

UPS Canada
Sondage réalisé auprès des PME
et des grandes entreprises

Décembre 2010



Points traités

1. Façon de procéder

2. Sommaire

3. Résultats du sondage

Façon de procéder

Support

Un sondage a été réalisé en ligne du 8 au 29 novembre 2010.

Critères des répondants

Le sondage a été mené auprès de dirigeants de PME comptant au moins 10 employés et de grandes entreprises comptant plus de 100 employés au Canada. Des critères avaient été déterminés afin d'assurer que les entreprises sondées œuvraient dans différents secteurs, notamment : hôtellerie, tourisme, construction, ingénierie, fabrication, vente en gros, services professionnels ou aux entreprises, TI, télécommunications.

Fiabilité

Un échantillon national de 300 répondants (150 grandes entreprises et 150 PME), a permis d'établir un échantillonnage aléatoire dont la marge d'erreur maximale est de plus ou moins 5,7 %, 19 fois sur 20.

Points traités

1. Façon de procéder

2. Sommaire

3. Résultats du sondage

Sommaire

La plupart des propriétaires d'entreprises (petites ou grandes) au Canada sont favorables à l'ALENA, mais ils demeurent incertains quant aux répercussions de la concurrence étrangère sur les activités.

- Ceux qui pensent que la concurrence étrangère nuit à leur succès, perçoivent les conglomérats américains comme principale menace, suivis des multinationales européennes et asiatiques.
- Les dirigeants de grandes sociétés croient que des investissements dans l'innovation visant à augmenter la productivité pourraient freiner la concurrence étrangère au pays.

Les répondants ont cité que la fabrication de produits à valeur ajoutée et d'articles technologiques serait la meilleure façon de compenser le déficit commercial du Canada.

Deux grandes sociétés sur cinq et une petite entreprise sur quatre affirment qu'elles effectuent des échanges commerciaux à l'extérieur du Canada. Toutefois, la plupart des propriétaires de ce type d'entreprises privilégient les fournisseurs ou les partenaires canadiens aux étrangers, même si ces derniers coûtent moins cher.

La majorité des répondants n'investissent pas en vue d'internationaliser leur entreprise. Parmi ceux qui le font, un répondant sur cinq dit investir moins de 20 pour cent de ses capitaux.

La moitié des dirigeants de grandes sociétés et de PME éprouvent des réticences face à la mondialisation de leurs activités. Ils ne croient pas qu'une entreprise doit compter un certain nombre d'employés pour réussir à percer le marché international; toutefois, les plus petites entreprises sont plus enclines à penser que le commerce international est seulement accessible aux grandes sociétés.

Les incitatifs à l'internationalisation du commerce sont variés, mais celui qui revient le plus souvent est le soutien financier.

Points traités

1. Façon de procéder

2. Sommaire

3. Résultats du sondage

La plupart des dirigeants d'entreprises sont favorables à l'ALENA

- Les trois quart des dirigeants de grandes sociétés et 69 pour cent des petites entreprises soutiennent que l'ALENA a eu une incidence positive sur l'économie du Canada.
- Approximativement le cinquième des propriétaires de petites et de grandes entreprises croient que sans l'ALENA, le commerce canadien serait plus prospère puisqu'il dépendrait moins du marché américain.
 - À l'échelle régionale, les répondants de l'Ontario, contrairement à ceux du Québec, sont moins portés à penser que les entreprises canadiennes seraient moins dépendantes du marché américain si l'ALENA n'avait jamais été mis en place.

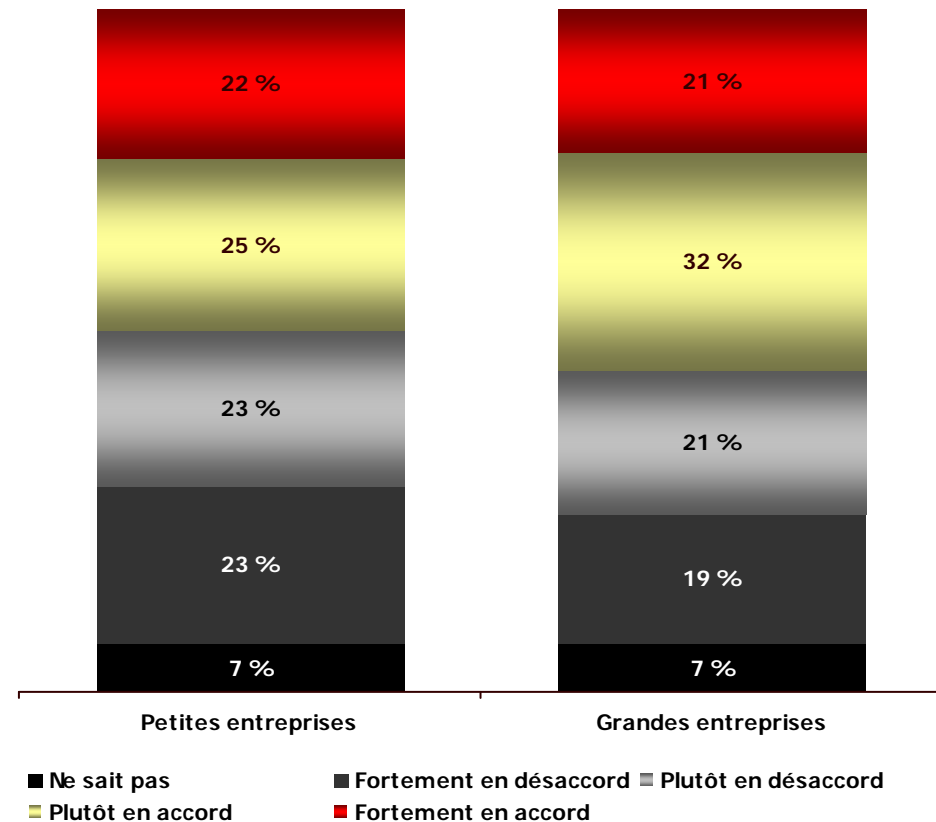
	Nombre d'employés	
	Petites entreprises	Grandes entreprises
Oui, cela aurait rendu les entreprises canadiennes moins dépendantes du marché américain.	22 %	17 %
Non, cela a ouvert la voie au libre-échange mondial.	69 %	75 %
Ne sait pas.	9 %	8 %

