

Sondage auprès des entreprises canadiennes dans l'ANASE (2013)



Asia Pacific Fondation Asie
Foundation of Pacifique du
Canada Canada



Table des matières

Résumé	2
Contexte et introduction	4
1.1 Objectif et approche	4
1.2 Entreprises cibles	4
1.3 Méthodologie	4
1.4 Remerciements	4
Profil des entreprises canadiennes dans l'ANASE	6
2.1 Type d'entreprises dans l'ANASE	6
2.2 Nombre d'années d'activité commerciale dans l'ANASE	7
2.3 Emplacement des activités des entreprises canadiennes dans les pays de l'ANASE	8
2.4 Secteur d'activité des entreprises canadiennes dans l'ANASE	9
2.5 Étendue des activités canadiennes dans l'ANASE	10
2.6 Sièges sociaux au Canada des entreprises présentes dans l'ANASE	12
Gestion des activités commerciales dans l'ANASE	13
3.1 Gestion des activités dans l'ANASE	13
3.2 Intentions quant à la gestion des activités (chez les entreprises intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE)	14
3.3 Conseils pour le démarrage de l'entreprise	15
3.4 Conseils pour le démarrage de l'entreprise (chez les entreprises canadiennes intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE)	16
Activité commerciale dans l'ANASE à ce jour	17
4.1 Satisfaction à l'égard de la performance de l'entreprise dans l'ANASE	17
4.2 Évolution de l'investissement dans l'ANASE au cours des deux dernières années	18
4.3 Temps mis par l'entreprise pour atteindre la rentabilité	19
4.4 Variation de la rentabilité des activités dans l'ANASE	20
Perspectives d'investissement dans l'ANASE	21
5.1 Perspectives d'investissement dans l'ANASE	21
5.2 Perspectives d'affaires dans les pays de l'ANASE	22
5.3 Pays cibles pour les entreprises canadiennes intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE	23
5.4 Intentions quant aux futurs investissements dans l'ANASE	23
5.5 Attentes en matière de rentabilité pour les deux prochaines années	25
5.6 Pays ciblés pour l'expansion des activités dans l'ANASE	26
5.7 Plans de réorientation des investissements de la Chine vers l'ANASE	27
Faire affaire dans l'ANASE : défis et possibilités	28
6.1 Perception de la difficulté de faire des affaires dans l'ANASE	28
6.2 Obstacles à la conduite des affaires dans l'ANASE	29
6.3 Principaux obstacles à la conduite des affaires dans certains pays de l'ANASE	30
6.4 Qualités commerciales importantes requises pour faire des affaires sur le marché de l'ANASE	31
6.5 Effets potentiels d'un accord de libre-échange	32
6.6 Rôle de soutien du Conseil commercial Canada-ANASE aux entreprises canadiennes	33
6.7 Rôle de soutien du gouvernement du Canada aux entreprises canadiennes dans l'ANASE	34

Résumé

La Fondation Asie Pacifique du Canada, en partenariat avec la United Overseas Bank (UOB) et le Conseil commercial Canada-ANASE (CABC), a mené ce sondage auprès d'entreprises canadiennes actuellement présentes dans les pays de l'ANASE ou intéressées à y faire des affaires. Dans le cadre de cette recherche, la première en son genre, 138 questionnaires en ligne ont été remplis par des entreprises canadiennes entre le 15 juillet et le 31 août 2013.

Les résultats de ce sondage donnent un aperçu des activités commerciales canadiennes sur le marché de l'ANASE et reflètent les perceptions et attitudes des entreprises canadiennes à l'égard des possibilités qui s'offrent et des défis qu'elles doivent relever. Ils éclaireront les principaux décideurs et fournisseurs de services quant à la manière dont ils pourraient venir en aide aux entreprises canadiennes au moment où celles-ci renforcent leurs activités dans les pays de l'ANASE.

