

Exportateurs et non-exportateurs :

LA PERFORMANCE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES CANADIENNES

L'indicateur de base de la réussite d'une entreprise est sa rentabilité – plus elle est rentable, mieux elle réussit. Mais cet indicateur ne peut, à lui seul, expliquer *pourquoi* les entreprises très rentables réalisent autant de bénéfices.

En examinant ces entreprises de plus près, on s'aperçoit que les facteurs de leur réussite ne se reflètent pas directement dans leurs bilans. La conception de produits et de services pour lesquels il y a une forte demande n'est que le plus évident de ces facteurs. Or, les entreprises prospères ont d'autres traits communs : elles s'adaptent rapidement à l'évolution du marché, se montrent beaucoup plus novatrices et concurrentielles, gèrent les risques très efficacement et ne cessent d'en apprendre sur leurs marchés actuels et potentiels. Cela ne s'applique pas seulement aux grandes sociétés, mais aussi aux petites et moyennes entreprises (PME).

Toute entreprise canadienne qui affiche ces qualités réussira probablement sur les marchés qu'elle a choisis, qu'elle se contente du marché intérieur ou non. Pour une nation commerçante comme le Canada, toutefois, cette réalité soulève une question dont l'importance grandira au rythme de la mondialisation des marchés et des chaînes de valeur : les petits exportateurs canadiens réussissent-ils mieux que leurs pairs qui n'exportent pas? Si tel est le cas, dans quelles sphères obtiennent-ils plus de succès?

TABLE OF CONTENTS

Les petits exportateurs canadiens	3
Les exportateurs construisent leur savoir, leurs réseaux et leurs chaînes de valeur	5
Les exportateurs croissent plus rapidement et réalisent plus de profits	6
L'exportation augmente la productivité et la capacité concurrentielle	8
L'exportation favorise l'innovation	9
Les exportateurs sont moins sensibles aux fluctuations des marchés	11
Résumé et conclusion	12

LES PETITS EXPORTATEURS CANADIENS

En 2015, la Direction générale de la petite entreprise d'Industrie Canada a publié une **étude** sur les petites et moyennes entreprises (PME)¹ canadiennes qui vendent leurs produits ou leurs services à l'étranger. Basé sur des données recueillies en 2011,² le rapport *Profil des PME : les exportateurs canadiens (janvier 2015)* révèle que les ventes à l'exportation représentent environ 4 % du chiffre d'affaires de ces entreprises.

Un examen plus approfondi de ces revenus permet de constater que leur distribution n'est pas uniforme à l'ensemble des PME exportatrices. De fait, si les exportations ne représentent dans certains cas qu'une infime portion du chiffre d'affaires de l'entreprise, elles en constituent parfois la totalité. Cette situation est illustrée dans le tableau 1, qui répartit en quatre groupes les PME qui déclarent tirer des revenus de l'exportation selon le pourcentage de leur chiffre d'affaires que ces revenus représentent. Comme le tableau l'indique, la majorité de ces PME (54 %) ont réalisé moins d'un quart de leur revenu dans le cadre d'activités d'exportation. Cela dit, à l'autre extrémité du spectre, 21 % déclarent que plus des trois quarts – et parfois même jusqu'à 100 % – de leurs revenus annuels proviennent des exportations.³

Tableau 1. Revenu total des PME exportatrices

Pourcentage du revenu total tiré des exportations	Pourcentage de PME dont les revenus d'exportation se situent dans cette fourchette
24 ou moins	54
25 à 49	12
50 à 74	13
75 à 100	21

L'étude montre aussi que la probabilité qu'une entreprise exporte augmente à mesure que celle-ci croît. Parmi les entreprises comptant entre 5 et 19 employés, 11 % exportent. Cette proportion grimpe à 19 % pour les entreprises de 20 à 99 employés, et à 34 % pour les entreprises de 100 à 499 employés.

