuil retenu en France est de 50 M EUR.
- En termes d'effectifs, les seuils varient de 200 (vente en gros et stockage) à 2000 personnes (communications). A titre de comparaison, le seuil retenu en France est de 250 personnes. A noter : dans le BTP et la promotion immobilière, le critère porte sur l'actif total au bilan et non sur le nombre d'employés.

## 1. Dispositifs de sensibilisation et d'information/formation/conseil

En janvier 2016, le ministère chinois du Commerce et l'organisme chinois d'assurance crédit export ont lancé un programme de soutien à l'internationalisation des entreprises dont le volume de transactions internationales est inférieur à 65 M USD (57 M EUR) annuels.

Ce soutien consiste en la mise à disposition d'une plateforme informatisée pour la gestion intégrée des procédures d'aide aux PME où ces dernières peuvent obtenir de l'information et des analyses sur les marchés ciblés, solliciter une assurance-crédit et le cas échéant effectuer les démarches de déclenchement de l'assurance. Ce programme facilite également le recours par les PME à l'assurance-crédit-export, leur proposant des séminaires de formation afin d'améliorer leurs potentiels d'internationalisation.

## 2. Dispositifs financiers

### *Dispositifs financiers privés*

Les plateformes de e-commerce sont aujourd'hui intégrées dans de véritables écosystèmes numériques incluant services financiers et systèmes de paiement. La société Ant Financial Services, affiliée à Alibaba propose ainsi une banque pour particuliers et PME (MyBank) et des services de microcrédit pour les TPE (Ant Micro Loan, lancé en 2010), avec pour but avoué de faciliter la présence de ces entreprises sur les plateformes du groupe. Ces services sont associés à un système de *rating* fondé sur les données collectées en ligne (Sesame Credit). Durant les 4 premières années de son existence, Ant Micro Loan aurait ainsi (selon ses propres chiffres) fourni du crédit à plus de 1,4 millions de TPE, pour un total de l'ordre de 400 Mds CNY (55 Mds EUR).

Des groupes tels que Alibaba, JD.com, et, de manière plus indirecte, Tencent et Baidu, proposent des offres de (micro)crédit ciblant les TPE et PME, et disposent de plateformes dédiées spécifiquement à l'e-export. Le e-commerce en Chine reste cependant affecté par un manque criant de respect de la propriété intellectuelle dans le pays.

### **3. Programmes de soutien à l'e-internationalisation des PME**

Poussée par la présidence chinoise du G20, l'internationalisation des PME été au cœur des discussions de certains groupes de travail du G20. La Chine s'est faite l'avocate de la mise en place d'un système commercial multilatéral où les PME seraient intégrées au système commercial international, notamment par leur participation aux chaînes de valeur mondiales. Alibaba joue actuellement un rôle central dans le G20, et plus particulièrement dans le B20 (Business 20) où son président Jack Ma a prononcé le discours inaugural de l'édition 2016.

### **4. Programmes relatifs à la fluidification des relations inter-entreprises**

Le rôle de la commande publique est précisé par les « Mesures provisoires concernant le développement des PME par l'achat public » publiées conjointement en décembre 2011 par le Ministère des finances et le ministère de l'industrie. Selon cette réglementation, les administrations et les grands groupes publics doivent passer 30% de leurs commandes auprès de PME.

### **5. Programme(s) qui visent le commerce en ligne**

L'Etat chinois a publié en juillet 2015 le plan *Internet*, visant à transformer l'économie chinoise par une intégration à grande échelle d'Internet au sein de l'appareil productif. Outre la maîtrise par la Chine des nouvelles technologies numériques (*Big data, cloud computing, Internet des objets...*) dans une optique semblable au plan *China manufacturing 2025* adopté quelques mois auparavant, le plan *Internet* + témoigne de la volonté gouvernementale de trouver des relais de croissance dans l'utilisation massive d'Internet pour le commerce (par les PME ou particuliers) : développement des services online-to-offline, développement du commerce électronique en milieu rural...

### **6. Programmes transversaux/autres**

La loi de promotion des PME de juin 2002 vise notamment à soutenir la montée en gamme technologique et l'augmentation des débouchés à l'export des PME chinoises.

Au-delà, les 12ème et 13ème plans quinquennaux (pour les périodes 2011-2015 et 2016-2020) mettent en avant la nécessité de soutien aux PME chinoises. Le « Plan de croissance pour les PME » du 12<sup>ème</sup> plan quinquennal vise à soutenir l'innovation et la création d'emplois des PME, à optimiser la structure industrielle des PME, à encourager le développement des PME dans des secteurs clés et innovants, ainsi qu'à améliorer le management et les services des PME. Une déclinaison spécifique aux PME du 13<sup>ème</sup> plan quinquennal (2016-2020) devrait par ailleurs être publiée au début de l'été.

**Plusieurs initiatives gouvernementales ont visé à soutenir le développement des PME chinoises, pour parer notamment à leurs difficultés de financement.**

Le 27 avril 2013, le ministère chinois des finances publiait des « *mesures administratives sur le fonds de développement des PME engagées dans des activités industrielles aux caractéristiques locales* ». Ce fonds visait les PME capitalisant sur des avantages compétitifs nationaux ou régionaux dans leurs activités, avec pour objectif le soutien à l'innovation technologique et à la montée en gamme industrielle, entre autres. Celui-ci comprend trois volets: une aide financière, des subventions pour les emprunts ainsi que des investissements en capitaux.

Les PME bénéficient de nombreux dispositifs de soutien à l'innovation : la Chine a notamment lancé en septembre 2015 un autre fonds national de soutien au développement des PME technologiques et

scientifiques doté de 60 Mds CNY (8,1 Mds EUR), abondé à hauteur de 15 Mds CNY par l'Etat central. Les PME sont d'ailleurs un axe majeur des principaux plans publics de soutien à l'innovation (programme TORCH du Ministère des sciences et des technologies et Stratégie nationale pour la propriété intellectuelle notamment).

L'Etat a également mis l'accent sur la simplification administrative, intégrant notamment en 2015 trois procédures d'enregistrement distinctes auprès d'administrations différentes en une seule. Des plateformes de conseils et d'accompagnement des PME ont été mises en place (près de 1700 en tout au niveau provincial). Selon le MIIT, il y aurait ainsi eu près de 12000 nouvelles entreprises créées par jour en 2015 contre 10000 entreprises en 2014.



[www.cnnumerique.fr/pme](http://www.cnnumerique.fr/pme)

### **Conseil national du numérique**

Bâtiment Atrium  
5 place des Vins-de-France  
75573 Paris Cedex 12  
info@cnnumerique.fr - @CNNum  
01 53 44 21 27

### **CONTACT PRESSE**

Yann Bonnet, Secrétaire Général  
presse@cnnumerique.fr  
01 53 44 21 27