Les constatations effectuées dans le cadre du sondage auprès des entreprises canadiennes (2013) révèlent une présence active de ces entreprises dans les pays de l'ANASE. Les entreprises sont implantées dans toute la région et elles y exercent leurs activités depuis de nombreuses années. À la lumière des antécédents de rentabilité relativement rapide (délai de trois ans pour la plupart), les entreprises canadiennes manifestent une grande confiance dans les perspectives d'avenir et s'attendent à un accroissement de leurs investissements et de leur rentabilité dans la région, et ce, en dépit de certains obstacles majeurs, tels que la corruption, le manque de cohérence des lois et des réglementations et les risques de violation de la propriété intellectuelle. Elles sont favorables à la conclusion d'un accord de libre-échange entre le Canada et l'ANASE, car elles considèrent qu'un tel accord aura un impact positif majeur sur leur capacité de faire des affaires dans la région (notamment en ce qui a trait à l'exportation des produits et aux investissements du Canada dans l'ANASE).

Les principales constatations sont les suivantes :

Profil des entreprises canadiennes dans l'ANASE

- Les entreprises canadiennes sont plus susceptibles d'exercer leurs activités à Singapour (60 %), en Indonésie (58 %), en Malaisie (53 %), au Vietnam (53 %), aux Philippines (50 %) et en Thaïlande.
- Plus de la moitié des entreprises ont des activités bien établies, étant présentes dans la région depuis plus de 10 ans. 31 % d'entre elles y sont implantées depuis plus de 20 ans.

Activités commerciales dans l'ANASE

- 86 % des entreprises ont des activités rentables dans l'ANASE; la moitié d'entre elles atteignent la rentabilité dans les trois premières années. 63 % des entreprises s'attendent à une amélioration de leur rentabilité en 2014, dont 18 % qui prévoient une amélioration sensible à ce chapitre.
- 62 % ont augmenté leurs investissements dans l'ANASE au cours des deux dernières années; 81 % entrevoient des perspectives d'investissement positives dans le marché de l'ANASE à l'avenir; 81 % également prévoient une augmentation de leurs investissements dans la région.
- La plupart des entreprises qui entrevoient une expansion future de leurs activités ciblent l'Indonésie (21 %), les Philippines (13 %), la Malaisie (12 %) et Singapour (11 %).
- 26 % des entreprises actuellement implantées en Chine prévoient réorienter leurs investissements de la Chine vers l'ANASE en 2014.
- 50 % des entreprises sont satisfaites du rendement global de leurs activités dans l'ANASE; 22 % n'en sont pas satisfaites.

Défis et possibilités

- 49 % des entreprises canadiennes affirment qu'il est plus difficile de faire des affaires dans les pays de l'ANASE que dans d'autres régions où elles exercent des activités; moins de la moitié (22 %) estiment qu'il est plus facile de faire des affaires dans la région de l'ANASE.

- 67 % des entreprises considèrent que la corruption figure parmi les trois principaux obstacles à la conduite des affaires dans l'ANASE; 6 entreprises sur 10 désignent le manque de cohérence des lois et des réglementations ainsi que le risque de violation de la propriété intellectuelle comme d'autres obstacles importants.

- 68 % des entreprises canadiennes estiment qu'un accord de libre-échange Canada-ANASE aura une incidence majeure sur leurs exportations de produits canadiens vers l'ANASE, tandis que 63 % sont du même avis en ce qui a trait à l'impact sur leurs investissements dans la région.

Rôle de soutien du CABC et du gouvernement canadien aux entreprises canadiennes dans l'ANASE

- Les entreprises canadiennes estiment que le Conseil commercial Canada-ANASE pourrait les aider tout particulièrement en leur fournissant des possibilités de réseautage (partenariats, contacts, rencontres) ou en facilitant des activités liées au gouvernement (p. ex. missions commerciales, visas, accords de libre-échange).

- Les entreprises estiment que l'aide la plus utile que pourrait leur fournir le gouvernement du Canada comprend : les missions commerciales, la simplification du processus de demande de visas et la réduction des droits de douane.

