

# Faits saillants : Automne 2016

## Automne 2016 : faits saillants

### Changements depuis le printemps 2016

#### **À l'automne 2016, la confiance commerciale globale s'est effritée.**

L'indice de confiance commerciale (ICC) a perdu 2,8 points par rapport au printemps 2016 (75,1) pour s'établir à 72,3. Il s'agit du plus faible niveau enregistré depuis l'automne 2012, où l'ICC était de 70,7.

- Un recul a été constaté pour les cinq éléments de l'ICC : ventes à l'exportation, débouchés à l'étranger, conjoncture économique mondiale, ventes sur le marché intérieur et conjoncture économique nationale.
- C'est au chapitre de la conjoncture économique nationale que la confiance a le plus diminué : 15 % des répondants s'attendent à une amélioration au cours des six prochains mois, comparativement à 26 % au printemps 2016.

#### **La confiance commerciale s'est érodée chez les entreprises de toutes les tailles, de toutes les régions et de tous les secteurs.**

La baisse de l'ICC enregistrée chez les entreprises de toutes tailles dans l'ensemble des régions et des secteurs contraste avec le sondage du printemps 2016, qui rapportait une hausse généralisée.

- Les petits exportateurs sont les moins confiants, tout à l'inverse du printemps 2016. Or, comme ils sont majoritaires dans l'échantillon sondé (afin de représenter fidèlement l'économie canadienne), leurs inquiétudes influent beaucoup sur l'ICC.
- L'ICC le plus faible de tous a été celui du secteur de l'extraction, qui affichait pourtant l'ICC le plus élevé au printemps 2016.
- Les répondants les plus confiants sont cette fois ceux du Québec, et les moins confiants, ceux de l'Ouest.

#### **Plus d'entreprises ont investi hors du Canada.**

La proportion de répondants ayant fait des investissements à l'étranger (comme des bureaux de vente, des entrepôts ou des usines) est passée de 10 % à 15 % depuis le printemps 2016.

#### **Moins d'entreprises se sont lancées dans l'exportation vers de nouveaux marchés depuis deux ans ou moins.**

La proportion de répondants ayant pénétré de nouveaux marchés d'exportation dans les deux dernières années est descendue à 30 %, comparativement à 36 % au printemps. D'ailleurs, 49 % prévoient les imiter d'ici deux ans, une baisse par rapport au printemps 2016 (54 %).

## À retenir de l'automne 2016

### La plupart des répondants ont des perspectives neutres pour les six prochains mois.

Malgré le recul de l'indice global, la grande majorité des répondants s'attendent à ce que la situation demeure stable ou s'améliore pour les cinq éléments de l'ICC au cours des six prochains mois, alors qu'au printemps 2016, ils étaient moins nombreux à entrevoir une amélioration et plus nombreux à prévoir un maintien.

- L'élément qui inspire le plus confiance aux répondants reste les ventes à l'exportation, 54 % s'attendant à une hausse au cours des six prochains mois, et 6 %, à une baisse.

### L'issue des élections américaines était une préoccupation majeure des répondants au moment du sondage.

Invités à classer par ordre d'importance trois enjeux mondiaux de premier plan susceptibles d'avoir des effets sur leurs exportations ou leurs investissements, la plupart des répondants ont mis l'issue des élections américaines en tête de liste, devant le ralentissement de la croissance chinoise et le vote du Brexit au Royaume-Uni.

- Des 58 % de répondants considérant les élections américaines comme leur enjeu numéro un, 32 % s'attendent à ce qu'elles aient des répercussions négatives sur leur entreprise, et 33 % ne sont pas certains des conséquences pour eux.

### Les États-Unis demeurent la principale destination des exportations ainsi que des investissements à l'étranger réalisés et prévus.

Le marché américain reste la première destination des exportations et des investissements canadiens.

- Parmi les 89 % de répondants qui exportent actuellement vers les États-Unis, 39 % ont constaté une augmentation des commandes provenant de clients américains au cours des six derniers mois.
- Plus des deux tiers (70 %) des répondants investissant à l'étranger citent les États-Unis comme principale destination. De ceux qui entendent faire de même, 70 % privilégient aussi ce pays.