Parmi les PME qui vendent à l'extérieur du Canada, les fabricants constituent le plus grand groupe (30 %), suivis des entreprises de l'industrie du savoir, à 27 %. Dans l'ensemble, 49 % exportent des biens, 39 % des services, et 12 % les deux.

¹Selon la définition d'Industrie Canada, une PME est une entreprise dont le chiffre d'affaires est inférieur à 50 millions de dollars et qui compte 99 employés ou moins (petite entreprise), ou entre 100 et 499 employés (moyenne entreprise).

²Ces données sont issues de l'**Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises** réalisée en 2011 par Industrie Canada et Statistique Canada. Partiellement financée par EDC, l'enquête est fondée sur les réponses de près de 10 000 PME canadiennes.

³Pour mettre ces résultats en perspective, notons que seulement 10 % des PME canadiennes environ participent au commerce international sous une forme ou une autre.

Comme on peut s’y attendre, la plupart de ces PME (89 %) vendent leurs biens et services aux États-Unis. Ces ventes représentent 74 % de la valeur de leurs exportations. Les ventes en Europe contribuent à hauteur de 11 %, tandis que celles sur les marchés émergents (en particulier l’Amérique latine, l’Asie et la Chine) représentent moins de 10 % du revenu de ces entreprises. De toute évidence, ces régions recèlent un fort potentiel de croissance.

L’étude d’Industrie Canada compare aussi les PME exportatrices aux PME non exportatrices. Plusieurs indicateurs importants, de la croissance du chiffre d’affaires à l’innovation, révèlent une corrélation positive entre l’exportation et la performance des entreprises. Des conclusions similaires ont été présentées dans les études d’autres chercheurs, notamment ceux de **Statistique Canada**, de **Deloitte** et du **Conference Board du Canada**.

Selon ces études, les entreprises exportatrices, par rapport aux entreprises qui n’exportent pas, présentent les caractéristiques suivantes :

- elles sont plus productives et plus concurrentielles;
- elles ont une croissance plus rapide et génèrent plus de revenus;
- elles sont plus innovatrices;
- elles sont moins vulnérables aux risques.

Ces conclusions sont examinées plus en profondeur dans les pages qui suivent.

LA PERSPECTIVE DU ROYAUME-UNI

D’autres pays ont aussi produit des études qui laissent entendre que l’exportation peut améliorer la performance d’une entreprise. En 2013, dans le compte rendu d’une étude menée auprès d’entreprises s’intitulant *Bringing Home the Benefits*, le ministère du Commerce et de l’Investissement du Royaume-Uni (**U.K. Trade & Investment**) a déclaré que :

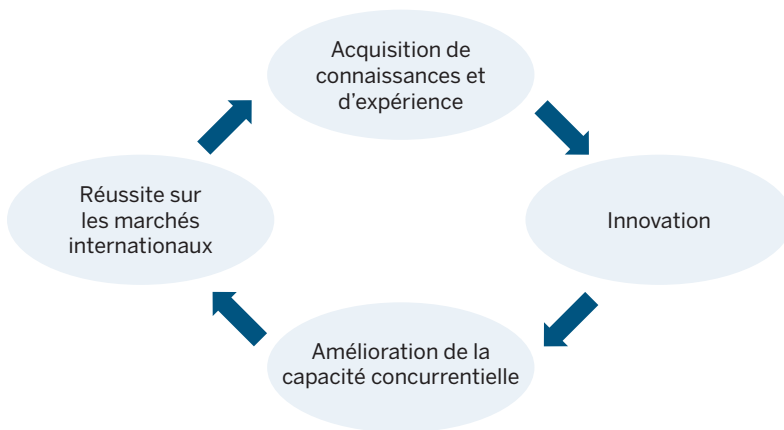
- 85 % des entreprises sondées affirment que l’exportation leur a permis d’atteindre un rythme de croissance qu’il aurait été impossible d’atteindre autrement;
- 87 % affirment que l’exportation a grandement amélioré leur notoriété ou leur crédibilité;
- 79 % affirment que l’exportation leur permet d’utiliser une plus grande portion de leur capacité existante;
- 78 % affirment que l’exportation les a ouvert à de nouvelles idées;
- 73 % affirment que l’exportation a augmenté la durée de vie commerciale de leurs produits ou services.

