CET – 023M
C.P. – P.L. 36
Banque de développement économique
VERSION RÉVISÉE

COMMERCE INTERNATIONAL QUÉBEC

Mémoire de Commerce International Québec
présenté à
La Commission parlementaire du Travail et de l'Économie
au sujet du projet de loi 36 créant la Banque de développement économique du Québec (BDEQ)

Véronique Proulx
Présidente du conseil d'administration

Jean-François Lamarche
Directeur général

17 mai 2013

ciquebec.ca

TABLES DES MATIÈRES

1 INTRODUCTION 1

2 QUI SOMMES-NOUS? 1

3 QU'EST-CE QU'UN ORPEX ? 1

4 L'IMPACT DES ORPEX 3

5 L'IMPORTANCE STRATÉGIQUE DES ORPEX POUR LES EXPORTATIONS 3

6 LA CAPACITÉ DES ORPEX À BIEN IDENTIFIER LES ENTREPRISES EXPORTATRICES 4

7 LA BANQUE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU QUÉBEC 5

8 LA DÉFINITION DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT PROPRE À CHAQUE RÉGION... 5

9 ...ET VERS L'INTERNATIONAL 5

10 RECOMMANDATIONS 6

11 CONCLUSION 7

12 ANNEXE 1 8

13 ANNEXE 2 11

COMMERCE INTERNATIONAL QUÉBEC

1 Introduction

Nous tenons d'abord à remercier les membres de la Commission de nous avoir invités à présenter notre point de vue au sujet du projet de loi créant la BDEQ. Nous sommes heureux que, dans le mandat de la BDEQ, l'exportation occupe une place de choix puisque cette notion apparaît dès l'article 2, au 3e alinéa.

L'importance de l'exportation pour l'économie du Québec n'est plus à démontrer : selon l'Institut de la statistique du Québec, en 2011, 25 % du PIB du Québec et plus de 28 % des emplois au Québec, soit près de 1,1 million d'emplois, étaient reliés à l'exportation.

2 Qui sommes-nous?

Commerce International Québec est le regroupement des 19 Organismes régionaux de promotion des exportations, communément appelés ORPEX, présents dans toutes les régions du Québec. Ce regroupement, permet aux ORPEX de se doter de différents outils leur permettant d'être performants dans leur domaine et aussi de parler d'une seule voix sur la place publique. L'exportation, c'est notre sujet unique de travail, et ce depuis plus de 15 ans.

3 Qu'est-ce qu'un ORPEX ?

Un ORPEX est la porte d'entrée des PME de son territoire vers l'exportation. Le premier ORPEX a été créé en 1994 par le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec. Le but poursuivi alors, et qui est toujours d'actualité, était d'offrir un support régional aux PME et de rendre accessible l'internationalisation de leurs activités - premièrement en les sensibilisant à ce qu'est l'exportation, deuxièmement en leur offrant des activités de groupe telles que des formations, des missions commerciales et des accueils d'acheteurs et, troisièmement, en les accompagnant individuellement dans les aspects techniques et stratégiques de leurs projets d'exportation.

Financés par Export Québec et Développement économique Canada, avec qui ils entretiennent des liens étroits au niveau régional, les ORPEX sont également près des autorités centrales de ces partenaires via leur association, Commerce International Québec. Certains ORPEX sont également supportés par d'autres acteurs régionaux comme la Conférence régionale des élu(e)s. Le reste du financement provient des entreprises et de partenaires privés.

Reflet de la dynamique économique régionale, le service de promotion des exportations se retrouve dans différentes structures administratives, selon les régions. Parfois au sein d'une société de développement économique régionale, parfois au sein d'une Chambre de commerce et parfois en structure autonome, l'ORPEX a toujours la même mission : assurer le leadership régional dans l'internationalisation des entreprises afin qu'elles réussissent sur les marchés d'exportation.

Chaque année, nos professionnels sont en mesure d'offrir nos services aux 10 000 PME exportatrices partout au Québec. Ces professionnels sont généralement bilingues et trilingues, titulaires d'un ou deux diplômes universitaires spécialisés en commerce international et expérimentés en travail interculturel. Ils travaillent en réseau avec de nombreuses ressources externes, ce qui leur permet d'offrir une gamme étendue de services.

Les ORPEX devant servir leur milieu, ils sont régis par leur milieu. Ainsi, le conseil d'administration d'un ORPEX est composé de bénévoles, la plupart du temps des entrepreneurs exportateurs de la région.

