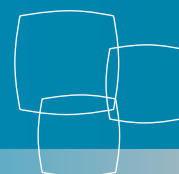




Industrie
Canada

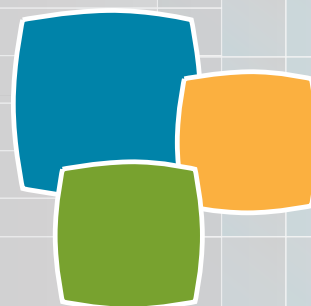
Industry
Canada

ENQUÊTE SUR L'INNOVATION ET LES STRATÉGIES
D'ENTREPRISE DE 2009



Aperçu des chaînes de valeur mondiales –

*Principaux résultats de l'Enquête sur l'innovation
et les stratégies d'entreprise (2009)*



Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission d'Industrie Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Industrie Canada soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec Industrie Canada ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, faire parvenir un courriel à droitdauteur.copyright@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

N° de catalogue lu-173-4/1-2011F-PDF

ISBN 978-1-100-99139-9

Aperçu des chaînes de valeur mondiales

Principaux résultats de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise (2009)

Cet aperçu décrit succinctement la façon dont les entreprises exerçant leurs activités au Canada ont pris part aux chaînes de valeur mondiales (CVM) entre 2007 et 2009, d'après les données recueillies par l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise de 2009 (EISE).

Au chapitre du commerce international, les réponses aux questions de l'EISE sur les CVM font ressortir que des entreprises sont bien plus que de simples exportateurs. Les entreprises qui mènent leurs activités au Canada, et les entreprises de fabrication en particulier, exercent aussi leur présence dans d'autres pays au moyen de nombreuses activités commerciales et pour une multitude de raisons. En outre, leurs activités à l'échelle internationale s'effectuent sans heurts, tantôt à l'étranger, tantôt au Canada.

Description de l'EISE

L'EISE a été entreprise conjointement par Industrie Canada, Affaires étrangères et Commerce international et Statistique Canada. L'Enquête a été initiée en 2007-2008 afin de mieux comprendre le marché et les facteurs politiques qui encouragent ou découragent l'adoption de stratégies d'affaires et innovantes. En plus des renseignements détaillés sur les CVM, l'EISE produit de l'information sur les diverses stratégies d'entreprise et activités d'innovation, ainsi que sur les cadres concurrentiels et les marchés des entreprises sises au Canada. Une analyse plus approfondie de ces sujets, dont les CVM, sera présentée dans le prochain rapport d'Industrie Canada sur l'EISE, dont la parution est prévue au printemps 2011.

Un échantillon de 6 233 entreprises sises au Canada de plus de 20 employés englobant 67 secteurs d'activité a été sondé. Par conséquent, les résultats de l'EISE sont représentatifs de toutes les entreprises au Canada de plus de 20 employés engrangeant des bénéfices d'au moins 250 000 \$ dans les secteurs d'activité choisis. Le taux de réponse global est de 70 %. Les sites Web d'[Industrie Canada](#) et de [Statistique Canada](#) offrent une description plus détaillée de cette enquête.

Comment ces entreprises mènent-elles leurs activités à l'extérieur du Canada?