### Les exportateurs trouvent que la valeur du dollar canadien est avantageuse.

Plus des deux tiers (69 %) des répondants ont dit que le cours du dollar canadien au moment du sondage stimulait leurs ventes à l'exportation, et plus de la moitié (59 %), qu'il s'agissait d'un atout très important pour affronter la concurrence sur les marchés étrangers.

- Si le huard devait se maintenir au cours moyen enregistré pendant la période du sondage pour les deux prochaines années, 98 % des répondants pensent que leurs ventes à l'exportation demeureraient stables ou augmenteraient, et 31 % indiquent qu'ils intensifieraient leurs investissements à l'étranger.

## TABLE DES MATIÈRES

|   |    |
|---|----|
| À propos du sondage   | 2  |
| Survol  | 2  |
| Perspectives des six prochains mois : l'ICC par éléments    | 3  |
| L'ICC par tailles d'entreprise, par secteurs et par régions | 5  |
| Les marchés étrangers et le commerce international          | 6  |
| Le dollar canadien  | 8  |
| La main-d'œuvre   | 9  |
| L'investissement direct canadien à l'étranger               | 9  |
| Conclusion  | 10 |

## À PROPOS DU SONDAGE

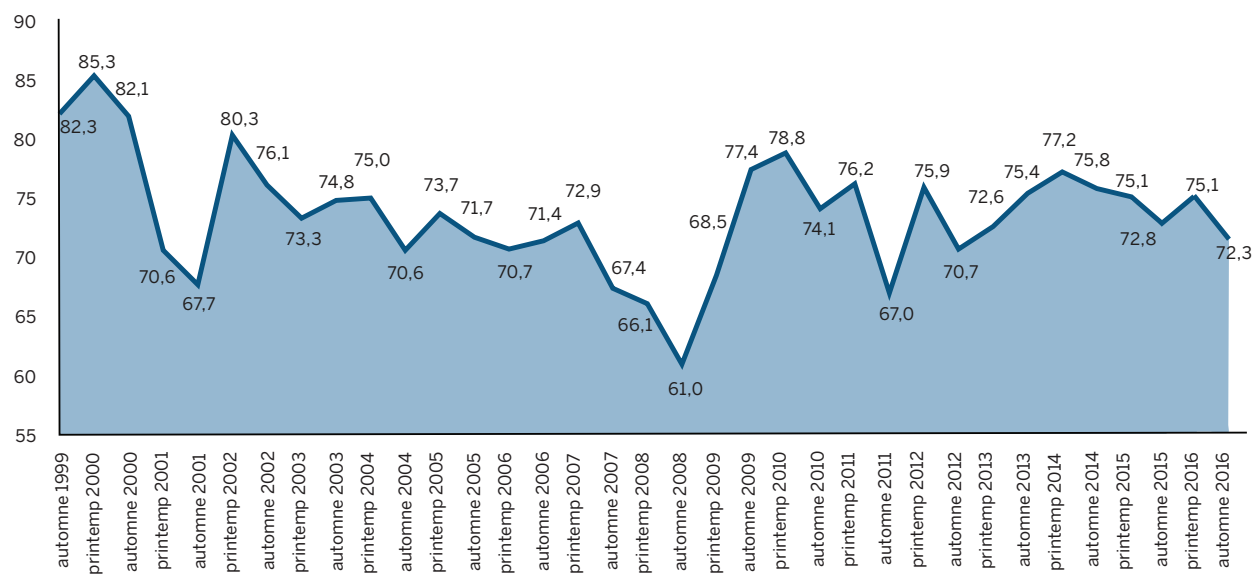
Le sondage sur l'indice de confiance commerciale (ICC), qui est réalisé deux fois l'an depuis 1999, sert à prendre le pouls des exportateurs canadiens et à connaître leurs attentes par rapport aux occasions d'affaires internationales au cours des six prochains mois. Il s'agit d'un indice composite reposant sur les réponses à des questions concernant cinq éléments :

- les ventes à l'exportation;
- les débouchés à l'étranger;
- la conjoncture économique mondiale;
- les ventes sur le marché intérieur;
- la conjoncture économique nationale.

L'ICC de l'automne 2016 repose sur les 719 réponses à un sondage téléphonique réalisé entre le 19 septembre et le 7 octobre 2016 (sur un échantillon de 1 012 exportateurs canadiens).