LES EXPORTATEURS CONSTRUISENT LEUR SAVOIR, LEURS RÉSEAUX ET LEURS CHÂÎNES DE VALEUR

Participer au commerce international, c'est bien plus que simplement vendre à l'extérieur du Canada. C'est aussi un processus d'acquisition d'expérience et de connaissances du monde au-delà des frontières canadiennes, et de mise en pratique de ces connaissances dans ses activités sur le marché intérieur et sur les marchés mondiaux. Plus une entreprise en sait long sur l'économie mondiale, plus elle a de chances de réussir dans l'environnement ultraconcurrentiel du commerce international.

Cette réussite se traduit souvent par une compréhension approfondie de ce qui fonctionne sur les marchés visés par l'entreprise. De cette compréhension peut naître l'innovation, qui renforce la capacité de l'entreprise à s'adapter à l'évolution du marché et aux besoins changeants des clients. En outre, l'innovation contribue à améliorer la souplesse et la capacité concurrentielle. Il en résulte un cercle vertueux qui entraîne l'entreprise vers de nouveaux sommets (voir la figure 1).

Figure 1. Le cercle vertueux de l'exportation



Sources : Groupe d'étude sur la compétitivité, la productivité et les progrès économiques, et EDC.

Comme le montre la figure, plus l'exportateur accumule de l'expérience et des connaissances, plus son modèle d'affaires se consolide. Les exportateurs enrichissent beaucoup leurs connaissances par l'entremise de leurs réseaux de distributeurs, de partenaires, de fournisseurs, de clients, de prestataires de services, d'associations industrielles et de personnes-ressources du gouvernement. C'est pourquoi les entreprises prospères travaillent si fort à bâtir ces réseaux.

L'établissement de réseaux est particulièrement important pour les entreprises qui ne vendent pas directement aux utilisateurs finaux, mais plutôt à des maillons de chaînes de valeur internationales. Les entreprises de ces chaînes, comme les grands constructeurs automobiles, cherchent des fournisseurs sur qui ils peuvent compter pour obtenir des produits de première qualité. Intégrer ces chaînes est plus difficile pour les entreprises qui n'ont que de petits réseaux de relations que pour celles qui ont de vastes réseaux bien développés.

En résumé, l'exportation force les PME à établir des réseaux d'affaires mondiaux et à acquérir des connaissances de pointe sur leurs marchés. Bien que les entreprises qui ne vendent que sur le marché intérieur puissent échapper à ses contraintes au départ, avec le temps, il est possible qu'elles faiblissent par rapport aux PME exportatrices – surtout si des multinationales, fortes de leur expérience et de leurs ressources, commencent à s'installer sur le marché canadien. Dépourvues d'expérience à l'international, les PME non exportatrices du Canada pourraient se retrouver nettement désavantagées une fois confrontées à des concurrents étrangers hautement sophistiqués. Ces pressions concurrentielles pourraient s'intensifier à mesure que de nouveaux traités commerciaux – comme l'Accord économique et commercial global conclu avec l'Union européenne – ouvriront les portes du marché canadien à la concurrence étrangère.

LES EXPORTATEURS CROISSENT PLUS RAPIDEMENT ET RÉALISENT PLUS DE PROFITS

La petite taille du marché canadien est l'un des principaux obstacles à la croissance de nombreuses PME, surtout celles qui offrent des produits et services spécialisés à forte valeur ajoutée. En fait, la recherche de potentiel de croissance est l'une des premières motivations des entreprises qui commencent à exporter.

L'exportation peut être une solution viable pour la PME dont la croissance stagne, par exemple lorsque ses produits approchent de leur fin de vie ou que le marché canadien est saturé. Dans ces cas, si l'entreprise décide de se limiter au Canada, elle commencera sans doute à faiblir comparativement aux entreprises qui optent pour l'exportation.