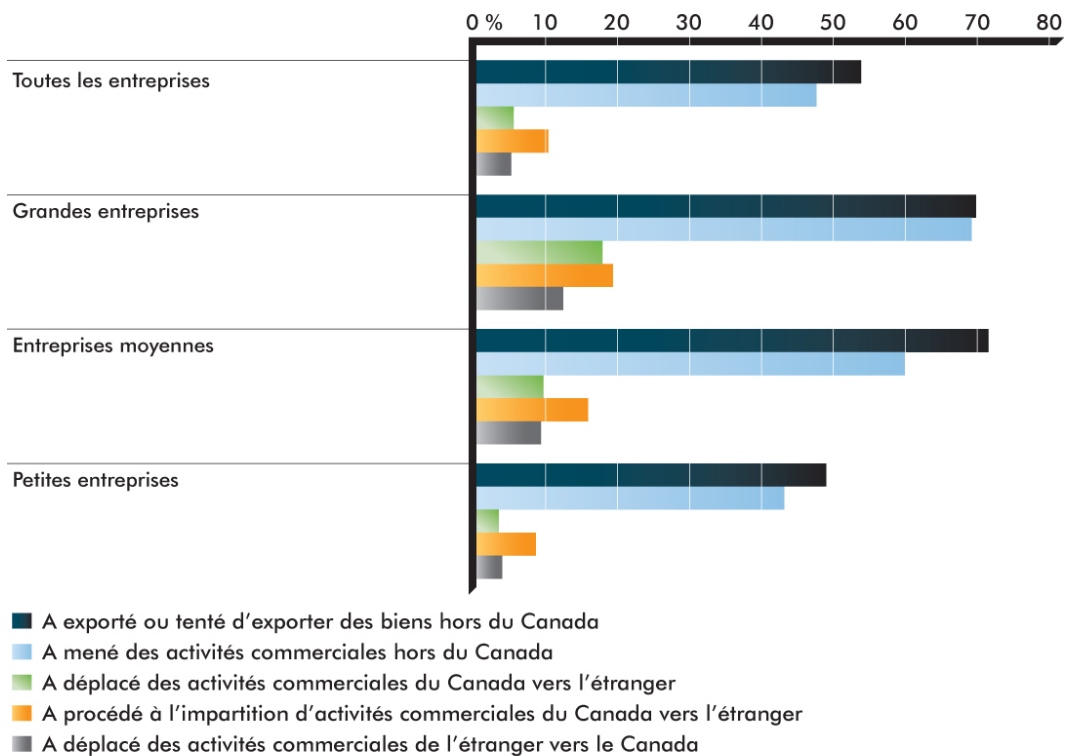
Mettant à profit un certain nombre d'accords de libre-échange qui facilitent le commerce de marchandises entre les pays, le Canada est devenu une économie ouverte dont l'intensité commerciale est élevée dans plusieurs secteurs d'activité, en particulier celui de la fabrication. La figure 1 montre que 53,7 % des entreprises de fabrication ont exporté ou tenté d'exporter des biens ou des services entre 2007 et 2009.

L'EISE comprend aussi des questions à propos de l'emplacement et des changements d'emplacement des activités commerciales entre 2007 et 2009. La figure 1 montre que les entreprises ont entrepris une vaste gamme d'activités commerciales à l'étranger. Au cours de cette période, 47,5 % des entreprises de fabrication ont mené des activités commerciales hors du

Canada. La figure 1 fait également état du déplacement et de l'impartition d'activités commerciales. Le déplacement est défini comme le déplacement d'activités commerciales hors du Canada, mais au sein de l'entreprise, tandis que l'impartition réfère à la passation de marchés à l'extérieur de l'entreprise. En 2007-2009, 5,2 % des entreprises de fabrication ont déplacé des activités commerciales et 10,1 % les ont imparties.

Bien que la mondialisation soit souvent associée au déplacement d'activités commerciales du Canada à l'étranger, les données de l'EISE indiquent que certaines activités commerciales ont été déplacées de l'étranger au Canada. Comme l'indique la figure 1, 5,0 % des entreprises de fabrication ont déplacé des activités commerciales au Canada entre 2007 et 2009.

Figure 1 : Présence à l'étranger des entreprises opérant au Canada
 – Canada, Entreprises de fabrication, 2007-2009



Source : Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2009

La figure 1 donne à penser que les grandes entreprises de fabrication (celles qui comptent au moins 250 employés) étaient plus actives à l'étranger que les petites (de 20 à 99 employés) et moyennes entreprises (de 100 à 249 employés) en 2007-2009. Cependant, davantage de moyennes entreprises (71,3 %) ont exporté des biens que de grandes entreprises (69,8 %).