Croyez-vous que l'économie et les entreprises canadiennes auraient été en meilleure posture si l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) n'avait jamais été mis en application? Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

La moitié des répondants affirment que la concurrence étrangère nuit à leur succès à l'échelle nationale

47 % des propriétaires de petites entreprises et 53 % des grandes entreprises s'entendent pour dire que les concurrents étrangers nuisent à leur succès au Canada.

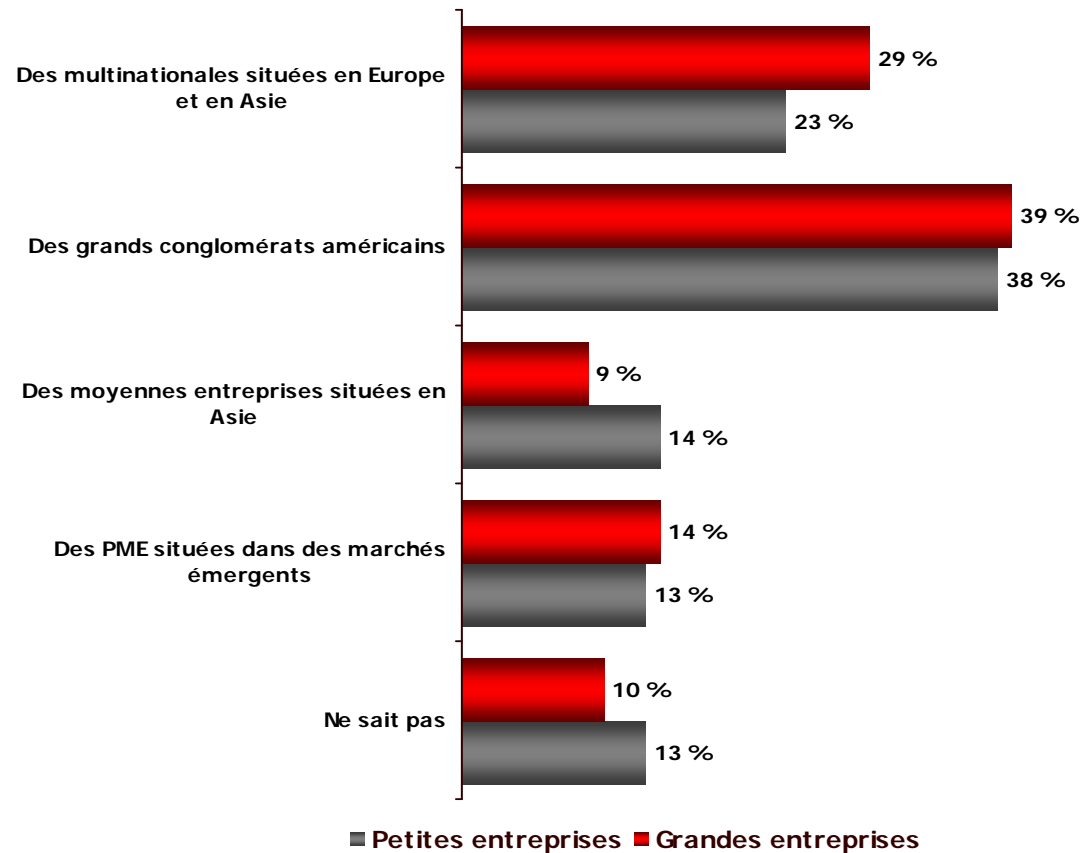
- Près de la moitié des dirigeants de petites et de grandes entreprises (47 % et 53 % respectivement) sont en accord, tandis que 40 % des propriétaires de grandes sociétés croient que les entreprises étrangères ont une incidence négative sur leur commerce à l'intérieur du pays.



Les entreprises étrangères qui font affaire au Canada vous font concurrence pour obtenir une part de marché, ce qui rend votre réussite plus difficile à atteindre. Êtes-vous : Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Deux dirigeants sur cinq pensent que la concurrence étrangère est majoritairement composée de grands conglomérats américains