1

Contexte et introduction

La Fondation Asie Pacifique du Canada (FAP Canada), un groupe de réflexion indépendant sur les relations du Canada avec l'Asie, a mené ce sondage, lequel a ciblé exclusivement des entreprises canadiennes qui sont présentes sur le marché de l'ANASE ou qui s'y intéressent. FAP Canada a consulté un certain nombre d'intervenants sur la conception du sondage. Les conclusions présentées dans ce rapport jettent un éclairage sur certaines dimensions essentielles des relations commerciales entre le Canada et l'ANASE.

1.1 Objectif et approche

Le but de la recherche est de cerner les possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes sur le marché de l'ANASE et les défis qu'elles doivent relever. Les résultats de cette enquête donnent un aperçu des problèmes auxquels sont confrontées les entreprises canadiennes dans l'ANASE, tout en mettant en relief les perspectives qui s'offrent aux futurs chefs d'entreprise intéressés à ce marché. Ils fournissent également quelques indications aux organismes gouvernementaux et aux autres fournisseurs de services du Canada quant à la meilleure façon d'aider les entreprises canadiennes à mesure qu'elles consolident leurs activités dans l'ANASE.

1.2 Entreprises cibles

Le sondage a ciblé exclusivement les entreprises canadiennes qui sont présentes sur le marché de l'ANASE ou qui s'y intéressent. Trois sources ont été utilisées pour définir l'échantillon de population :

- les entreprises canadiennes figurant dans la base de données publique d'Industrie Canada
- les membres du Conseil commercial Canada-ANASE
- les membres des associations commerciales bilatérales canadiennes au sein des pays de l'ANASE.

1.3 Méthodologie

Le sondage a été réalisé en ligne, en anglais, à l'aide d'un questionnaire comportant 33 questions. Les réponses individuelles fournies dans le cadre du sondage n'ont pas été rendues publiques ni communiquées à d'autres parties sans le consentement des intéressés.

Le sondage en ligne a été réalisé entre le 15 juillet et le 31 août 2013. Au total, 138 entreprises ont répondu à la plupart des questions posées ou à une partie du questionnaire.

1.4 Remerciements

Le rapport a été préparé par Andy Tran, chargé de recherche de troisième cycle à la Fondation Asie Pacifique Canada, sous la direction de Daniel Savas, Ph. D., conseiller principal, Recherche sur l'opinion à la Fondation, et Yuen Pau Woo, président et chef de la direction de FAP Canada, avec l'aide de Nathan Allen, chargé de recherche de troisième cycle. Nous remercions spécialement les répondants qui ont participé à ce sondage.

La Fondation Asie Pacifique Canada tient à rendre hommage et à exprimer sa gratitude à la United Overseas Bank (UOB), dont l'aide financière généreuse a permis d'entreprendre cette recherche, et à BlackBerry, qui a offert un téléphone intelligent BlackBerry Z10 à titre d'incitatif de participation au sondage.

Nous aimerions également remercier le Conseil commercial Canada-ANASE (CABC) et les chambres de commerce canadiennes dans les pays de l'ANASE, qui ont fourni un soutien logistique dans le cadre de nos efforts de sensibilisation de leurs entreprises canadiennes membres.