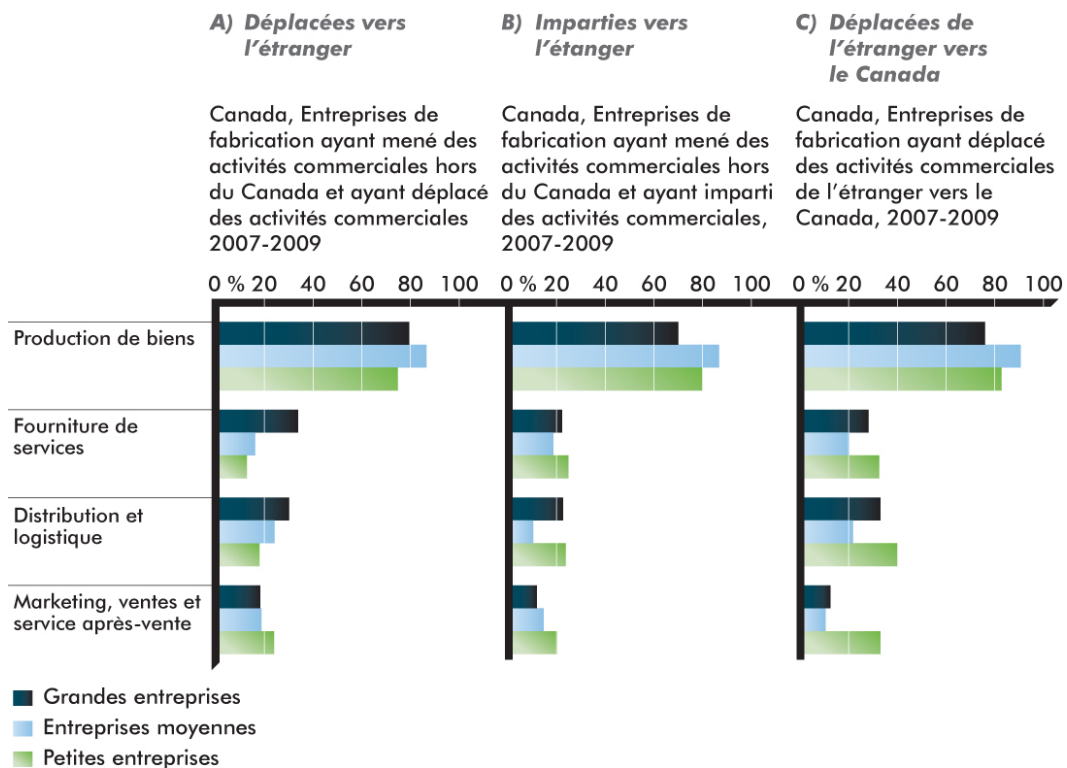
Quelles activités commerciales sont le plus souvent imparties ou déplacées?

La figure 2 fait état des quatre activités commerciales qui ont le plus fréquemment été déplacées par les entreprises de fabrication au Canada entre 2007 et 2009. La production de biens est l'activité commerciale que les entreprises de fabrication ont déplacée le plus, tant de l'étranger au Canada que du Canada à l'étranger. Les trois activités commerciales suivantes qui ont le plus fréquemment été déplacées sont la fourniture de services, la distribution et la logistique, et le marketing, les ventes et le service après-vente.

Le déplacement d'activités hautement spécialisées a également été signalé. Par exemple, l'ingénierie et les services techniques connexes a été signalé comme la sixième activité commerciale la plus déplacée hors du Canada et la cinquième activité la plus impartie hors du Canada (non indiquée à la figure 2). Elle a également été la cinquième activité la plus déplacée de l'étranger au Canada (non indiquée).

La figure 2 donne à penser que les entreprises moyennes de fabrication ont déplacé la production de biens entre 2007 et 2009 davantage que les grandes entreprises. À l'opposé, une plus forte proportion de petites entreprises de fabrication ont déplacé le marketing, les ventes et le service après-vente.

Figure 2 : Activités commerciales ayant été les plus fréquemment déplacées ou imparties



Source : Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2009

Quels sont les principaux pays de destination des activités commerciales déplacées et imparties?

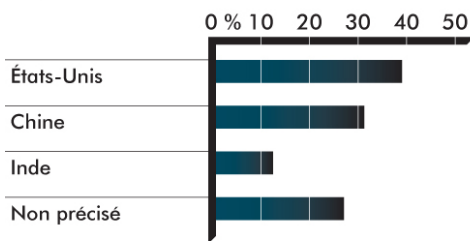
En dépit de la croyance générale selon laquelle la production de biens est massivement impartie vers la Chine et l'Inde, la figure 3A révèle que le premier pays de destination des activités commerciales imparties en 2007-2009 a été les États-Unis, la Chine suivant de près au deuxième rang. Les États-Unis ont également été le premier pays d'origine des activités commerciales qui ont été ramenées au Canada (figure 3B).

