

Résumé de « Comblent l'écart entre les sexes dans le secteur de l'exportation : utiliser les données relatives aux entreprises au Canada pour mesurer la réussite à l'exportation des femmes », une présentation au Congrès mondial du commerce de l'OMC sur l'égalité des genres (décembre 2022)

Note aux lecteurs

Il s'agit d'un résumé d'une présentation donnée par Julia Sekkel, économiste (Affaires mondiales Canada) à l'occasion du [Congrès mondial du commerce sur l'égalité des genres](#) [en anglais seulement] de décembre 2022. M^{me} Sekkel est coauteure d'un chapitre de recherche sur le sujet avec Weimin Wang, économiste chercheur principal (Statistique Canada), qui sera publié par l'OMC dans un livre sur les femmes et le commerce (à paraître); un lien vers le livre sera diffusé sur la présente page lorsqu'il sera publié.

Motivation

Dans son approche inclusive en matière de commerce, le Canada reconnaît qu'il existe certaines distinctions fondées sur le sexe dans le contexte des échanges commerciaux. Étant donné que les femmes et les hommes, en tant qu'entrepreneurs ou travailleurs, ne sont pas représentés de manière équitable dans tous les secteurs de l'économie; le commerce international a différentes incidences sur les secteurs et, par conséquent, sur le sexe. Il est primordial de comprendre ces différentes répercussions du commerce sur les hommes et les femmes pour orienter les décisions politiques visant à créer des possibilités pour que tous les groupes de la société puissent bénéficier du commerce.

Au Canada, les statistiques de l'[Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises de 2017 de Statistique Canada](#) indiquent que, malgré des caractéristiques souvent associées à une activité d'exportation plus faible, les petites et moyennes entreprises (PME) détenues par des femmes ont presque réussi à combler l'écart entre les hommes et les femmes en matière de participation à l'exportation. Le sondage comprend des données sur plus de 9 000 PME et est représentatif à l'échelle nationale.



Motivés par ces résultats, Sekkel et Wang (à paraître) examinent le rôle du sexe dans la participation à l'exportation des PME canadiennes et déterminent les caractéristiques et les activités commerciales spécifiques des PME détenues par des femmes qui sont associées à une probabilité plus élevée d'exporter (c.-à-d. propension à exporter) et à l'exportation d'une plus grande part des revenus (c.-à-d. intensité des exportations). Cette étude fournit, pour la première fois, des preuves empiriques des avantages du commerce électronique et de l'innovation pour l'internationalisation des PME appartenant à des femmes, et détermine l'importance de l'éducation et de l'expérience de gestion pour réussir à l'étranger.

Principales constatations

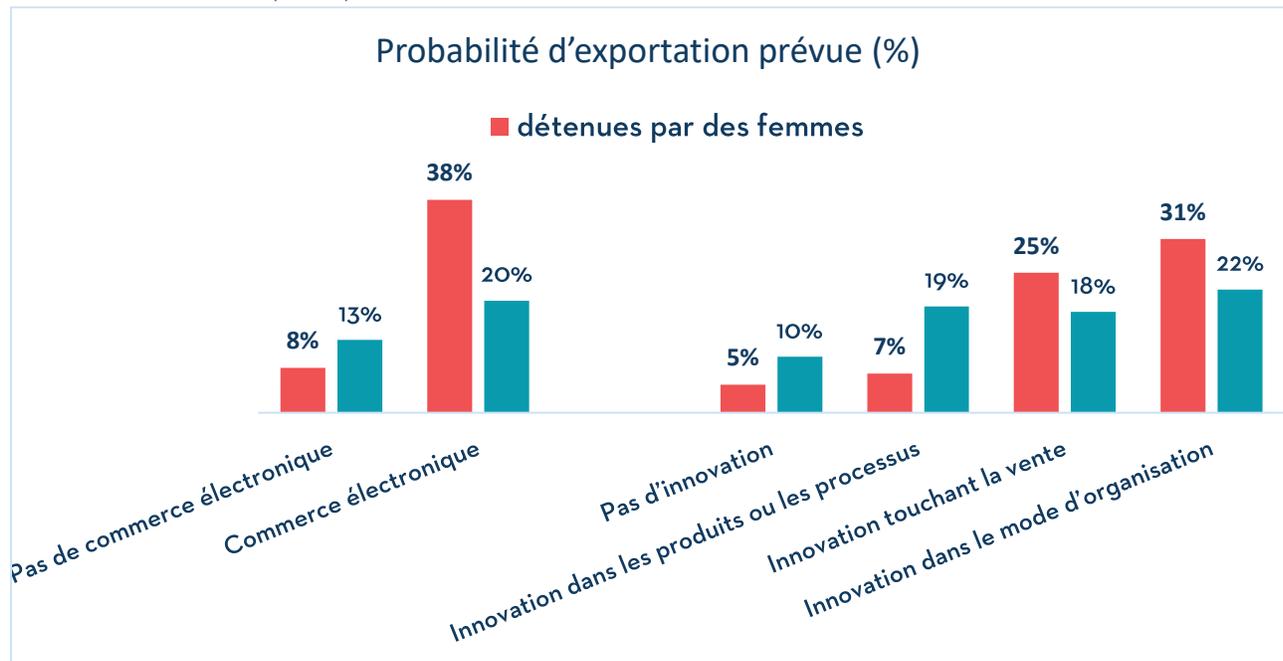
En utilisant des méthodes économétriques avec des données relatives aux entreprises, ce travail a donné lieu à plusieurs constatations :