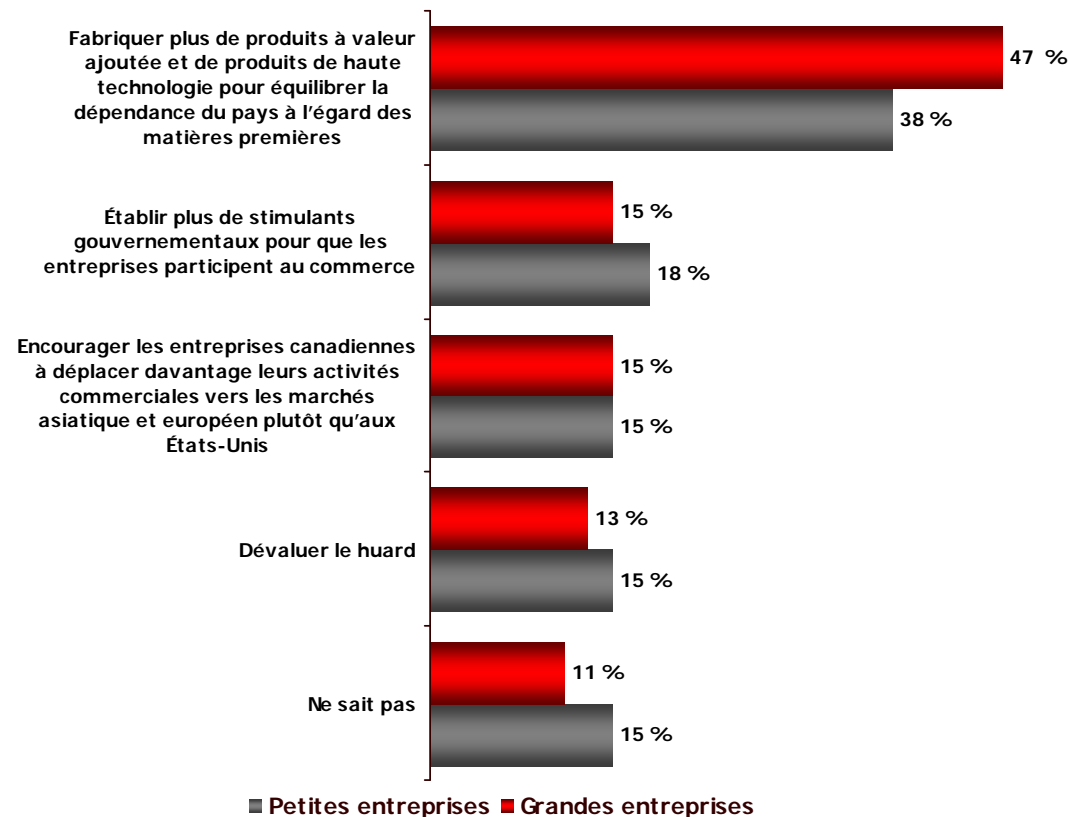
- Parmi les entrepreneurs qui pensent que la concurrence étrangère nuit à leur succès, deux sur cinq croient que celle-ci est principalement américaine, tandis que 29 % des grandes sociétés et 23 % des petites entreprises associent plutôt la menace aux multinationales de l'Europe et de l'Asie.



Si vous êtes en accord (fortement ou plutôt) avec la question précédente, croyez-vous que ces entreprises étrangères sont :
Échantillonnage : Ceux qui croient que les entreprises étrangères sont en compétition avec vous pour obtenir une part de marché.
Petites entreprises (n=71) Grandes sociétés (n=80).

Les répondants sont plus susceptibles de penser que le déficit commercial peut être compensé par la fabrication de produits à valeur ajoutée et d'articles technologiques

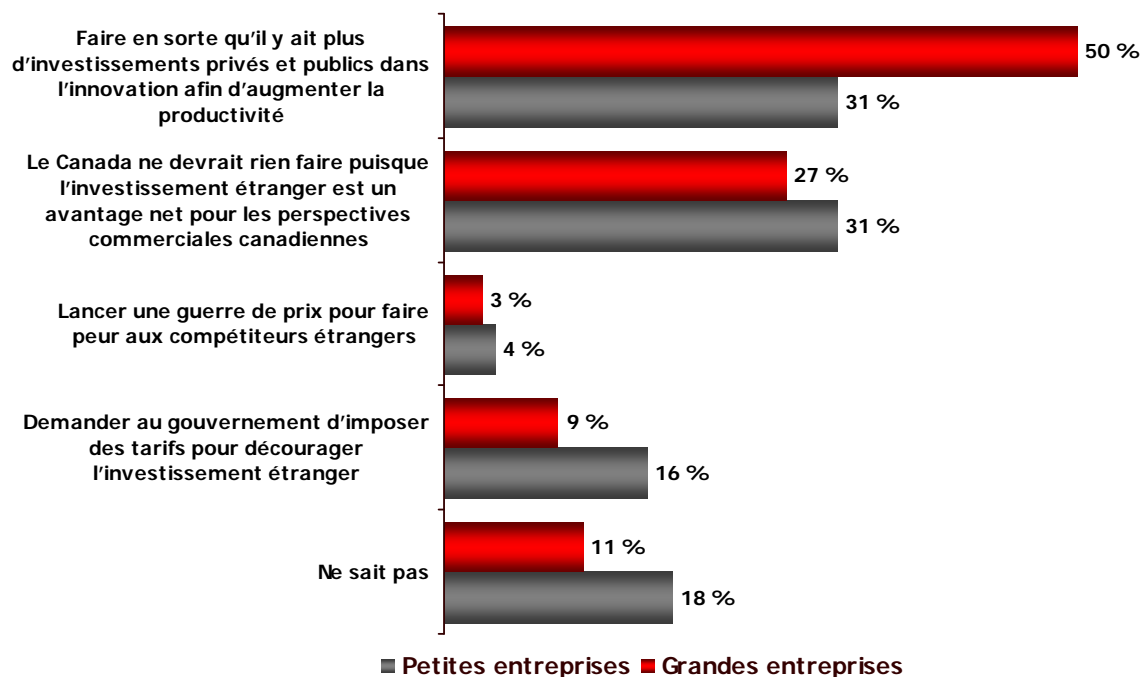
- La solution la plus souvent citée par les répondants pour compenser le déficit commercial et briser la dépendance aux ressources naturelles est la fabrication de produits à valeur ajoutée et d'articles technologiques (47 % des grandes sociétés, 38 % des petites entreprises).
- Dans une moins grande proportion, un dirigeant sur cinq pense que le fait d'établir des incitatifs gouvernementaux, d'orienter les activités vers les marchés européens et asiatiques ou de dévaluer le huard pourrait corriger le déficit commercial.