En revanche, les entreprises qui vendent sur les marchés internationaux en retirent des avantages qui peuvent leur permettre d'investir dans leur rayonnement. Par exemple, elles peuvent amortir leurs investissements (comme la R-D et les dépenses en immobilisations) sur un plus grand volume de ventes et un flux de rentrées plus important, ce qui rend les investissements dans la productivité financièrement viables. Leur effectif national peut aussi afficher une croissance rapide à mesure qu'elles développent leurs activités canadiennes pour soutenir leurs activités internationales.

Les preuves à l'appui

L'étude d'Industrie Canada indique que les PME exportatrices ont de bonnes chances de croître plus rapidement que celles qui n'exportent pas. Ainsi, entre 2009 et 2011, 10 % de ces exportateurs ont affiché un taux de croissance annuel supérieur à 20 %, tandis que celui des non-exportateurs n'était que de 8 %. Par ailleurs, les exportateurs faisaient davantage porter leurs efforts sur l'augmentation de leur part de marché et de leurs revenus que les non-exportateurs, et s'investissaient plus dans leur essor international; plus de la moitié des exportateurs sondés avaient l'intention de poursuivre leur essor à l'étranger, tandis que seulement 7 % des non-exportateurs envisageaient de percer les marchés internationaux.

En outre, l'étude affirme que les PME exportatrices génèrent en moyenne plus de revenus que leurs pairs non exportateurs (voir le tableau 2).

Tableau 2. Performance financière des PME exportatrices et non exportatrices

	Non-exportateurs	Exportateurs
Chiffre d'affaires moyen	1 569 888 \$	3 468 006 \$
Revenu moyen avant impôt	173 833 \$	448 489 \$
Marge bénéficiaire avant impôt	11 %	13 %

Adapté de *Profil des PME : les exportateurs canadiens* (janvier 2015), Industrie Canada

L'étude de Deloitte souligne aussi la performance des exportateurs à l'échelle mondiale :

L'expansion de la base de revenus génère des flux de trésorerie plus importants, ce qui crée de la valeur et inspire la confiance des investisseurs. Une étude portant sur plus de 4 000 premiers appels publics à l'épargne (PAPE) à l'échelle mondiale montre que comparativement aux acteurs nationaux, les exportateurs [...] ont de meilleurs résultats d'exploitation et obtiennent un taux de rendement moyen cumulatif sur trois ans trois fois plus élevé.

Plus près de chez nous, le Conference Board du Canada révélait, dans une **étude** publiée en 2014 s'intitulant *Should SMEs Go to Fast-Growth Markets?*, que « l'exportation augmente les bénéfices et les ventes des PME canadiennes. Cette augmentation survient peu importe la taille de l'entreprise, le salaire moyen, le nombre de destinations des exportations et le niveau d'endettement de l'entreprise ».

Par ailleurs, au moins une **étude** arrive à la conclusion que les exportateurs canadiens ont tendance à mieux payer leurs travailleurs que les non-exportateurs. Dans *Liaisons globales : exportation, investissement étranger direct et rémunération*, les chercheurs de Statistique Canada rapportent que, compte tenu de facteurs comme la taille des installations, le secteur et l'intensité du capital, les exportateurs versent des salaires d'environ 6 % plus élevés que les non-exportateurs.

ESSOR À L'ÉTRANGER : ENDURANCE WIND POWER

Dès sa fondation, en 2007, à Surrey en Colombie-Britannique, Endurance Wind Power était très consciente que sa réussite sur le marché mondial de l'énergie renouvelable dépendrait de sa capacité à rayonner à l'international. Mais si elle avait la vision du marché, les installations d'essais et l'équipe d'experts nécessaires, il lui manquait le capital pour financer non seulement l'acquisition de sa technologie éolienne phare, mais aussi pour s'établir sur les marchés mondiaux.