Parmi les organismes avec qui les ORPEX travaillent régulièrement, mentionnons :

- Export Québec
- Les réseaux des représentations du Québec (MRIFCE)
- Les réseaux des représentations du Canada (MAECI)
- Un réseau d'experts en affaires internationales
- Organismes publics et privés étrangers
- Développement économique Canada
- Ministère des Finances et de l'Économie
- Emploi Québec
- Exportation et développement Canada
- Investissement Québec
- Les centres locaux de développement (CLD)
- Les Services d'aide au développement des collectivités (SADC)

4 L'impact des ORPEX

Notre impact auprès des PME et sur l'économie est important : pour l'année 2011-2012,

- les ventes réalisées par les entreprises appuyées par un ORPEX ont totalisé 57,6 M$
- les ventes potentielles ont été de 162 M$.

Alors que le Plan de développement du commerce extérieur du MRIFCE prévoit qu'il faut augmenter de 1 000 le nombre d'entreprises exportatrices d'ici 2016, et sachant qu'environ 95 % des entreprises du Québec sont des PME (et surtout de petites entreprises de 50 employés et moins), on voit tout de suite le rôle primordial du réseau des ORPEX dans le développement de futurs exportateurs.

Selon une étude de KPMG-SECOR, 13 % des PME québécoises exportent alors que c'est 19,5 % dans le reste du Canada. Dans ce contexte, il est plus important que jamais de mettre l'accent sur l'accompagnement des entreprises pour qu'elles réussissent leurs projets d'exportation.

5 L'importance stratégique des ORPEX pour les exportations

Les PME québécoises font face en ce moment à un plafond de complexité comme jamais auparavant à cause d'un contexte économique difficile. L'internationalisation et la mondialisation des affaires créent des casse-têtes quotidiens importants pour les PME. Celles-ci souhaitent quand même saisir les opportunités issues de pays émergents comme le BRIC ou issues des accords de libre-échange comme celui à venir avec l'Europe. Nous n'avons pas à vous convaincre de la pertinence de l'exportation pour les entreprises, vous en êtes parfaitement au courant.

Par contre, ce qui mérite d'être mis à jour, ce sont les multiples complexités techniques liées à une exportation réussie. Il ne suffit pas de trouver un partenaire dans le cadre d'une mission de groupe. Il faut aller plus loin, examiner des questions telles que les éléments légaux d'une entente, les stratégies de gestion de taux de change ou l'évaluation des coûts d'expédition de la marchandise. Il faut penser au passage des douanes, aux stratégies face au Buy American Act ou à la gestion de la trésorerie. Il faut penser chaîne de valeur mondiale, il faut, en fait, répondre à une grande série de questions techniques, tout en développant une vision

stratégique. Il faut aussi aider à ce que ses différents départements travaillent en collaboration et visent le même objectif. Cela exige du temps.

Cette situation met bien en relief l'importance cruciale des ORPEX pour les PME qui exportent ou qui veulent exporter. En accompagnant les entreprises dans un processus itératif qui les mène du début à la fin du processus d'exportation, les ORPEX guident l'entrepreneur, du diagnostic export jusqu'à la mission, en passant par la recherche de financement, la sélection des marchés et la stratégie d'entrée. Cet accompagnement par un ORPEX est essentiel.

Compte tenu de l'importance que nous accordons à l'accompagnement dans une démarche d'internationalisation, les deux tiers du temps des employés d'un ORPEX sont consacrés à l'accompagnement d'entreprises alors que l'autre tiers est utilisé au développement et à la tenue d'activités.

Rappelons que cet accompagnement donne des résultats mesurables puisque plus de 800 entreprises ont été accompagnées en 2011-2012 et que ces dernières évaluent leurs retombées à plus de 160 M$.

6 La capacité des ORPEX à bien identifier les entreprises exportatrices

Les ORPEX travaillent auprès d'entreprises de toute taille et tous secteurs d'activités. Compte tenu que les ORPEX ont en moyenne trois employés et de vastes territoires à couvrir, nous tentons de cibler les entreprises qui ont les ressources humaines et financières pour réaliser leurs projets d'exportation. Si on veut augmenter le nombre d'exportateurs, et augmenter la présence de celles qui sont déjà présentes à l'international, il est impératif pour l'ORPEX de rapidement identifier les entreprises qui répondent à ces critères.