Selon vous, quel est le meilleur moyen de corriger le déficit commercial?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Les dirigeants de grandes sociétés croient qu'il faut investir dans l'innovation afin d'augmenter la productivité et ainsi contrer la présence accrue des entreprises étrangères

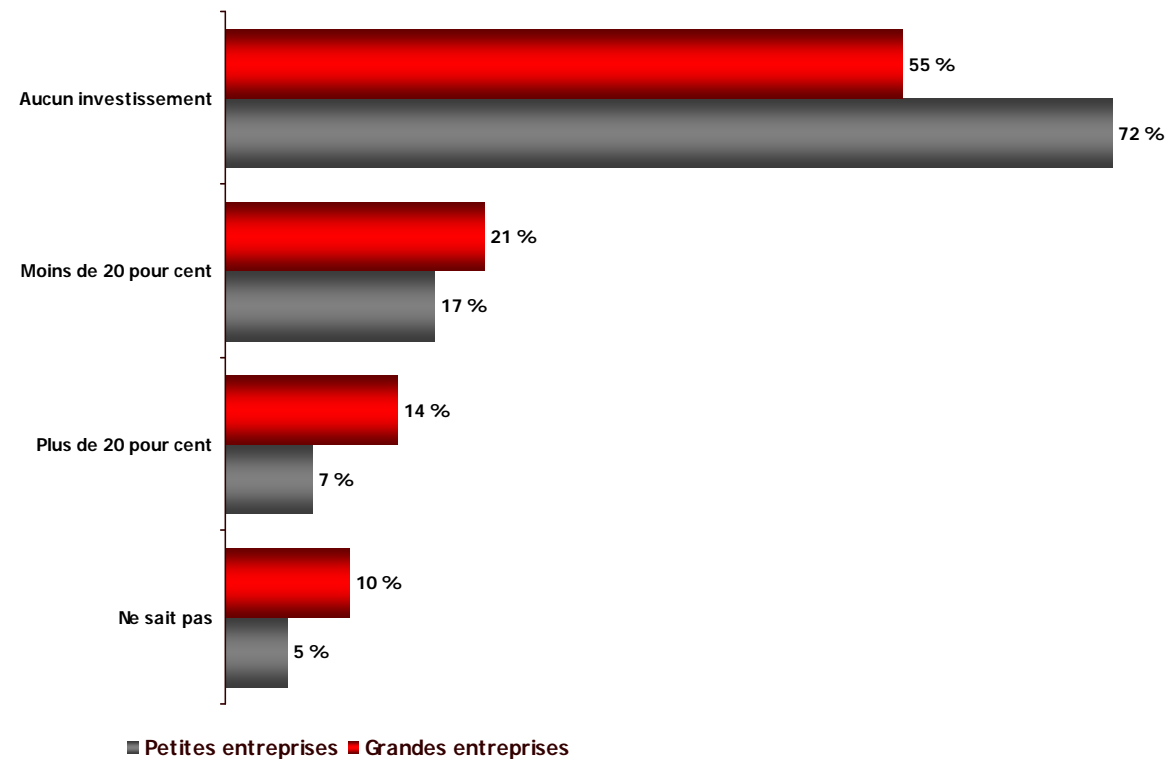
- Comparativement aux dirigeants de petites entreprises, les propriétaires de grandes sociétés sont plus susceptibles de croire que le Canada devrait faire en sorte qu'il y ait plus d'investissements privés et publics dans l'innovation afin d'augmenter la productivité (50 % contre 31 % respectivement).
- Inversement, plus du quart des grandes sociétés (27 %) et du tiers des petites entreprises (31 %) pensent que le Canada ne devrait rien faire puisque l'investissement étranger est un avantage net pour les perspectives commerciales canadiennes.
- L'opinion des dirigeants de petites entreprises est partagée à parts égales entre les deux options; les dirigeants de grandes sociétés sont plus susceptibles de privilégier l'investissement dans l'innovation.



Selon vous, de quelle façon le Canada devrait empêcher la pénétration croissante des entreprises étrangères sur le marché canadien?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Deux grandes entreprises sur cinq et une petite entreprise sur quatre effectuent des échanges commerciaux à l'extérieur du Canada

- Quatre gestionnaires de grandes sociétés sur dix (43 %) et un dirigeant de petite entreprise sur quatre (27 %, une proportion moins importante) font des affaires à l'extérieur du pays.
- Trois propriétaires de grandes entreprises sur dix (29 %) et un nombre beaucoup moins élevé de dirigeants de petites entreprises (11 %) effectuent des échanges commerciaux à l'extérieur de l'Amérique du Nord, alors que 13 % des grandes entreprises et 15 % des petites entreprises transigent seulement avec les États-Unis.
- Les résultats démontrent que les entreprises (petites ou grandes) dans les secteurs manufacturier, minier, de la construction et du pétrole, ainsi que les grandes sociétés de l'Ontario et les petites entreprises dont le revenu est supérieur à 1 million de dollars, sont plus susceptibles de faire des échanges transfrontaliers.

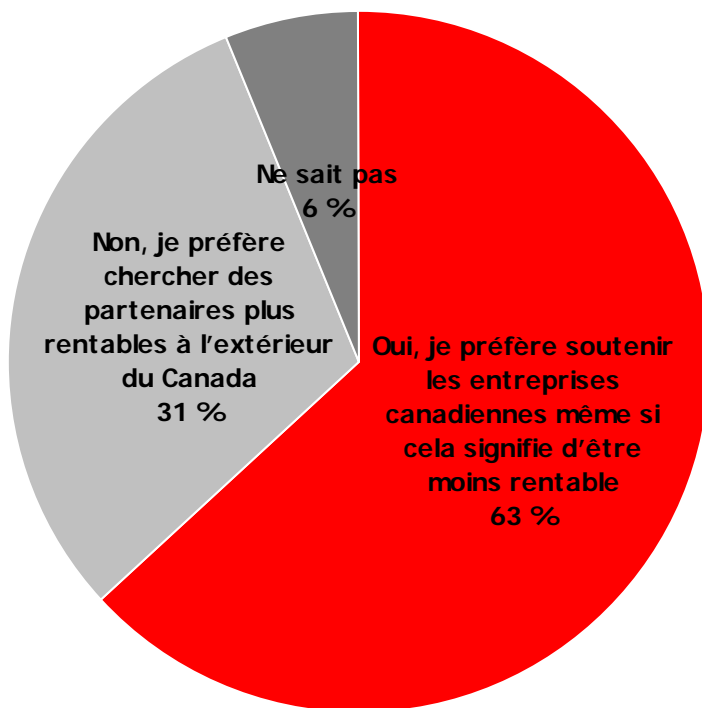


Lieu où les entreprises mènent leurs activités : Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