Pour surmonter ce défi, Endurance a fait appel aux **solutions de financement** d'EDC. Elle s'est procuré une garantie pour sa marge de crédit bancaire, ce qui lui a permis d'acquérir la technologie dont elle avait besoin. Elle a ensuite dû composer avec le second problème : comme les principaux marchés d'Endurance étaient le Royaume-Uni et l'Italie, elle avait besoin d'usines de fabrication près de ses clients. Encore une fois, EDC s'est associée à l'entreprise et à sa banque pour financer des installations de production au Royaume-Uni, ce qui a permis à Endurance de s'enraciner en Europe. Depuis, Endurance a construit plus d'un millier d'éoliennes et cherche à percer de nouveaux marchés ailleurs dans le monde.

L'EXPORTATION AUGMENTE LA PRODUCTIVITÉ ET LA CAPACITÉ CONCURRENTIELLE

Grâce à l'exportation, une entreprise peut augmenter sa productivité par des moyens qui sont hors de la portée d'une entreprise non exportatrice de même taille et du même secteur. Le marché actuel ou potentiel d'un exportateur, par exemple, est par définition beaucoup plus grand que celui d'un non-exportateur. L'accès à ce marché plus vaste et plus diversifié peut se traduire par des économies d'échelle, soit la réduction des coûts de production ainsi que le renforcement de l'efficacité et de la productivité de l'entreprise.

Les connaissances d'un exportateur et son expérience sur les marchés internationaux peuvent aussi l'aider à tirer profit de ses ressources de manière plus productive. Par exemple, il peut avoir accès à des technologies étrangères qui améliorent la productivité. De plus, en s'implantant à l'étranger, l'entreprise peut se procurer des intrants intermédiaires qui ne sont pas disponibles au Canada, ou qui sont meilleurs ou moins chers que leurs équivalents canadiens. Il est beaucoup plus facile pour une entreprise de réduire ses coûts et d'augmenter la qualité de ses produits quand elle est présente à l'international.

Cet accès permet aussi à l'entreprise de se spécialiser dans ce qu'elle fait de mieux, ce qui présente des avantages concurrentiels évidents. Les entreprises non exportatrices, quant à elles, devront peut-être renoncer à la spécialisation à cause de la taille relativement modeste du marché canadien.

Enfin, les gains en matière de productivité et de réduction des coûts issus de l'exportation peuvent aussi constituer des avantages concurrentiels sur le marché intérieur. Compte tenu de la prolifération des chaînes de valeur mondiales et de l'amélioration constante des systèmes logistiques, la distinction entre le marché intérieur et les marchés extérieurs commence à s'estomper pour beaucoup d'exportateurs. De leur point de vue, les frontières internationales sont de plus en plus une question de formalités administratives plutôt que de géographie.

Les preuves à l'appui

De nombreux éléments de preuve démontrent que l'exportation entraîne une augmentation de la productivité et de la capacité concurrentielle. Statistique Canada, par exemple, dans son étude *Expansion sur les marchés et croissance de la productivité* publiée en 2012, formulait la conclusion suivante :

Un lien peut être observé entre l'entrée d'entreprises canadiennes de fabrication sur deux catégories de nouveaux marchés – soit des marchés internationaux et de nouveaux marchés provinciaux – et la croissance de la productivité. Dans les deux cas, la productivité des établissements manufacturiers canadiens ayant étendu leurs activités à de nouveaux marchés a été plus élevée que celle des établissements ayant maintenu le statu quo.

Il est intéressant de noter que l'entrée sur de nouveaux marchés provinciaux a eu le même effet sur les entreprises que l'entrée sur de nouveaux marchés étrangers. Dans les deux cas, en s'affranchissant des limites de leur marché actuel (le statu quo), les entreprises ont réalisé des gains de productivité. Pour ce qui est de la capacité concurrentielle, on conclut dans le

même document que « les entreprises qui perçoivent l'existence d'une forte concurrence sur les marchés tendent à devenir plus concurrentielles et plus prospères en explorant de nouveaux marchés ».

