



LES ENJEUX RENOUVELÉS DU COMMERCE INTERNATIONAL

Nous vivons une période de mondialisation dans laquelle les barrières entre les territoires disparaissent de plus en plus. Les nombreux accords libre-échange signés par le Canada visent à faciliter l'expansion internationale des entreprises. Malgré ces conditions d'ouverture, nombreuses sont les PME qui hésitent encore à étendre leurs activités à travers le monde.

Le Canada a beau être l'un des principaux pays développés, il ne représente qu'une infime portion de l'économie mondiale. Pour les PME québécoises, les perspectives de croissance locales sont limitées en comparaison avec le potentiel des marchés internationaux.

Les PME québécoises doivent sérieusement envisager de se lancer dans l'arène mondiale si elles veulent poursuivre leur croissance à long terme. Cependant, l'internationalisation comporte plusieurs risques que les dirigeants d'entreprises doivent intégrer à leurs stratégies.

Hendrix Vachon, économiste principal au Mouvement Desjardins et responsable d'une étude sur l'internationalisation des entreprises, présente les principaux freins qui ralentissent les ardeurs des entreprises.

Regain de compétitivité pour entreprises québécoises

Le nombre d'entreprises exportatrices a diminué ces dernières années, principalement en raison de 2 facteurs. D'un côté, elles ont fait face à de nouveaux joueurs très actifs dans les pays émergents, où les coûts de production sont avantageux. De l'autre côté, l'appréciation du dollar canadien les a empêchées de conserver des coûts concurrentiels. Incapables de maintenir



leurs marges de profit, plusieurs se sont retirées des marchés internationaux ou ont mis la clé dans la porte.

Mais les étoiles sont de nouveau alignées pour les exportateurs. D'abord, la dépréciation du huard amène un regain de compétitivité pour nos entreprises qui font des affaires avec nos voisins du Sud. Ensuite, l'ouverture prochaine du marché européen offrira de nouvelles occasions à l'exportation, mais aussi à l'importation, notamment pour ce qui est de l'accès à de la machinerie et à de l'équipement de pointe.

Avant de se lancer, cependant, les entreprises doivent maîtriser plusieurs risques inhérents au commerce international. Environnement économique et politique, contraintes juridiques et fiscales, défis logistiques et contractuels... Les enjeux varient d'un pays à l'autre, et il est crucial de bien les comprendre avant de faire affaire à l'étranger.

Gare au risque de change

Le risque le plus difficile à prévoir est celui du taux de change, qui affecte la valeur des transactions d'un pays à l'autre et qui peut miner, du jour au lendemain, la rentabilité d'une entreprise. Or, les fluctuations des devises sont de plus en plus volatiles, notamment en raison des prix des matières premières canadiennes, des politiques d'assouplissement monétaire de nombreux pays et de l'instabilité financière mondiale.

À défaut d'avoir une boule de cristal, les exportateurs peuvent se prémunir contre le risque de change. Soit ils optent pour une couverture naturelle, c'est-à-dire qu'ils comptabilisent le plus possible des revenus et des dépenses dans une même devise étrangère; soit ils font appel à des instruments de couverture financière comme les contrats de change à terme, les options de change et les swaps de devises.



Malgré leur efficacité reconnue, ces outils sont bien souvent boudés par les PME exportatrices. La plupart citent un manque de ressources à l'interne, des coûts trop élevés ou la crainte de la spéculation; ces positions paraissent contradictoires, puisque la couverture financière évite justement de provoquer des coûts inattendus et de subir la volatilité élevée des devises.

Des stratégies sûres à long terme

Au-delà des instruments de couverture, l'étude offre plusieurs stratégies pour se prémunir à long terme contre les risques liés à l'internationalisation. Tout d'abord, elle recommande de miser sur la productivité, en investissant dans la formation de la main-d'œuvre et la mise à jour des équipements. L'innovation est une autre carte gagnante, car elle permet de se différencier des concurrents étrangers qui profitent de coûts de production plus bas.

Pour se faire une place plus facilement dans certains pays, les PME ont intérêt à s'insérer dans une chaîne de valeur mondiale ; elles peuvent par exemple se spécialiser dans des sous-segments qui complètent l'offre d'autres fournisseurs déjà en place.

Enfin, l'étude souligne l'importance de la diversification géographique. Les exportateurs québécois se tournent le plus souvent vers les États-Unis, puis vers l'Europe ; mais d'autres marchés prometteurs, notamment en Asie, leur permettent de faire coup double en misant sur le potentiel de croissance tout en répartissant les risques.

Source : article initialement publié dans le [webzine Coopmoi](#) du Mouvement Desjardins.