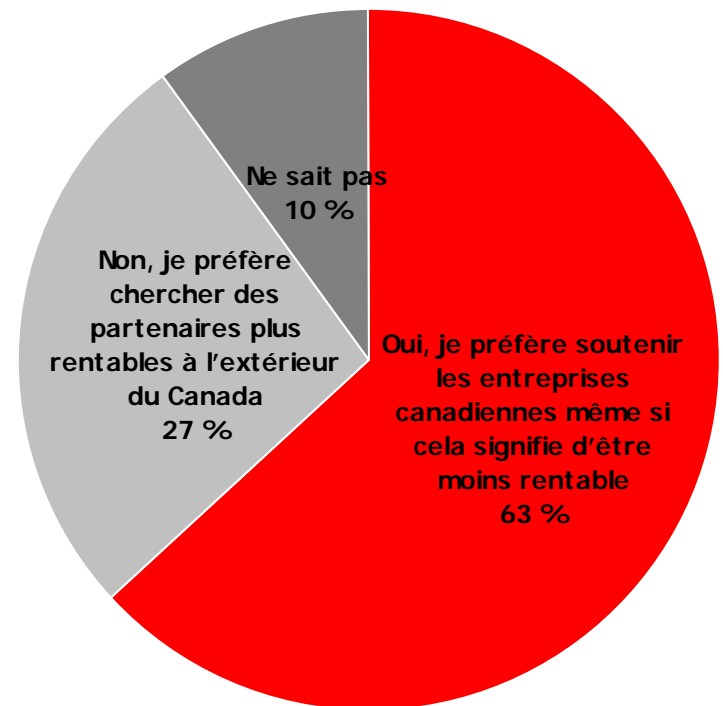
La plupart des répondants privilégient les produits canadiens aux économies lorsqu'ils choisissent un partenaire ou un fournisseur

- Plus de trois dirigeants d'entreprise sur cinq (63 %) préfèrent choisir un partenaire commercial ou un fournisseur canadien, même si cela est financièrement moins avantageux. Inversement, environ trois répondants sur dix (31 % des grandes sociétés et 27 % des petites entreprises) accordent une plus grande importance aux économies de coûts qu'au soutien d'entreprises canadiennes.

Grandes entreprises



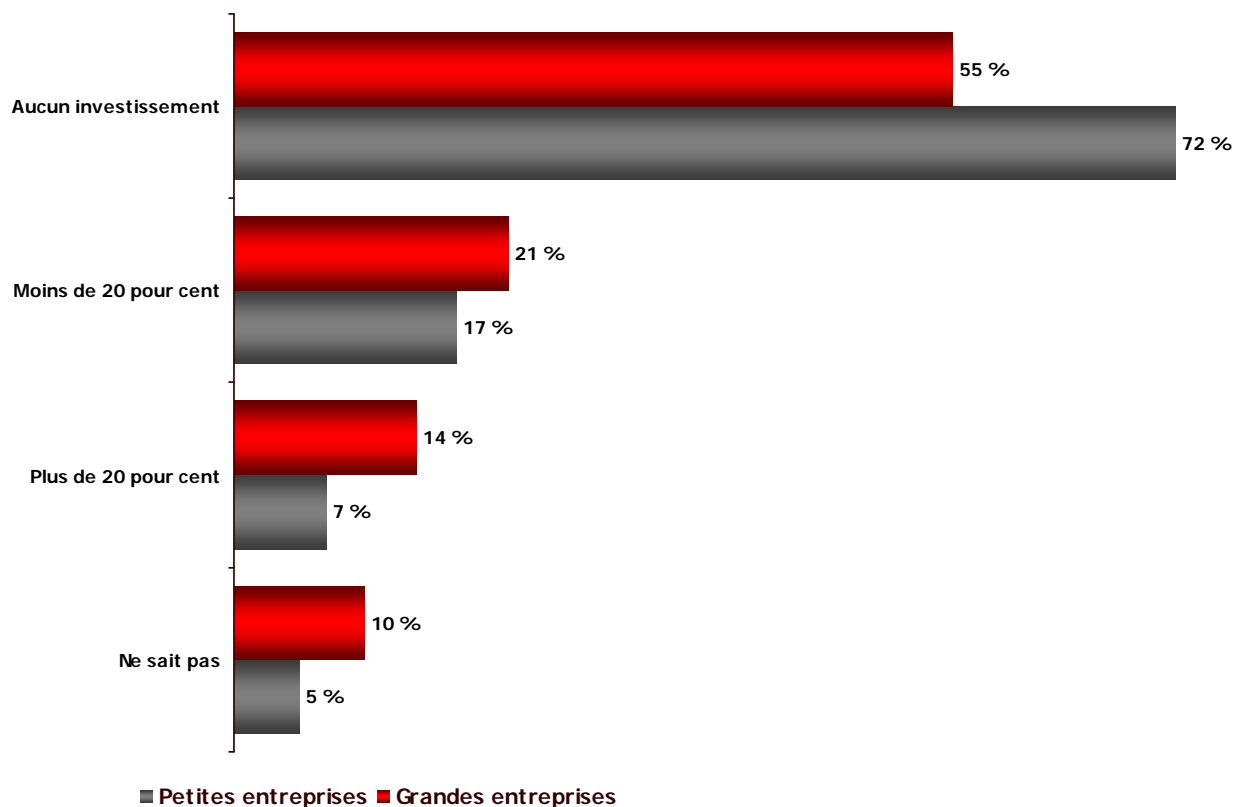
Petites entreprises



Préférez-vous utiliser des fournisseurs/partenaires canadiens même s'ils sont plus chers que les fournisseurs/partenaires à l'étranger?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