1. Dans l'ensemble, les PME détenues par des femmes sont tout aussi susceptibles d'exporter et d'avoir une part similaire des revenus provenant de l'exportation que les PME détenues par des hommes ou les PME détenues à parts égales par des hommes et des femmes. Lorsque les caractéristiques des entreprises (p. ex. l'industrie, la taille) sont prises en considération, la différence entre les hommes et les femmes dans la probabilité d'exporter et la différence entre les hommes et les femmes dans leurs parts de revenus provenant des exportations n'étaient pas statistiquement significatives.
2. Toutefois, certaines caractéristiques normalement associées à une probabilité plus élevée d'exporter pourraient ne pas avoir les mêmes répercussions pour les PME détenues par des femmes que pour les PME détenues par des hommes ou détenues à parts égales par des hommes et des femmes. Par exemple, les grandes PME (c'est-à-dire celles qui comptent de 20 à 499 employés) détenues par des femmes sont moins susceptibles d'exporter que les PME de la même taille détenues par des hommes ou détenues à parts égales par des hommes et des femmes.
3. Le fait d'offrir des solutions de commerce électronique et la création d'innovations (en particulier, des innovations touchant l'organisation et la vente) ont tendance à être beaucoup plus importants pour accroître la probabilité que les PME détenues par des femmes exportent par rapport aux PME détenues par des hommes ou détenues à parts égales par des hommes et des femmes (figure 1).
4. Le commerce électronique et les innovations dans les méthodes de vente et d'organisation aident probablement les femmes à surmonter le fait que les PME détenues par des femmes ont tendance à être plus petites et à se concentrer dans le secteur des services, des facteurs qui sont normalement associés à une probabilité réduite d'exporter. Par ailleurs, les PME détenues par des femmes qui n'innovent pas ou qui ne font pas de commerce électronique sont moins susceptibles d'exporter que les PME détenues par des hommes et les PME détenues à parts égales par des hommes et des femmes.



5. Bien que le commerce électronique ou les innovations ne semblent pas être associés au fait que les PME exportent une plus grande part de leurs revenus, le fait d'avoir des décideurs ayant plus d'années d'études et plus d'années d'expérience en gestion était associé à une intensité d'exportation plus élevée pour les PME détenues par des femmes par rapport aux PME détenues par des hommes ou détenues à parts égales par des hommes et des femmes.

Figure 1 Importance du commerce électronique et des innovations pour les PME exportatrices, en fonction du sexe (2017)

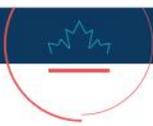


Remarques : Résultats tirés d'un modèle probit; les estimations ponctuelles sont significatives à 1 % avec des erreurs types robustes utilisant des données pondérées. Les résultats sont fondés sur près de 4 500 observations. Il est à noter que le résultat de 7 % pour les PME détenues par des femmes qui innovent en produits ou en procédés n'est pas statistiquement significatif.