## SURVOL

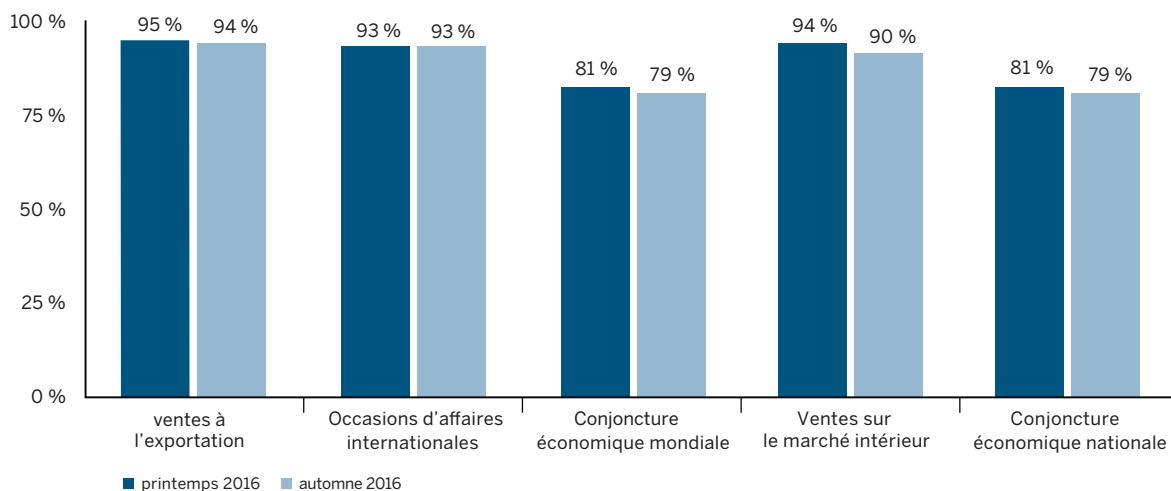
Graphique 1. Évolution de l'indice de confiance commerciale (du printemps 1999 à l'automne 2016)



## PERSPECTIVES DES SIX PROCHAINS MOIS : L'ICC PAR ÉLÉMENTS

Malgré la baisse de l'indice global à l'automne 2016, la grande majorité des répondants croient que la situation demeurera stable ou s'améliorera pour les cinq éléments de l'ICC au cours des six prochains mois. L'élément qui leur inspire le plus confiance reste les ventes à l'exportation, 94 % s'attendant à un maintien ou à une augmentation au cours des six prochains mois. Les attentes sont tout aussi optimistes au chapitre des débouchés à l'étranger et des ventes sur le marché intérieur : respectivement 93 % et 90 % des répondants affirment avoir des attentes neutres ou favorables à l'égard de ces deux éléments. L'optimisme est toutefois plus modéré en ce qui concerne l'évolution de la conjoncture économique nationale et de la conjoncture économique mondiale. En effet, pour ces deux éléments, 79 % des répondants pensent qu'à court terme, la situation se maintiendra ou s'améliorera.

**Graphique 2. Proportion des exportateurs prévoyant un maintien ou une amélioration de la conjoncture au cours des six prochains mois**



La confiance à l'égard des **ventes à l'exportation** reste la plus forte de tous les éléments de l'ICC : la majorité (54 %) des répondants s'attendent à voir leurs ventes à l'exportation augmenter au cours des six prochains mois, une légère baisse par rapport au printemps 2016, où 60 % pensaient de la sorte. Parmi ces répondants, 24 % attribuent leur optimisme à une augmentation des activités ou de la production ou à de nouveaux produits ou services, et 13 %, à la demande croissante de leurs produits. Seuls 6 % croient que leurs ventes à l'exportation diminueront : plus du tiers (36 %) d'entre eux rapportent notamment une baisse de la demande de leurs produits.<sup>1</sup>

Moins du tiers (28 %) des répondants pensent que les **débouchés à l'étranger** s'amélioreront au cours des six prochains mois, comparativement à 36 % au printemps 2016. Parmi les répondants de ce bassin, 26 % invoquent la faiblesse du dollar canadien comme principale raison de leur optimisme (contre 62 % au printemps 2016), et 18 %, la croissance sur les marchés étrangers. Seulement 7 % des répondants prévoient une dégradation de leurs débouchés à l'étranger au cours des six prochains mois, attribuant leur impression à l'instabilité mondiale (20 %) ou à l'incertitude entourant la production de pétrole et de gaz naturel (20 %).