Plus précisément, lorsqu'on leur a demandé quels étaient les trois pays principaux où elles ont impartie leurs activités commerciales en 2007-2009, 39,3 % des entreprises de fabrication menant des affaires hors du Canada ont indiqué qu'elles impartissaient des activités aux États-Unis, 31,4 % à la Chine et 12,2 % à l'Inde. De même, 46,8 % des entreprises de fabrication qui ont ramené des activités commerciales au Canada entre 2007 et 2009 l'ont fait à partir des États-Unis.

Figure 3 : Pays les plus importants pour le déplacement ou l'impartition d'activités commerciales

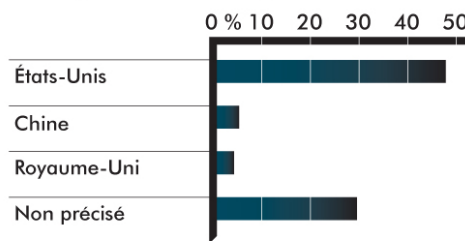
A) Imparties vers l'étranger

Canada, Entreprises de fabrication ayant mené des activités commerciales hors du Canada et ayant impartie des activités commerciales, 2007-2009



B) Déplacées de l'étranger vers le Canada

Canada, Entreprises de fabrication ayant déplacé des activités commerciales de l'étranger vers le Canada, 2007-2009



Note : Les barres ne somment pas à 100% car la question demandait aux répondants de lister les trois pays les plus importants. La catégorie "Non précisé" représente les entreprises pour lesquelles la liste ne contenait aucun pays.

Source : Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2009

Comment les entreprises canadiennes se sont-elles intégrées au marché mondial?

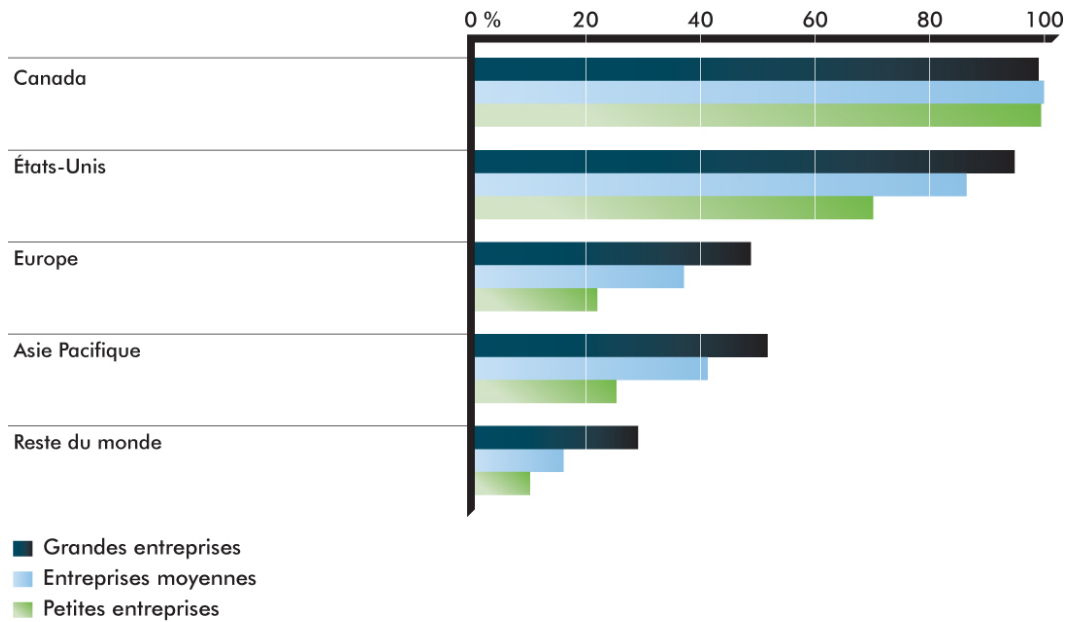
L'emplacement de leurs fournisseurs et leur mode d'exportation illustrent de deux façons comment les entreprises au Canada se sont intégrées à l'économie mondiale en 2009. Les entreprises sises au Canada peuvent gagner à établir des sources d'approvisionnement à l'étranger où les intrants sont mieux adaptés ou moins coûteux. De plus, les entreprises peuvent tirer profit des chaînes d'approvisionnement existantes pour exporter leurs produits de manière innovante.