Dans *L'avenir de la productivité*, étude qu'elle a réalisée en 2014, **Deloitte** aboutit à des conclusions similaires :

Les avantages de l'exportation sont incontestables. En présence de nouvelles occasions de croissance, de meilleures pratiques à l'échelle mondiale et de la diversification de la concurrence, les exportateurs doivent exceller. Ils progressent plus rapidement, sont plus productifs et atteignent un meilleur rendement sur le marché que les entreprises du marché national.

COMMENT CHEMPRO AUGMENTE SA CAPACITÉ CONCURRENTIELLE

Fondée en 1997, ChemPro met au point des substances chimiques entrant dans la composition d'adhésifs, de produits agrochimiques, de nettoyants, d'agents adoucissants, de lubrifiants et d'autres produits commerciaux et industriels en tous genres. Avec moins de dix employés et aucun personnel de vente, l'entreprise compte principalement sur le bouche-à-oreille pour générer des ventes annuelles de l'ordre du million de dollars. Or, prospérer sur des marchés étrangers est un défi pour une petite entreprise. Ses clients canadiens paient d'avance, mais Chempro a vite compris qu'elle ne pourrait pas rivaliser avec la concurrence sur les marchés étrangers si elle n'était pas en mesure d'y offrir des modalités de crédit attrayantes.

Pour surmonter son problème de capacité concurrentielle, ChemPro a opté pour l'**assurance crédit** d'EDC, qui lui garantit qu'elle sera payée même en cas de défaut de paiement du client. Ainsi, les risques associés à l'exportation sont réduits, ce qui permet à l'entreprise d'accepter plus de clients étrangers et d'augmenter ses ventes à l'extérieur du Canada.

L'EXPORTATION FAVORISE L'INNOVATION

Comme le montre la figure 1, l'innovation fait partie du cercle vertueux de l'exportation. En créant de nouveaux produits et en améliorant ceux qu'elle a déjà sur le marché, une entreprise augmente sa capacité concurrentielle ainsi que sa capacité à exercer ses activités avec brio sur les marchés internationaux.

Les connaissances acquises par l'exportateur sur les marchés étrangers et son expérience en tant qu'acteur du commerce mondial sont des moteurs de l'innovation. Les entreprises présentes à l'étranger en sauront probablement plus sur l'évolution des marchés mondiaux (et, surtout, de leur propre industrie à l'échelle internationale) que les non-exportateurs. Ces connaissances sont particulièrement importantes pour les stratégies d'innovation des entreprises, puisque nombre de produits ont une durée de vie réduite et doivent être régulièrement améliorés ou remplacés par de nouveaux produits.

De manière plus générale, la prise de conscience qui naît de l'acquisition de connaissances sur les marchés mondiaux et d'expérience à l'international peut aider les exportateurs à s'adapter rapidement aux changements survenant sur les marchés et à adopter de nouveaux procédés de fabrication et systèmes logistiques – un avantage concurrentiel dont doivent sans doute se passer beaucoup de non-exportateurs. Par ailleurs, les connaissances et la technologie acquises par les PME exportatrices sont souvent transmises aux maillons de la chaîne d'approvisionnement canadienne, de sorte que les exportateurs indirects (comme les fournisseurs) peuvent aussi en profiter.

Les preuves à l'appui

Un degré élevé d'innovation se traduit par des investissements importants dans la R-D, les technologies de l'information et des communications (TIC), les nouveaux équipements et la formation des employés. Selon Industrie Canada, un degré d'innovation supérieur est généralement lié à l'exercice d'activités d'exportation. De fait, trois fois plus d'exportateurs que de non-exportateurs investissent dans la R-D, comme le montre le tableau 3.