<sup>1</sup> Il est important de noter que ces statistiques représentent un très petit nombre de répondants. Dans le cas de cette question, les réponses proviennent de seulement 36 % de 6 % du nombre total d'exportateurs sondés.

Les attentes globales en ce qui concerne la **conjoncture économique mondiale** se sont légèrement affaiblies à l'automne 2016 : 13 % des répondants s'attendent à une embellie au cours des six prochains mois, comparativement à 15 % au printemps 2016. De ce nombre, 15 % invoquent un sentiment d'espoir ou d'optimisme général, et 15 % aussi, les perspectives d'amélioration sur les marchés émergents. En même temps, 21 % des répondants pensent que la conjoncture économique mondiale se détériorera, comparativement à 19 % au printemps 2016. Parmi eux, 47 % redoutent principalement une récession ou l'instabilité à l'échelle mondiale, et 16 %, les conflits au Moyen-Orient.

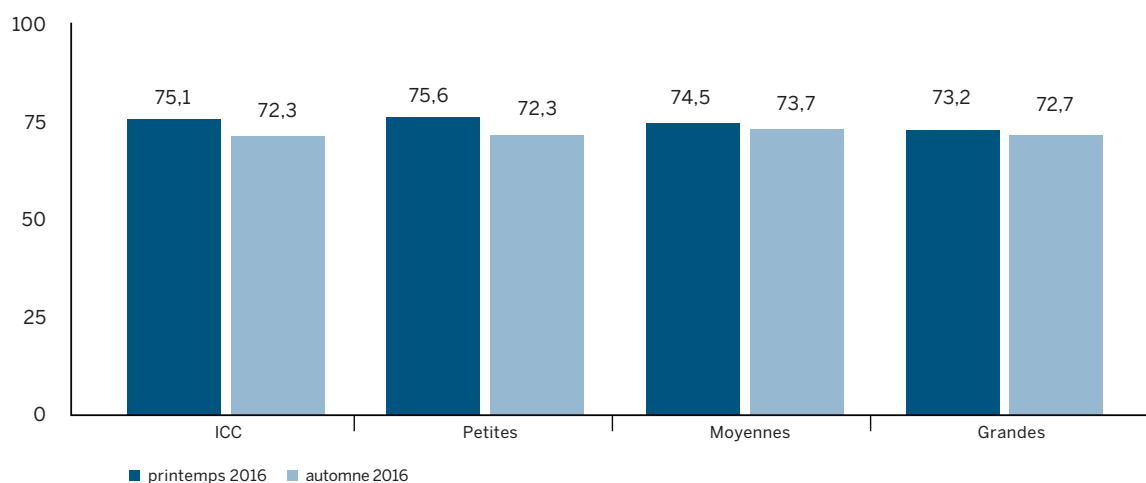
La confiance à l'égard des **ventes sur le marché intérieur** a reculé : deux répondants sur cinq (40 %) s'attendent à une hausse de leurs ventes sur le marché intérieur au cours des six prochains mois, comparativement à 45 % au printemps 2016. Parmi ces répondants, 16 % attribuent leur optimisme à l'acquisition de clients ou de contrats, et 14 %, à la mise au point de nouveaux produits ou services. Des 10 % (contre 7 % au printemps 2016) prévoyant une baisse, plus du quart (26 %) justifient d'abord leur pessimisme par le caractère saisonnier des activités ou de la demande.

Les attentes à l'égard de la **conjoncture économique nationale** ont été révisées à la baisse : 15 % des répondants prévoient une augmentation au cours des six prochains mois, comparativement à 26 % au printemps 2016. Les répondants confiants appuient leur analyse sur les prévisions d'amélioration dans le secteur pétrolier et gazier, le changement de contexte politique et les initiatives gouvernementales ou la valeur du dollar canadien (14 % dans les trois cas). La proportion de répondants s'attendant à une dégradation de la conjoncture économique nationale a légèrement augmenté, passant de 19 % au printemps 2016 à 21 % à l'automne 2016. Parmi eux, 41 % invoquent comme raison de leur pessimisme le changement du contexte politique ou les initiatives gouvernementales, et 13 %, le ralentissement du secteur pétrolier et gazier.