La figure 4 indique que la quasi-totalité des entreprises de fabrication au Canada avaient des fournisseurs au Canada en 2009. La majorité des entreprises avaient également des fournisseurs aux États-Unis, leur proportion décroissant selon la taille : 94,3 % dans le cas des grandes entreprises, 86,1 % dans le cas des entreprises moyennes et 69,8 % dans celui des petites

entreprises. Tout comme les résultats de la figure 3, ces pourcentages mettent l'accent sur l'importance des États-Unis comme partenaire commercial du Canada.

La figure 4 indique également que les proportions d'entreprises ayant des fournisseurs en Europe et en Asie du Pacifique sont à peu près les mêmes. Ces proportions représentent environ la moitié de proportions des entreprises comptant des fournisseurs aux États-Unis, sans égard pour la taille des entreprises.

Figure 4 : Provenance des fournisseurs, par région
 – Canada, Entreprises de fabrication, 2009

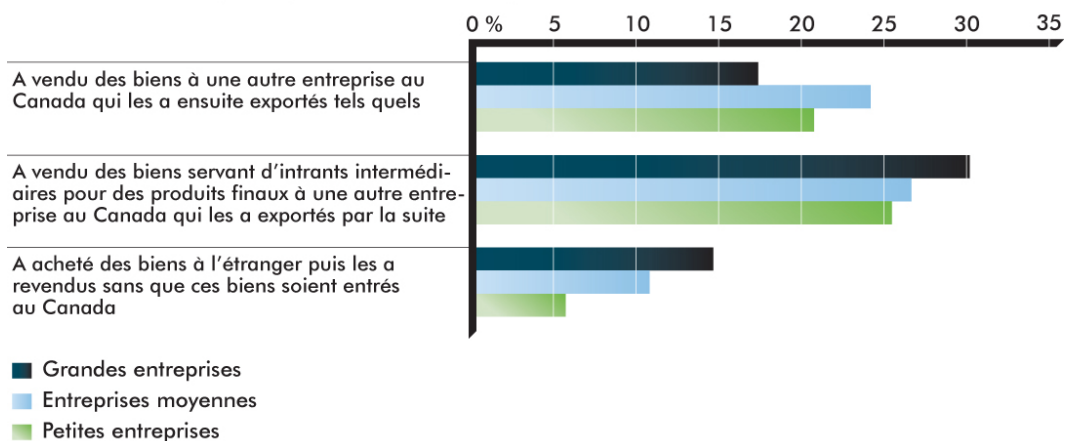


La figure 1 indique qu'une majorité d'entreprises de fabrication ont exporté des biens hors du Canada. Toutefois, ce ne sont pas toutes les entreprises qui ont exporté des biens de manière traditionnelle, c'est-à-dire en vendant directement à des clients étrangers des biens qu'elles ont produits.

La figure 5 donne à penser que de nombreuses entreprises ont exporté des biens indirectement en 2009. Environ 20 % des entreprises de fabrication ont vendu des biens à une autre entreprise au Canada, laquelle les a exportés ensuite tels quels, et 25 % ont vendu des biens à une autre entreprise au Canada qui s'en est servi comme intrants intermédiaires dans la fabrication de produits finaux qui ont ensuite été exportés à l'étranger. Les petites entreprises de fabrication font plus souvent exporter leurs biens par une autre entreprise que les grandes entreprises, mais produisent moins souvent les intrants intermédiaires devant servir dans des produits qui sont exportés ultérieurement. Il est à noter que les données se veulent une évaluation prudente de l'exportation indirecte étant donné que plus du quart des entreprises de fabrication ont répondu qu'elles ignoraient si leurs biens étaient exportés par une autre entreprise tels quels ou s'ils servaient d'intrants intermédiaires dans des produits finaux qui étaient ensuite exportés.