La plupart des dirigeants d'entreprises ne veulent pas investir pour internationaliser leur entreprise

- Un dirigeant de grande entreprise sur cinq (21 %) et 17 % des propriétaires de petites entreprises seraient prêts à investir moins de 20 % de leurs capitaux pour internationaliser leur entreprise. Toutefois, plus de décisionnaires de petites entreprises (72 %) que de grandes entreprises (55 %) affirment qu'ils n'investiraient pas pour percer le marché international.
- Encore moins de dirigeants de grandes sociétés (14 %) et de petites entreprises (7 %) seraient prêts à investir plus de 20 % de leurs capitaux dans le but d'étendre leurs activités à l'échelle mondiale.
 - Les entreprises dans les secteurs de la vente au détail ou en gros, les services professionnels ou aux entreprises ou de l'immobilier sont moins propices que tout autre secteur d'investir des capitaux pour internationaliser leurs activités.

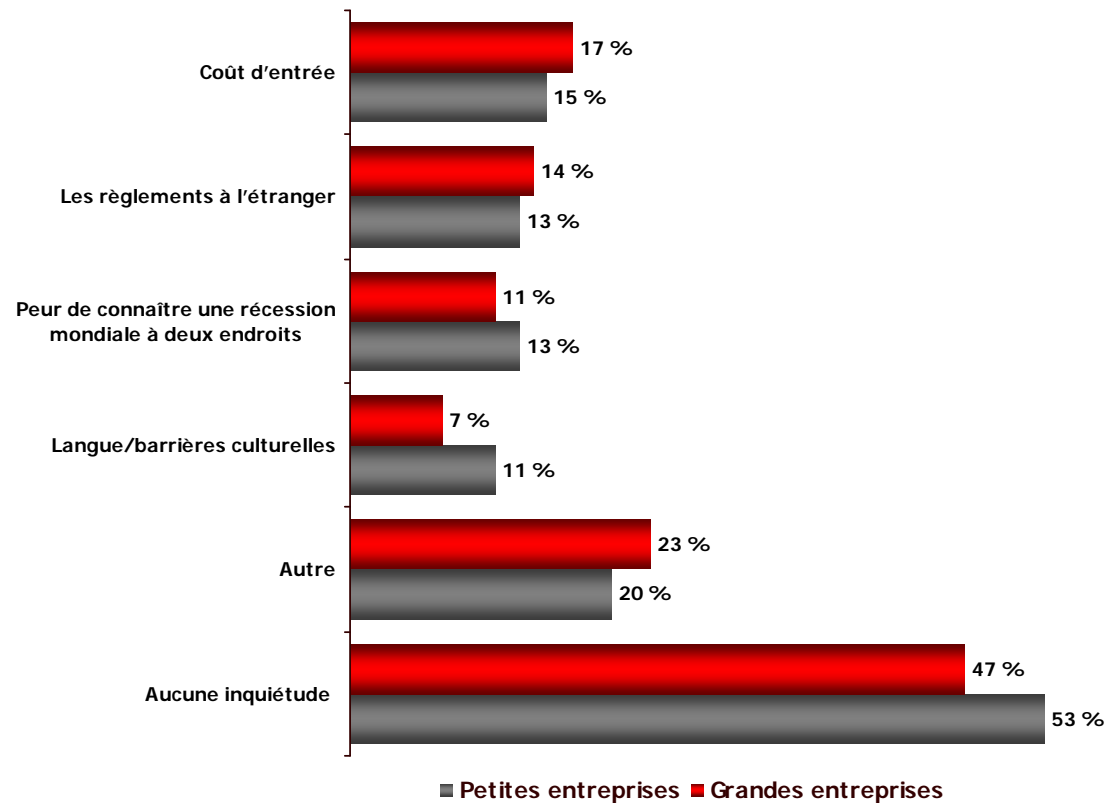


Quel pourcentage de votre investissement de capitaux d'affaires dépenseriez-vous ou avez-vous dépensé pour internationaliser votre entreprise?

Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

La moitié des répondants ont diverses préoccupations face à l'internationalisation de leur entreprise