D'ailleurs, l'International Trade Centre[1], à Genève, a réalisé plusieurs études auprès des organismes de promotion du commerce (OPC) à travers le monde. En 2005, un rapport de cet organisme soulignait que la capacité de sélectionner les entreprises les plus susceptibles de réussir à l'international est primordiale. Et pour y arriver, les ORPEX possèdent les connaissances et l'expérience nécessaires (voir étude en annexe).

[1] « TPO Best Practices : Strengthening the Delivery of Trade Support Services », International Trade Forum, Janvier 2005, Boston Consulting Group)

7 La Banque de développement économique du Québec

Tel que mentionné dans le communiqué de presse qu'il a diffusé lors du dépôt du projet de loi 36, Commerce International Québec se réjouit de la création de la Banque de développement économique du Québec et ce, pour deux raisons :

- L'idée de regrouper les services de soutien aux entreprises et de les diffuser au moyen d'un guichet unique permettra aux entrepreneurs de toutes les régions d'avoir accès aux ressources et au financement plus facilement et rapidement;

- Le fait que chacune des régions pourra définir sa stratégie de développement selon ses particularités démontre l'importance donnée aux divers acteurs régionaux. Cette philosophie rejoint celle des ORPEX, eux-mêmes des acteurs régionaux travaillant en réseau avec d'autres acteurs régionaux.

8 La définition de la stratégie de développement propre à chaque région...

Nous saluons la volonté de laisser les acteurs régionaux définir les grandes lignes de l'avenir économique de leur région. De par la nature des ressources sur place, des spécificités sectorielles ont évidemment été développées par certaines régions. Il suffit de penser aux ressources minérales en Abitibi et sur la Côte-Nord, aux produits de l'aluminium et de la forêt au Saguenay et aux pêcheries en Gaspésie. Partout, des liens étroits ont été créés avec le Créneaux d'Excellence Accord. Les acteurs de ces régions, incluant l'ORPEX, sont à même de proposer des plans de développement qui tiennent compte de ces spécificités. Même dans les régions fortement multi sectorielles, ce raisonnement demeure valable compte tenu que l'ORPEX connait bien les entreprises exportatrices et les secteurs d'activités dans lesquels elles oeuvrent.

9 ...et vers l'international

Tel que mentionné précédemment, les entreprises québécoises ne sont pas assez tournées vers l'international, compte tenu du contexte de la mondialisation et des opportunités d'affaires dans les pays émergents. Nous croyons que les objectifs énoncés pour la Banque de développement du Québec au niveau du financement, du démarrage et de l'exportation, vont permettre, du moins en partie, de modifier cet état de choses.

En intégrant les différents outils disponibles aux entrepreneurs via un guichet unique, en les modulant selon la réalité de chaque région selon un plan régional et en priorisant l'exportation comme moteur de prospérité, nous sommes convaincus de la possibilité de favoriser la croissance des PME sur les marchés internationaux.

Là aussi, la connaissance qu'ont les ORPEX des marchés d'exportation doit être mise à contribution afin d'adapter les produits, les outils, les pratiques et les processus de l'entreprise en fonction du pays visé.

10 Recommandations

Nous nous permettons d'émettre trois recommandations à la Commission :

- **Recommandation 1**

Les entreprises qui demanderont une aide financière à la BDEQ en vue d'exporter devraient être systématiquement référées à leur ORPEX afin de valider leur projet d'exportation (faisabilité, marché, etc.) et de le préciser.

Cette façon de faire devrait être formalisée dans les processus d'affaires de la Banque.

Les entreprises qui se présentent à leur CLD ou directement à la BDEQ pour y obtenir du financement de la BDEQ devraient systématiquement être référées à leur ORPEX pour leurs projets d'exportation. L'ORPEX connaît bien les entreprises de son territoire et pourra évaluer leur projet en se basant sur une profonde connaissance des marchés internationaux et des outils de support à l'exportation.

Il est important que l'analyse des projets d'exportation soit faite par des experts du secteur afin de supporter les entrepreneurs qui seront vraiment en mesure de réussir. Il en va non seulement de la rentabilité à terme des investissements qui seront consentis pour mener l'entrepreneur vers des marchés étrangers mais aussi de notre crédibilité sur ces marchés.

Compte tenu des efforts qui seront déployés pour augmenter les exportations, les ORPEX sont au carrefour de l'effort du MRIFCE et de la BDEQ pour soutenir les exportateurs actuels et futurs. Il s'agit d'un réseau déjà bien implanté, déjà financé et dont il faut tirer profit.