Les entreprises au Canada peuvent également agir comme intermédiaires en achetant et en vendant des biens sans qu'il ne leur soit nécessaire de les faire entrer au Canada. La figure 5 indique que c'est ce qu'on fait 14,6 % des grandes entreprises de fabrication en 2009, soit une proportion plus forte que celle des petites (5,4 %) et moyennes (10,6 %) entreprises.

Figure 5 : Exportations indirectes
– Canada, Entreprises de fabrication, 2009



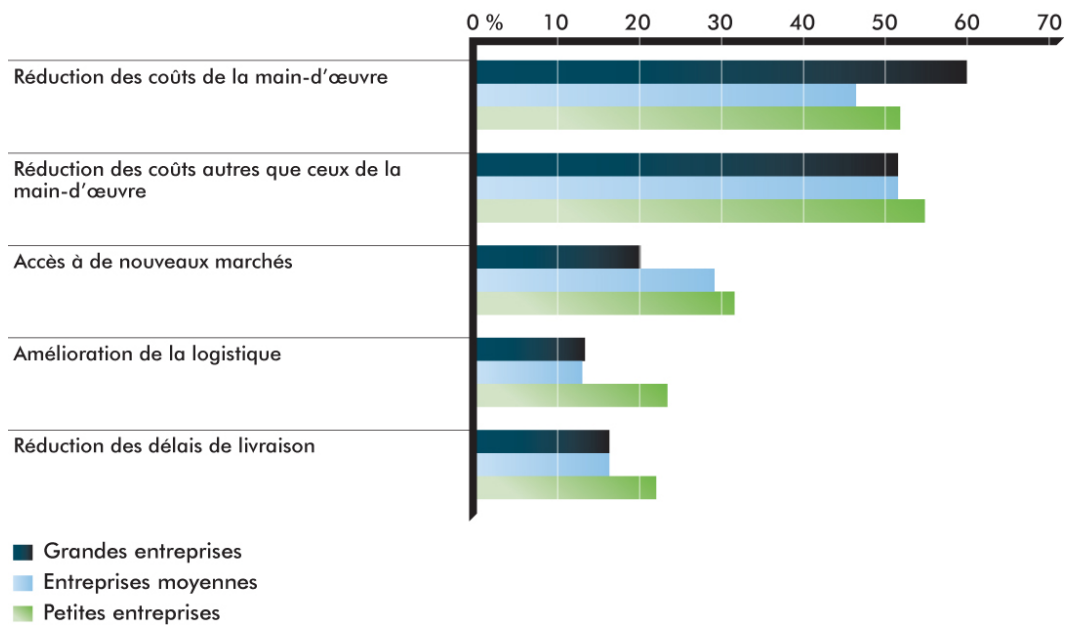
Source : Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2009

Quels sont les obstacles et les motivations des entreprises qui mènent des activités commerciales à l'étranger?

Les [points saillants de l'EISE](#) qui ont été publiés en automne 2010 révèlent que la distance jusqu'au producteurs, les tarifs commerciaux et la difficulté de trouver des fournisseurs potentiels étaient les principaux obstacles auxquels se sont heurtées les entreprises de fabrication qui s'étaient intégrées aux CVM entre 2007 et 2009. La figure 6 montre que la possibilité de réduire les coûts était la principale raison pour laquelle la majorité des entreprises de fabrication avaient choisi de déplacer ou d'impartir des activités commerciales au cours de la période visée.

Une proportion plus forte de petites entreprises que de grandes entreprises de fabrication signalent que l'accès à de nouveaux marchés, une logistique améliorée et la réduction des délais de livraison ont été d'importantes raisons motivant le déplacement d'activités à l'étranger. Bien que la figure 6 ne l'indique pas, d'autres facteurs ont également motivé leurs décisions, dont les incitatifs fiscaux et financiers ainsi que l'accès à des connaissances et des technologies spécialisés.

Figure 6 : Raisons les plus importantes pour le déplacement et l'impartition d'activités commerciales
 – Canada, Entreprises de fabrication¹, 2007-2009



¹ Pourcentage d'entreprises de fabrication ayant mené des activités commerciales hors du Canada et ayant déplacé ou imparti des activités commerciales hors du Canada entre 2007 et 2009
 Source : Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2009