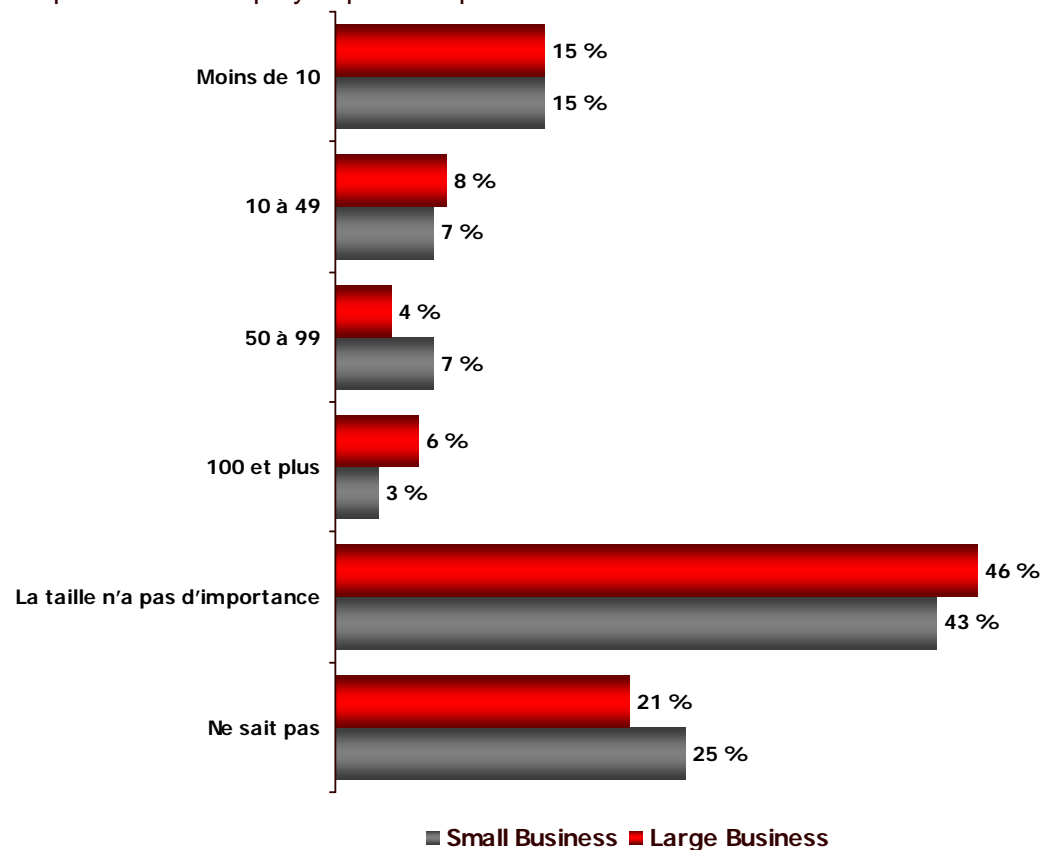
- Le coût d'entrée est la principale inquiétude des propriétaires de grandes sociétés (17 %) et des petites entreprises (15 %) lorsqu'ils songent à conquérir le marché étranger.
- D'autres ont mentionné les règlements à l'étranger (14 % des grandes sociétés et 13 % des petites entreprises) et la peur d'être aux prises avec une récession à deux endroits en même temps (11 % des grandes sociétés et 13 % des petites entreprises) comme principale préoccupation.
- Environ la moitié des répondants (47 % des grandes sociétés et 53 % des petites entreprises) n'ont aucune inquiétude par rapport à l'internationalisation de leur entreprise.



Quelle est votre principale inquiétude pour ce qui est d'aller vers les marchés internationaux?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Les répondants ne croient pas que le succès sur le marché américain dépend de la taille de l'entreprise

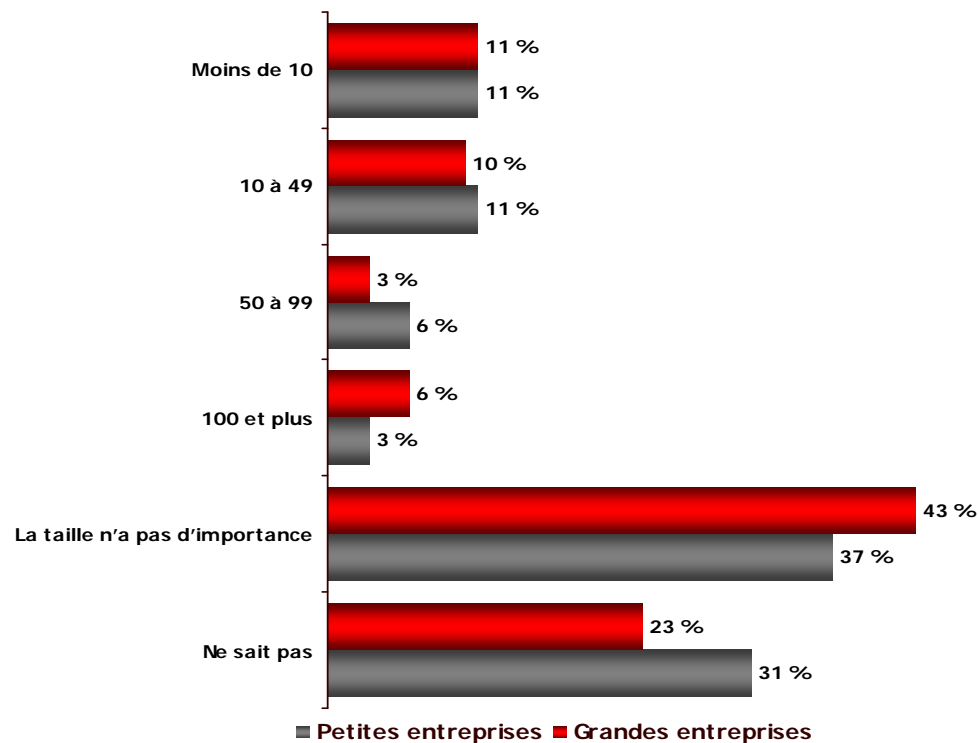
- Bien que la plupart des dirigeants d'entreprise ne croient pas qu'une entreprise ait besoin d'un nombre précis d'employés pour obtenir du succès aux États-Unis (46 % des grandes sociétés et 43 % des petites entreprises), d'autres pensent que la taille de l'entreprise est un facteur.
 - Alors que 15 % des répondants pensent qu'une entreprise doit compter moins de 10 employés pour réussir aux États-Unis, seulement 6 % des propriétaires de grandes sociétés et 3 % des dirigeants de petites entreprises croient que des entreprises comptant plus de 100 employés peuvent percer le marché américain avec succès.