## L'ICC PAR TAILLES D'ENTREPRISE, PAR SECTEURS ET PAR RÉGIONS

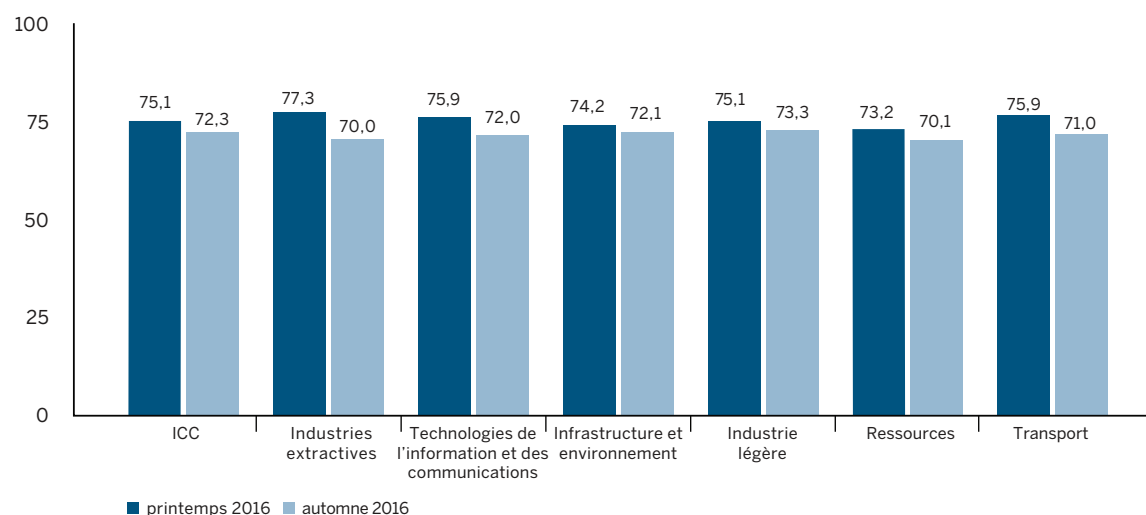
La confiance commerciale s'est effritée chez les entreprises de toutes tailles à l'automne 2016. Ce sont les petites entreprises exportatrices qui se montrent les moins confiantes, avec un ICC de 72,3, une baisse par rapport au printemps 2016, où elles étaient arrivées en tête du sondage, avec un ICC de 75,6. Leur confiance commerciale s'est amoindrie pour les cinq éléments de l'ICC, et elles sont les plus pessimistes à l'égard de la conjoncture économique mondiale, 22 % s'attendant à une détérioration (contre 11 % des grandes entreprises), et 13 %, à une amélioration (contre 17 % des grandes entreprises). L'ICC le plus élevé est celui des moyennes entreprises (73,7).

**Graphique 3. L'ICC par tailles d'entreprise<sup>2</sup>**



Quant à la confiance commerciale selon les secteurs d'activité, elle a aussi subi une érosion généralisée. La baisse la plus marquée a été constatée dans le secteur de l'extraction, qui a enregistré le pire ICC (70,0) de l'automne 2016 après avoir obtenu le meilleur (77,3) au printemps 2016. Les répondants du secteur des transports témoignent eux aussi une confiance fortement amoindrie : l'ICC s'est établi à 71,0, comparativement à 75,9 au printemps 2016. Ce sont les répondants de l'industrie légère qui manifestent la plus forte confiance (ICC de 73,3).