- **Recommandation 2**

Au-delà des seuls projets d'exportation, un processus de communication formel devrait être établi afin que l'ORPEX soit mis au courant des dossiers supportés par la Banque dans sa région.

Cette façon de faire devrait aussi faire partie intégrante des processus d'affaires de la Banque.

À titre d'exemple, lorsqu'une entreprise présente un dossier de financement pour une immobilisation à la BDEQ, celui-ci peut très bien être en lien avec la nécessité d'augmenter sa capacité de production pour accroitre ses ventes par l'exportation.

- **Recommandation 3**

Dans toutes les régions, l'ORPEX devrait systématiquement faire partie des organismes qui décident du plan régional de développement.

Dans le cadre de leur financement, les ORPEX travaillent avec leurs partenaires Export Québec et Développement économique Canada à développer des plans annuels et triennaux pour les exportations, et ce, dans chaque région du Québec.

Il nous apparaît donc logique et primordial que l'ORPEX de chaque région fasse partie des organismes qui façonnent le plan de développement régional. L'investissement dans les ORPEX en serait d'autant plus rentabilisé, puisque ce travail de planification au niveau des exportations est fait de toute façon.

11 Conclusion

Intégrer l'expertise technique et stratégique des ORPEX dans les processus d'affaires de la Banque nous apparait logique. Il ne faut pas créer deux structures en parallèle ni faire fi des experts qui, depuis 15 ans, ont offert à l'État québécois et aux PME un excellent rapport «qualité-prix» dans leurs prestations.

Aussi, il ne faut pas permettre que des différentiations régionales surgissent, au fil du temps, quant au lien entre les ORPEX et la BDEQ. Maintenant est le temps de s'assurer de l'uniformité des processus, à l'échelle provinciale. D'où l'importance d'intégrer les ORPEX dans les processus d'affaires de la Banque.

Nous tenons à souligner que l'implantation de ces recommandations ne fait appel à aucun apport financier. Il s'agit tout simplement de garantir aux PME exportatrices un accès systématique à l'ensemble de leurs ressources régionales, spécialisées en questions internationales. Voyons-le comme une manière additionnelle de protéger l'investissement de la BDEQ.

12 Annexe 1

Note: le texte et les données qui suivent sont tirées de «TPO Best Practices : Strengthening the Delivery of Trade Support Services», International Trade Forum, Janvier 2005, tradeforum.org

L'expérience démontre que le niveau d'expérience de l'entreprise est la cible la plus significative pour augmenter les exportations sur un territoire. Aider des entreprises qui ont déjà du potentiel à l'exportation est plus controversé que la question des marchés ou des secteurs mais il reste que l'OPC doit réfléchir sur l'efficacité de son aide à la petite entreprise car il est admis qu'elle ne possède pas les ressources pour soutenir les efforts à l'étranger.

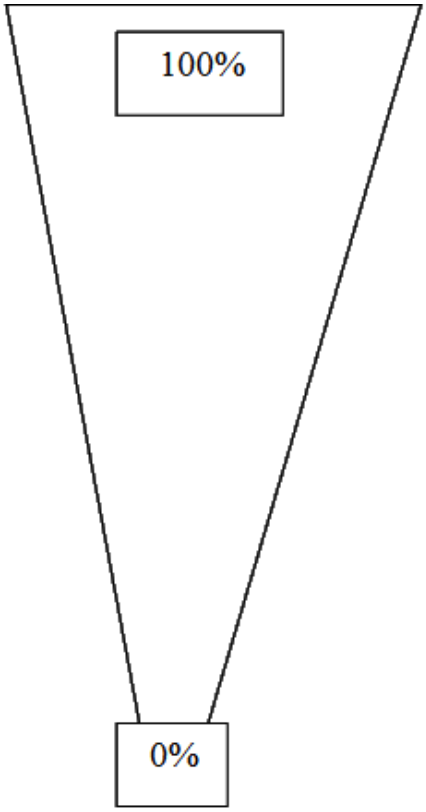
Une autre cible importante est l'approche des secteurs et des marchés. L'expérience ici démontre qu'il est important de ne pas avoir trop de cibles et de concentrer ses efforts dans certains secteurs et certains marchés (basé sur la demande et le potentiel des entreprises). En effet, il y a 200 pays dans le monde et 80 % du PIB mondial est concentré au sein de 25 pays. Même de très grandes multinationales comme Wal-Mart ou GE ne sont présents que dans un nombre restreint de pays. À ce titre, le Royaume-Uni a récemment réduit sa présence diplomatique à l'étranger en particulier en Amérique Latine, ils ont concentré leurs ressources à Miami, qui est une plaque tournante du commerce avec l'Amérique Latine. Pour les secteurs, le Chili, par exemple, a décidé de concentrer ses efforts de promotion des exportations sur quelques secteurs très porteurs (vins, fruits et légumes) afin de diversifier la base des exportations largement concentrée dans le cuivre. Le Chili a démontré une performance remarquable dans ces secteurs récemment.