Tableau 3. Investissement dans l'innovation par les PME exportatrices et non exportatrices		
	Non-exportateurs	Exportateurs
Pourcentage de PME qui investissent en R-D	7,3	23,5
Pourcentage de PME qui investissent en nouvelles TIC	41,3	60,3
Pourcentage de PME qui investissent dans de nouveaux équipements	39,9	42,0
Pourcentage de PME qui investissent dans la formation	34,6	45,9

Adapté de *Profil des PME : les exportateurs canadiens (janvier 2015)*, Industrie Canada

Les retombées positives de l'innovation sur les ventes et les coûts sont aussi plus grandes pour les exportateurs que pour les non-exportateurs, comme le montre le tableau 4.

Tableau 4. Retombées de l'innovation pour les PME exportatrices et non exportatrices		
	Pourcentage des non-exportateurs	Pourcentage des exportateurs
Augmentation des ventes	67	75
Réduction des coûts	32	43

Adapté de *Profil des PME : les exportateurs canadiens (janvier 2015)*, Industrie Canada

L'étude de Deloitte (qui est fondée sur des données de Statistique Canada) révèle que « les entreprises qui font leur entrée sur les marchés internationaux ont 37 % plus de chances d'adopter des technologies novatrices venant de partout dans le monde, qui sont des facteurs clés de productivité et de réussite en affaires ».

KONRAD GROUP MISE SUR L'INNOVATION

Konrad conçoit et développe des applications pour les appareils mobiles, comme les téléphones intelligents, tablettes et ordinateurs portatifs. Fondée en 2010, elle est devenue une entreprise mondiale multimillionnaire qui compte parmi ses clients McDonald's, MTV et Barnes & Noble. Mais avant de devenir un acteur international, le parcours n'a pas été sans embûches pour la petite et jeune entreprise, qui possédait peu d'actifs traditionnels que les banques seraient disposées à accepter en garantie de prêts.

Pour l'aider à surmonter le problème, EDC a fourni de l'**assurance crédit** à Konrad pour qu'elle puisse transformer ses créances à l'étranger en fonds de roulement. De plus, pour que l'entreprise ait accès à plus de **financement** pour croître, EDC a fourni à sa banque une garantie adossée à ses crédits d'impôt pour la recherche scientifique et le développement expérimental (RS&DE). Grâce à ce soutien et à son talent pour l'innovation, Konrad a maintenant des bureaux à Toronto, à New York, à Chicago et au Costa Rica.

LES EXPORTATEURS SONT MOINS SENSIBLES AUX FLUCTUATIONS DES MARCHÉS

Il est évident que les entreprises qui se concentrent sur un seul marché courent davantage de risques que celles qui vendent sur plusieurs. Cette réalité s'applique autant aux exportateurs qu'aux non-exportateurs. Cela dit, les entreprises qui vendent sur divers marchés et à différents clients réussissent généralement mieux que les autres. En ce qui concerne l'approvisionnement et les achats, la diversification des fournisseurs réduit également les risques, surtout dans le cas des PME qui fabriquent des produits intégrant des composantes hautement spécialisées. Lorsqu'une entreprise réduit de cette façon son exposition à la volatilité, elle assure la solidité de sa stratégie d'affaires et améliore sa capacité à concrétiser ses plans de croissance à long terme.

Les preuves à l'appui

Compte tenu de ce qui précède, on peut raisonnablement s'attendre à ce que les exportateurs soient moins vulnérables aux risques que les non-exportateurs, puisque leurs clients et leurs fournisseurs sont diversifiés. L'étude d'Industrie Canada semble confirmer cette hypothèse :

En plus de l'accroissement des ventes et du soutien de la croissance, la réduction du risque commercial et du risque de change compte parmi les autres raisons souvent invoquées pour expliquer [les avantages des] exportations [...]. [La] diversification [internationale] des exportations peut aider les entreprises à mieux résister aux chocs économiques dans les différentes régions et ainsi renforcer leur capacité de survie, en plus de rendre les entreprises canadiennes plus concurrentielles à l'échelle mondiale.

Deloitte arrive au même constat dans sa propre étude :

Même quand les marchés étrangers sont plus volatils que le marché national, on peut atténuer la volatilité globale de l'entreprise en l'exposant à divers cycles économiques. [...] Des études menées dans plusieurs pays indiquent clairement que l'exportation améliore tant le taux de survie que la longévité des entreprises.