Selon vous, de quelle grosseur (en termes de ressources humaines) doit être une entreprise pour quelle réussisse en affaires aux États-Unis?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Les répondants ne considèrent pas que la taille d'une entreprise est un facteur de réussite outre-mer

- Dans un même ordre d'idées, de nombreux dirigeants de petites et de grandes entreprises (37 % et 43 % respectivement) ne pensent pas que le succès remporté à l'étranger soit lié à la taille de l'entreprise.
- Les répondants croient que les chances de réussite à l'étranger sont meilleures pour les entreprises comptant moins de 50 employés.
 - Approximativement un répondant sur dix (11 %) considère qu'une entreprise devrait compter moins de dix employés pour obtenir du succès à l'étranger, tandis que le dixième des personnes sondées (10 % des dirigeants de grandes sociétés et 11 % de petites entreprises) pensent qu'une entreprise dont l'effectif se situe entre 10 et 49 employés peut obtenir du succès à l'étranger. Seulement 6 % des propriétaires de grandes sociétés et 3 % de petites entreprises croient qu'une entreprise comptant plus de 100 employés est susceptible de réussir du succès à l'étranger.

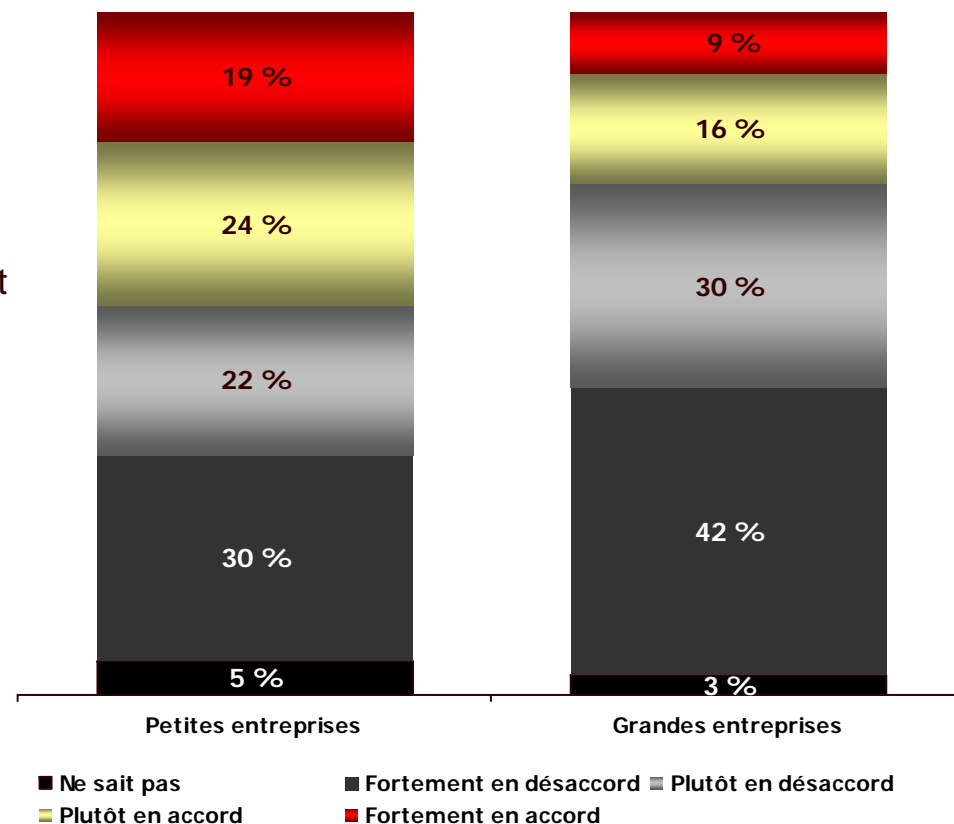


Selon vous, de quelle grosseur (en termes de ressources humaines) doit être une entreprise pour qu'elle réussisse en affaires à l'étranger?
 Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Les dirigeants de petites entreprises sont plus susceptibles de penser que le commerce mondial est destiné aux grandes sociétés

43 % des propriétaires de petites entreprises et 25 % de grandes sociétés s'entendent pour dire que le commerce mondial est destiné aux grandes entreprises.

- Une plus importante proportion de dirigeants de petites entreprises stipulent que le commerce international est réservé aux grandes sociétés, non pas aux petites entreprises ou aux PME (43 % contre 25 %).
- Les propriétaires de grandes entreprises sont plus susceptibles d'être en désaccord avec l'énoncé voulant que le commerce mondial soit principalement destiné aux grandes sociétés.



Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec l'énoncé suivant : Le commerce international est destiné aux grandes sociétés et non pas aux petites et moyennes entreprises. Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).

Divers facteurs pousseraient les petites et les grandes entreprises à percer le marché international

- Le soutien financier est le facteur qui inciterait le plus les dirigeants d'entreprises (27 % des petites entreprises et 29 % des grandes entreprises) à percer le marché international ou à étendre leurs activités à l'étranger.
- D'autres répondants ont mentionné l'abolition des barrières commerciales (19 % des grandes sociétés et 21 % des petites entreprises) le ralentissement de l'économie canadienne (19 % des grandes sociétés et 15 % des petites entreprises) et l'augmentation de la concurrence étrangère au Canada (16 % des grandes sociétés et 17 % des petites entreprises) comme des facteurs qui pourraient les inciter à se tourner vers le marché international ou à continuer leur lancée actuelle.

	Nombre d'employés	
	Petites entreprises	Grandes entreprises
Un soutien financier	27 %	29 %
L'abolition des barrières commerciales	21 %	19 %
Un ralentissement de l'économie canadienne	15 %	19 %
Une augmentation de la concurrence étrangère sur votre terrain	17 %	16 %
Autre	8 %	11 %
Non applicable	32 %	34 %
Ne sait pas	5 %	5 %

Quels facteurs vous inciteraient à vous tourner vers le marché international ou à continuer votre lancée actuelle?
Échantillonnage : Petites entreprises (n=150) Grandes sociétés (n=150).