**Graphique 4. L'ICC par secteurs**

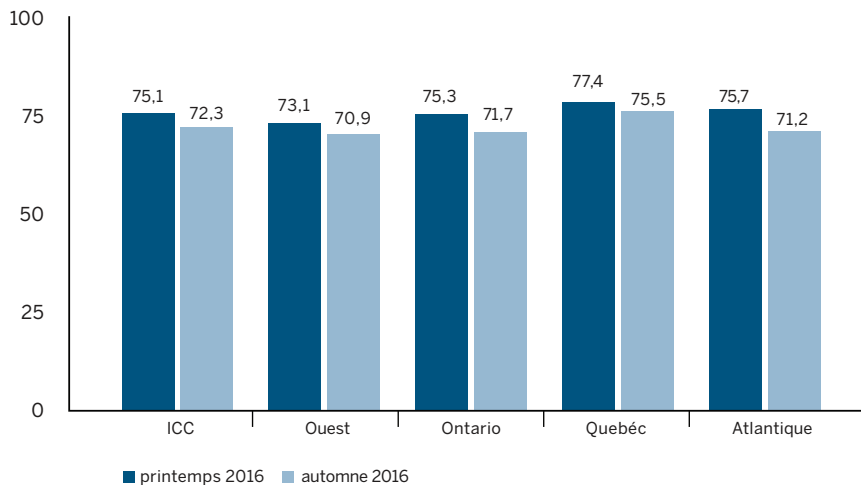


<sup>2</sup> Les critères retenus pour le classement des entreprises par tailles reposent sur le chiffre d'affaires annuel : petites entreprises – moins de 10 millions de dollars; moyennes entreprises – de 10 à 50 millions de dollars; et grandes entreprises – plus de 50 millions de dollars.



En ce qui concerne les régions, la confiance commerciale a baissé partout au Canada. Les répondants les plus confiants sont cette fois ceux du Québec (ICC de 75,5, contre 77,4 au printemps 2016), et les moins confiants, ceux de l'Ouest (ICC de 70,9 contre 73,1 au printemps 2016).

**Graphique 5. L'ICC par régions**



## LES MARCHÉS ÉTRANGERS ET LE COMMERCE INTERNATIONAL

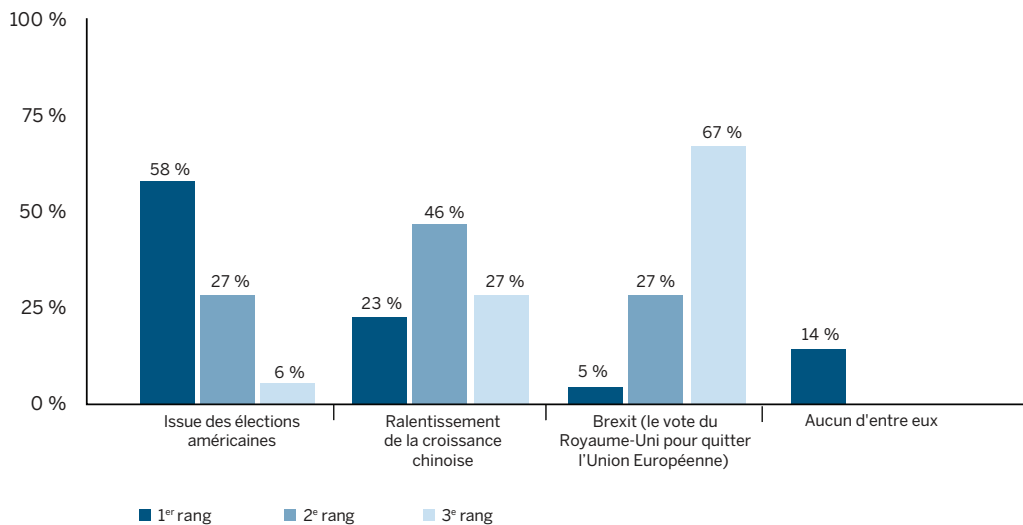
Les répondants ont été invités à classer trois enjeux mondiaux de premier plan – l'issue des élections américaines, le ralentissement de la croissance chinoise et le vote du Brexit au Royaume-Uni – en ordre d'importance des répercussions attendues sur leurs exportations ou leurs investissements des six prochains mois.

La majorité (58 %) ont choisi l'issue des élections américaines comme leur enjeu numéro un. De ce nombre, 32 % pensent que son effet sur leurs exportations ou leurs investissements sera négatif, 19 %, qu'il sera nul, et 16 %, qu'il sera positif; le tiers (33 %) sont incertains des conséquences sur leurs activités.

Près du quart (23 %) des répondants ont nommé le ralentissement de la croissance chinoise en tant que principale préoccupation. Parmi eux, 57 % s'attendent à un effet négatif sur leurs exportations ou leurs investissements, 16 % n'en prévoient aucun, et 25 % entrevoient un effet positif.