FORDIA ET LA GESTION DES RISQUES POLITIQUES

Fondée en 1977, Fordia est une entreprise montréalaise qui fabrique des outils, de l'équipement et des accessoires destinés aux secteurs de la prospection minérale et de la géotechnique. La plupart des sociétés présentes sur les marchés émergents s'exposent à un certain degré de risques politiques. Fordia estime devoir composer avec des risques de cette nature dans environ la moitié des pays où elle possède des sociétés affiliées, ce qui peut compliquer le financement et le développement de ses activités sur ces marchés.

C'est pourquoi elle a opté pour l'**Assurance risques politiques** (PRI) d'EDC, qui protège ses actifs étrangers contre plusieurs menaces, notamment la violence politique, l'expropriation et l'exercice du droit de reprise. En 2013, Fordia a commencé à souscrire cette assurance pour gérer les risques sur certains de ses marchés et ainsi obtenir de meilleures modalités de financement. Cette solution permet aussi à l'entreprise d'accepter des affaires nouvelles dont elle se serait autrement détournée, jugeant le risque trop important.

RÉSUMÉ ET CONCLUSION

Les résultats des recherches récentes indiquent que les avantages potentiels de l'exportation pour les PME canadiennes sont les suivants :

- accès à un marché beaucoup plus vaste que le Canada;
- augmentation des revenus, accélération de la croissance et meilleur rendement du capital investi;
- accélération de l'amortissement des investissements dans la productivité;
- gains de productivité découlant des économies d'échelle et de l'accès à de nouvelles technologies;
- capacité à se consacrer aux principales activités de l'entreprise et, de ce faisant, d'améliorer le rendement et la capacité concurrentielle;
- accroissement des niveaux d'innovation, ce qui accélère l'adaptation aux variations des marchés et de la technologie, rehaussant ainsi la capacité concurrentielle;
- diversification des clients et des fournisseurs, ce qui diminue la vulnérabilité aux chocs des marchés.

Les études démontrent aussi l'existence d'une corrélation positive étroite entre l'exportation et la performance économique globale d'une entreprise. Plus particulièrement, il apparaît clairement que les PME exportatrices ont tendance à mieux réussir que les PME non exportatrices pour ce qui est des facettes comme la productivité, la capacité concurrentielle, la rentabilité et la tolérance au risque. Ce qui est moins clair, c'est le lien de causalité dans cette séquence d'événements : les entreprises commencent-elles à exporter parce qu'elles réussissent *déjà* mieux que leurs pairs qui n'exportent pas, ou réussissent-elles mieux *parce qu'elles* commencent à exporter?

Cette question sort peut-être du sujet. Peu importe le sens du lien de causalité, il est prouvé que les entreprises florissantes sur le marché intérieur réussissent encore mieux si elles exportent. Autrement dit, si l'exportation n'est pas une solution magique garante de la réussite, elle peut offrir à une entreprise bien gérée des possibilités de croissance qui n'existent pas toujours au Canada.

Financement. Protection de l'actif. Connaissance des marchés. Gestion des risques.

EDC peut vous aider à y voir plus clair :

- Besoin de financement pour prendre de l'expansion à l'étranger? **Nous pouvons vous aider à l'obtenir.**
- Besoin d'assurer votre actif et vos comptes clients à l'étranger? **Nous pouvons vous montrer comment.**
- Besoin d'en savoir plus sur les marchés et le commerce? **Nos experts sont là pour vous servir.**
- Besoin de gérer des risques à l'étranger? **Nous pouvons vous aider à y parvenir**

Pour en savoir plus sur nos solutions, composez le numéro sans frais 1-800-229-0575 ou **écrivez-nous une question**. Nous vous répondons dans un délai d'un jour ouvrable (en semaine, entre 9 h et 17 h HE).

Pour tout renseignement, visitez 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.



Un monde d'opportunités à saisir