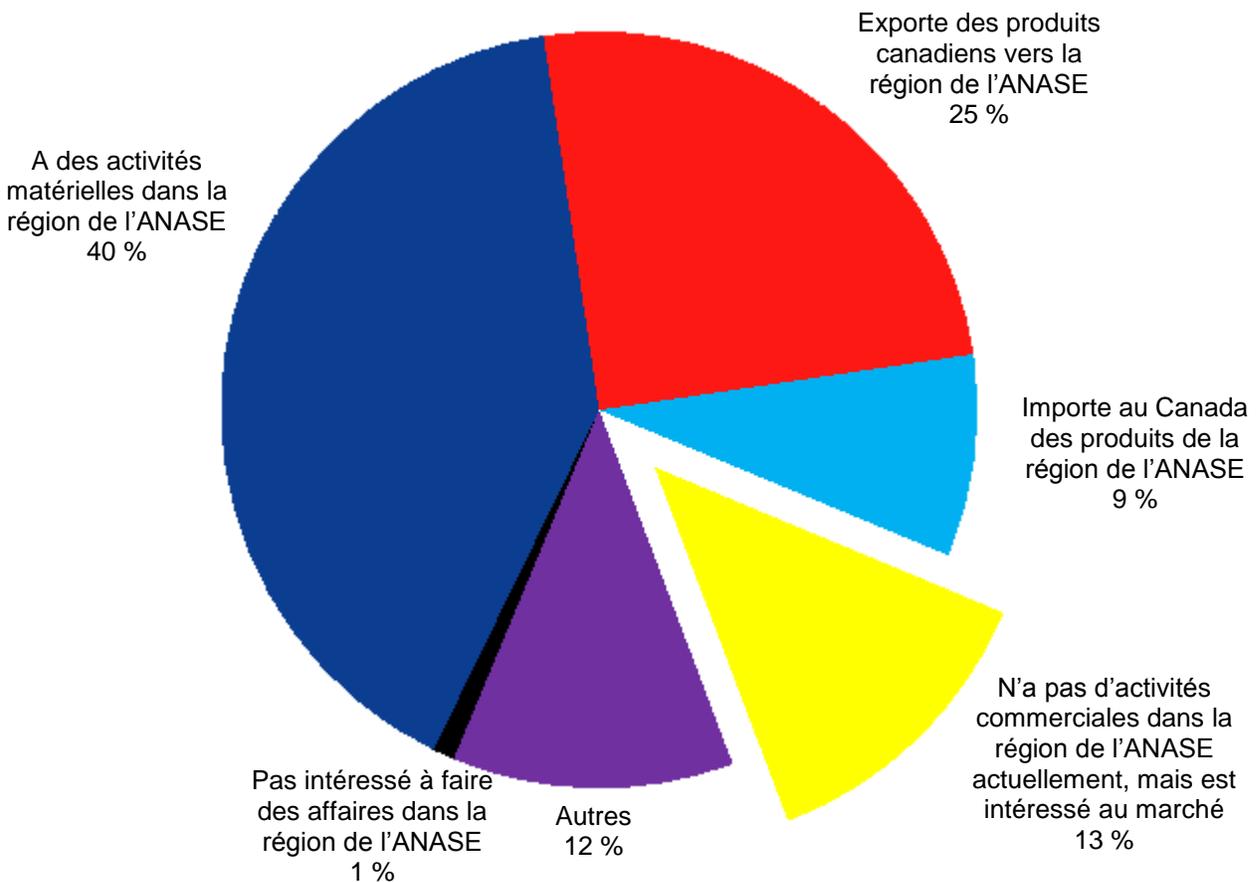
Les renseignements personnels font l'objet d'une protection rigoureuse en vertu de la Politique sur la protection de la vie privée de la Fondation Asie Pacifique du Canada, qui peut être consultée à l'adresse <http://www.asiapacific.ca/about-us/copyright#3>.

2

Profil des entreprises canadiennes dans l'ANASE

2.1 Type d'entreprises dans l'ANASE

La plupart des entreprises canadiennes qui font affaire dans l'ANASE ont également une présence physique dans la région. Quarante pour cent des répondants ont indiqué qu'ils avaient des activités matérielles dans la région, par exemple une fabrique, un bureau ou une usine. Un quart des entreprises canadiennes exportent des marchandises vers l'ANASE, tandis que 9 % en importent des produits. Fait intéressant, 13 % des répondants ont signalé qu'ils n'étaient pas activement engagés dans des activités commerciales dans l'ANASE, mais qu'ils étaient intéressés à entrer sur le marché.