Source : Sekkel et Wang, à paraître.

Données et méthodologie

L'étude utilise les données de l'Enquête sur le financement et la croissance des PME de 2017 de Statistique Canada liées aux renseignements des déclarants pour explorer les différentes expériences d'exportation des femmes. Des modèles de régression probit pour la propension à l'exportation ont été utilisés pour déterminer si l'écart entre les genres en matière d'exportation est statistiquement significatif, et des modèles de régression en deux parties ont été utilisés pour déterminer les facteurs associés à une plus grande intensité des exportations.



Après avoir contrôlé les caractéristiques de l'entreprise telles que la productivité, la taille, l'industrie et l'âge de l'entreprise, ainsi que les attributs et le comportement des gestionnaires, tels que l'éducation, l'expérience en gestion, l'innovation et l'utilisation du commerce électronique, nous vérifions si la propriété des femmes joue un rôle dans la probabilité d'exportation des PME. Conformément aux études antérieures pour le Canada et les pays en développement, le sexe ne semble avoir aucune incidence sur la propension à exporter; autrement dit, toutes choses étant par ailleurs égales, les PME détenues par des femmes sont tout aussi susceptibles d'exporter que celles détenues par des hommes et détenues à parts égales par des hommes et des femmes.

Facteurs associés à la probabilité accrue des femmes d'exporter

Pour certaines caractéristiques des entreprises et des gestionnaires, nous avons relevé une plus forte corrélation avec une grande propension à exporter et intensité d'exportation parmi les PME détenues par des femmes en incluant dans le modèle des variables tenant compte de l'interaction du sexe. Nous constatons que les PME détenues par des femmes qui utilisaient le commerce électronique (mesuré par la présence d'une fonction de paiement en ligne sur le site Web de l'entreprise) ou qui ont déclaré innover dans les domaines de la vente et de l'organisation étaient significativement plus susceptibles d'exporter que les PME détenues par des hommes ou détenues à parts égales par des hommes et des femmes. Ces comportements commerciaux semblent avoir joué un rôle important dans l'élimination des caractéristiques commerciales qui rendent les entreprises moins susceptibles d'exporter (p. ex. plus petite taille et se concentre dans le secteur des services). Ces résultats suggèrent que le commerce électronique ainsi que les activités de vente et d'organisation sont beaucoup plus importants pour les entreprises appartenant à des femmes que leurs homologues pour leur permettre d'être concurrentielles à l'échelle internationale.

Conformément à la littérature, nous constatons que les PME détenues par des femmes comptant 20 employés ou plus étaient moins susceptibles d'exporter que les PME appartenant à des hommes ou les PME appartenant à parts égales de la même taille. Pour les PME plus petites, il n'y avait pas de différence statistiquement significative dans la probabilité d'exporter.

Facteurs associés à l'augmentation de l'intensité des exportations des femmes

Les activités d'innovation et le commerce électronique n'étaient pas des facteurs importants associés à la part des revenus générés par les activités d'exportation. Cette constatation donne à penser que ces activités pourraient ne pas suffire aux PME pour surmonter les coûts de l'expansion internationale.

Nous ne constatons pas non plus d'effet individuel sur le sexe dans l'intensité des exportations lorsque les caractéristiques des entreprises sont prises en considération. Pourtant, les PME exportatrices détenues par des femmes ayant fait des études supérieures (c.-à-d. un



baccalauréat) et les gestionnaires ayant plus d'expérience (c.-à-d. 5 ans ou plus) ont une part plus élevée de leurs revenus provenant des ventes à l'exportation que leurs homologues des PME exportatrices détenues par des hommes et détenues à parts égales ayant le même niveau de scolarité et d'expérience.

La conclusion

La principale contribution de ce document est de déterminer et de quantifier les facteurs permettant aux femmes de devenir des exportatrices prospères. L'analyse révèle que le commerce électronique et les innovations commerciales sont essentiels pour permettre aux femmes d'exporter, tandis que l'éducation et l'expérience en gestion sont essentielles pour accroître le succès des femmes à l'exportation.