Enfin, 5 % des répondants ont placé le vote du Brexit en tête de liste. De ce nombre, 72 % pensent que le Brexit leur nuira, 11 %, qu'il ne les touchera pas, et 17 %, qu'il leur profitera. Si cet enjeu a été le moins populaire comme premier choix parmi l'ensemble des répondants, le contraire a été observé chez ceux qui exportent déjà vers le Royaume-Uni : 36 % l'ont mis en première place, contre 17 % pour les élections américaines et 16 % pour le ralentissement de la croissance chinoise.

**Graphique 6. Classement des enjeux susceptibles d'influer sur les exportations ou les investissements**

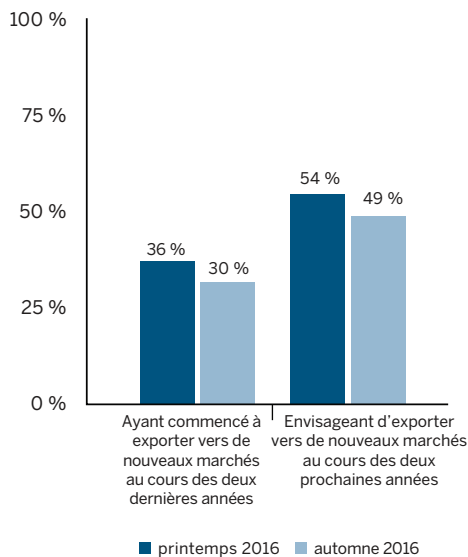


Les États-Unis demeurent le marché d'exportation privilégié des exportateurs canadiens : 89 % des répondants y vendent leurs produits et services. De ce nombre, 39 % signalent une hausse des commandes de la part de clients américains ces six derniers mois, une baisse par rapport au taux de 42 % enregistré au printemps 2016. Les autres destinations populaires des exportations ressemblent à celles des sondages précédents : le Royaume-Uni (mentionné par 18 % des entreprises exportatrices), suivi du Mexique (17 %), de l'Australie (14 %), de la Chine (14 %), de la France (11 %) et de l'Allemagne (11 %).

Près du tiers (30 %) des répondants ont commencé à exporter vers de nouveaux pays dans les deux dernières années, contre 36 % au printemps 2016. Les États-Unis demeurent le principal marché de destination des nouvelles exportations (pour 17 % de ces répondants), devant la Chine (11 %), le Mexique (10 %), l'Australie (9 %), le Royaume-Uni (8 %), l'Inde (7 %) et la Corée du Sud (7 %). Interrogés sur les grands défis que présente l'exportation vers de nouveaux marchés, 16 % des répondants citent la conformité aux lois et règlements locaux, 10 %, le financement, et 10 %, l'expédition et le transport.

Près de la moitié (49 %) des répondants prévoient exporter vers de nouveaux pays d'ici deux ans, contre 54 % au printemps 2016. La Chine a été la plus mentionnée comme nouveau marché potentiel (14 %), suivie de l'Allemagne (13 %), du Royaume-Uni (12 %), de la France (10 %), du Brésil (8 %), de l'Inde (8 %) et des États-Unis (8 %). Des 51 % qui n'envisagent pas d'exporter vers de nouveaux pays dans les deux prochaines années, 14 % affirment avoir assez de débouchés sur leurs marchés d'exportation actuels.

**Graphique 7. Entreprises exportant vers de nouveaux pays ou envisageant de le faire**



L'intensité des exportations est demeurée stable à l'automne, 42 % des répondants indiquant avoir généré plus de la moitié de leur chiffre d'affaires à l'étranger, soit la même proportion qu'au printemps 2016. Les importations ont pratiquement fait du surplace elles aussi : 80 % des répondants ont acheté des produits ou des services à l'extérieur du Canada, contre 81 % au printemps 2016.

## LE DOLLAR CANADIEN

Plus des deux tiers (69 %) des répondants croient que la valeur du dollar canadien, qui a oscillé en moyenne autour de 75,9 cents américains durant la période du sondage, a stimulé leurs ventes à l'exportation, une hausse par rapport aux 66 % enregistrés au printemps 2016, lorsque le huard s'échangeait en moyenne à 77,3 cents. De ceux qui estiment avoir profité du taux de change, près de la moitié (49 %) affirment que celui-ci leur a permis d'offrir leurs produits à plus bas prix. Par ailleurs, 59 % estiment qu'un huard faible par rapport au dollar américain est très important pour affronter la concurrence sur les marchés étrangers, contre 49 % au printemps 2016.