Enfin, l'accès aux réseaux s'appuie davantage sur des spécialistes industries/secteurs dans les marchés développés et s'appuie davantage sur les contacts locaux et la proximité dans

les marchés émergents. L'efficacité des missions commerciales suit ces tendances également.

Services payants – non payants

Les tendances vont vers des services de plus en plus payants. Les agences partagent les coûts avec les exportateurs. Il y a un certain niveau de services qui est gratuit (information générale, répertoire, banque de données, etc.) mais l'aide pour entrer dans des marchés est un service payant (frais de consultation modestes à moyens). De plus, cette tendance sert à être mieux enligné sur les besoins des entreprises et de pouvoir mesurer leur satisfaction (indicateur de performance de l'OPC). Les OPC tendent à utiliser de plus en plus des spécialistes du secteur privé (marchés et secteurs). Ils peuvent les engager à l'interne ou à l'externe. Voici un tableau qui indique la progression de l'exportateur et des différents points d'entrée des services selon le coût assumé par l'OPC (ou autres programmes gouvernementaux) :

Financement gouvernemental	Programmes
	Séminaires Guides Internet Prix Préparation à l'export (générique) Cours (classes et à distance) Plan d'exportation adapté Séminaires et expérience pratique Identification d'opportunités Missions, visites de clients, contacts particuliers, Services sur place (*in market*)

La littérature révèle les critiques suivantes envers les services des organisations de promotion des exportations (des entreprises) :

1. Focus trop sur les activités visibles qui n'ont pas nécessairement de valeur ajoutée pour les utilisateurs. Les missions commerciales sont les premières visées par ces critiques.
Celles qui sont sectorielles et très bien ciblées peuvent fonctionner mais en général, le retour sur l'investissement est faible en comparaison d'un suivi personnalisé des entreprises.

2. Les études de marché sont appréciées mais ne s'appliquent pas dans tous les cas. La plupart des entreprises ont besoin de «market intelligence» et non de «market research». La première vise de l'information terrain, à jour, qui est plus difficile à avoir sinon par quelqu'un sur place qui peut demander directement aux contacts concernés. Les types de personnes pour recueillir ce genre d'information sont souvent davantage des commerciaux que des diplomates.

Les études récentes indiquent en somme que les OPC devraient réduire leur budget dans les programmes classiques et mettre les efforts dans des programmes de plus grande valeur qui sont :

- Approche personnalisée pour l'entrée dans les nouveaux marchés

- Développement interne des capacités des entreprises à conquérir les marchés internationaux

Les OPC sont le pont entre les demandes et opportunités sur les marchés étrangers et les capacités des entreprises de leur territoire à répondre à cette demande. Les OPC doivent donc avoir une très bonne connaissance de ces deux éléments et comment elles peuvent efficacement faire le pont entre les deux.

13 Annexe 2

Liste des membres

- Montréal
  Chambre de commerce de l'Est de Montréal, Développement Économique St-Laurent, World Trade Centre Montréal
- Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
  GIMXPORT
- Montérégie Est
  Expansion PME Montérégie Est
- Saguenay-Lac-Saint-Jean
  SERDEX International
- Outaouais
  Export Outaouais
- Mauricie
  Carrefour Québec International – Région de la Mauricie
- Centre-du-Québec
  Carrefour Québec International – Région Centre-du-Québec et siège social
- Estrie
  Carrefour Québec International – Région de l'Estrie
- Lanaudière
  Société de Développement International de Lanaudière (SODIL)
- Chaudière-Appalaches
  Développement PME Chaudière-Appalaches
- Abitibi-Témiscamingue
  48e Nord International
- Côte-Nord
  Corpex Inc.
- Longueuil
  Développement économique Longueuil / Export
- Montérégie Ouest
  Commerce International Québec – Montérégie Ouest

- Laurentides
  Laurentides International

- Laval
  Centre des affaires internationales de Laval Technopole (CAILT)

Commerce International Québec
commerceinternationalquebec@gmail.com
Téléphone : 1-866-633-1663