Si le dollar canadien devait se maintenir au cours moyen observé durant la période du sondage pendant les deux prochaines années, 98 % des répondants croient que leurs ventes à l'exportation augmenteraient, tandis que 31 % disent qu'ils investiraient davantage à l'étranger.

## LA MAIN-D'ŒUVRE

Par rapport aux sondages précédents, les plans d'embauche semblent avoir été revus à la baisse : 32 % envisagent d'engager plus d'employés au cours des six prochains mois (contre 37 % au printemps 2016), mais pour 74 % des répondants, il est encore moyennement ou très difficile de trouver de la main-d'œuvre qualifiée (contre 72 % au printemps 2016).

## L'INVESTISSEMENT DIRECT CANADIEN À L'ÉTRANGER

À l'automne 2016, 15 % des répondants ont investi hors du Canada, une hausse par rapport au printemps 2016, où cette proportion était de 10 %. Pour plus des deux tiers (70 %) d'entre eux, les États-Unis ont été la première destination en importance, suivis de la Chine, à 18 %. Les investissements en question ont pris la forme de bureaux de vente, aussi appelés succursales (mentionnés par 70 % de ces répondants), d'entrepôts (46 %) et d'usines (42 %) à l'étranger.

Parmi ceux qui investissaient déjà à l'extérieur du pays, 26 % mentionnent comme principal motif l'augmentation de leur taux de pénétration des marchés (contre 11 % au printemps 2016), et 21 %, le meilleur accès aux clients ou aux partenaires (contre 12 % au printemps 2016). Les plus grands obstacles aux investissements à l'étranger sont la conformité aux lois et règlements locaux (citée par 15 % des répondants) et le manque de capitaux ou de financement (11 %).

Le dixième (10 %) des répondants prévoient investir à l'étranger, contre 12 % au printemps 2016. Les États-Unis arrivent en tête des destinations de choix des répondants de ce bassin, avec 70 %, suivis du Mexique (7 %) et de la Chine (6 %).

Parmi ceux qui comptent investir à l'étranger, 17 % mentionnent comme principal motif l'augmentation de la disponibilité ou de la capacité de distribution des produits, tandis que 15 % sont d'abord motivés par les gains d'efficacité et la réduction des coûts.

Les 75 % de répondants n'envisageant pas d'investir à l'étranger d'ici deux ans invoquent essentiellement les mêmes motifs qu'aux sondages précédents : 19 % déclarent qu'ils n'en ressentent pas le besoin, et 18 % affirment que leur entreprise est trop petite ou manque de ressources.

## CONCLUSION

L'ICC est à son plus bas depuis quatre ans; de 75,1 au printemps 2016, il est tombé à 72,3 à l'automne 2016. En dépit des perspectives moins favorables pour les cinq éléments de l'ICC, l'effritement de la confiance commerciale est principalement le fait d'une augmentation de la proportion d'exportateurs qui s'attendent à une stagnation de la conjoncture au cours des six prochains mois, et d'une diminution de la proportion de ceux qui entrevoient une amélioration. Encore une fois, ce sont les ventes à l'exportation qui obtiennent le meilleur résultat parmi les cinq éléments.

La confiance commerciale s'est érodée chez les petits, moyens et grands exportateurs et dans l'ensemble des régions du pays et des secteurs industriels visés par le sondage. Ce sont les petits exportateurs qui manifestent la baisse de confiance la plus marquée. Or, comme ils sont majoritaires dans l'échantillon, leurs inquiétudes influent beaucoup sur l'ICC.

La plupart des répondants redoutent les conséquences des élections américaines sur leurs exportations et leurs investissements.

Parmi les destinations des exportations et des investissements à l'étranger actuels, les États-Unis demeurent en tête. La faiblesse du huard continue d'avoir un effet positif sur les ventes à l'exportation de la majorité des répondants, plus de la moitié d'entre eux considérant ce facteur comme un atout très important pour affronter la concurrence sur les marchés étrangers.

Pour tout renseignement, visitez [edc.ca](http://edc.ca)

This document is also available in English.

EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document.  
© Exportation et développement Canada, 2015. Tous droits réservés.