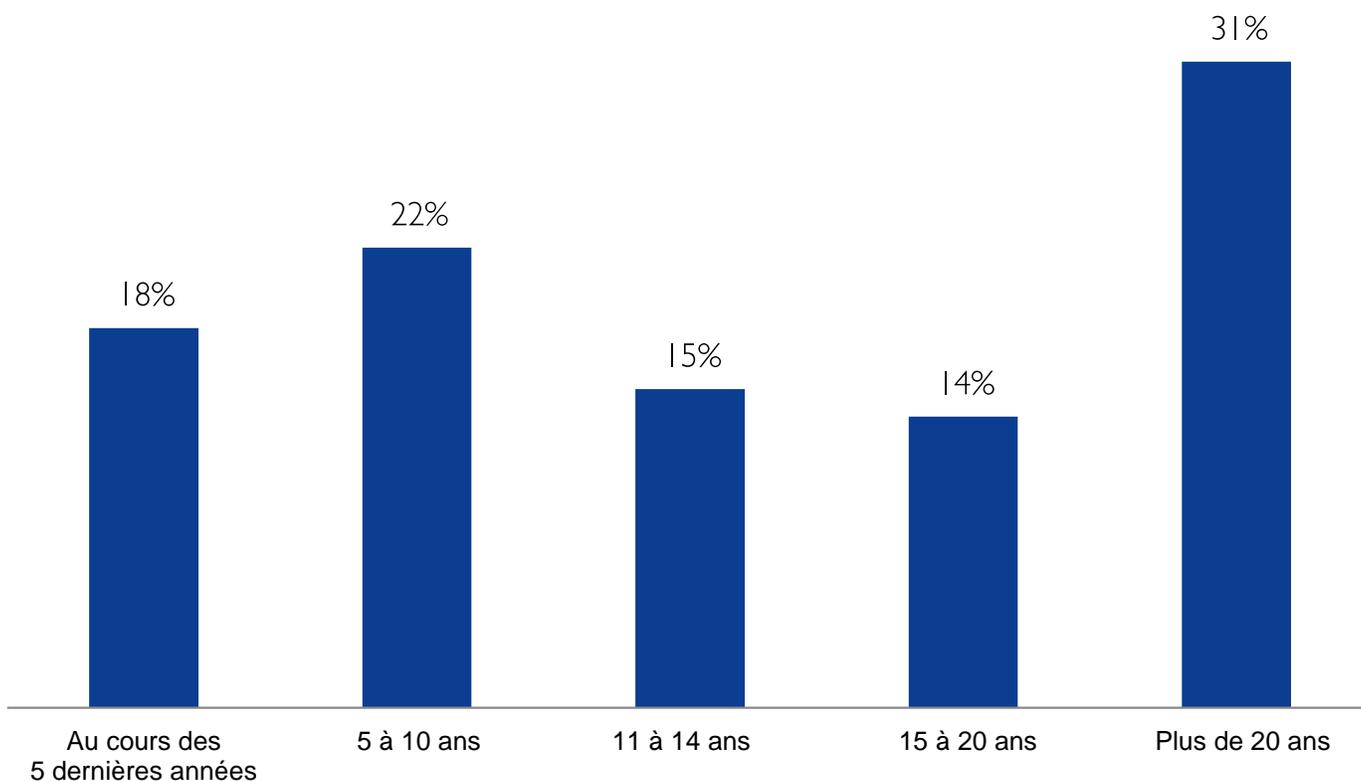


Graphique 2.1

Laquelle des caractéristiques suivantes décrit le mieux les activités de votre entreprise dans la région de l'ANASE? (n=176, 16 % des répondants ont sélectionné plusieurs options)

2.2 Nombre d'années d'activité commerciale dans l'ANASE

Bon nombre d'entreprises canadiennes présentes dans la région font des affaires avec l'ANASE depuis de nombreuses années : la moitié des répondants disent que leur entreprise y exerce ses activités depuis plus de 10 ans, et 31 % y sont implantés depuis plus de 20 ans. Cette constatation met en relief l'expertise ainsi que la connaissance du Canada existant de longue date dans la région.

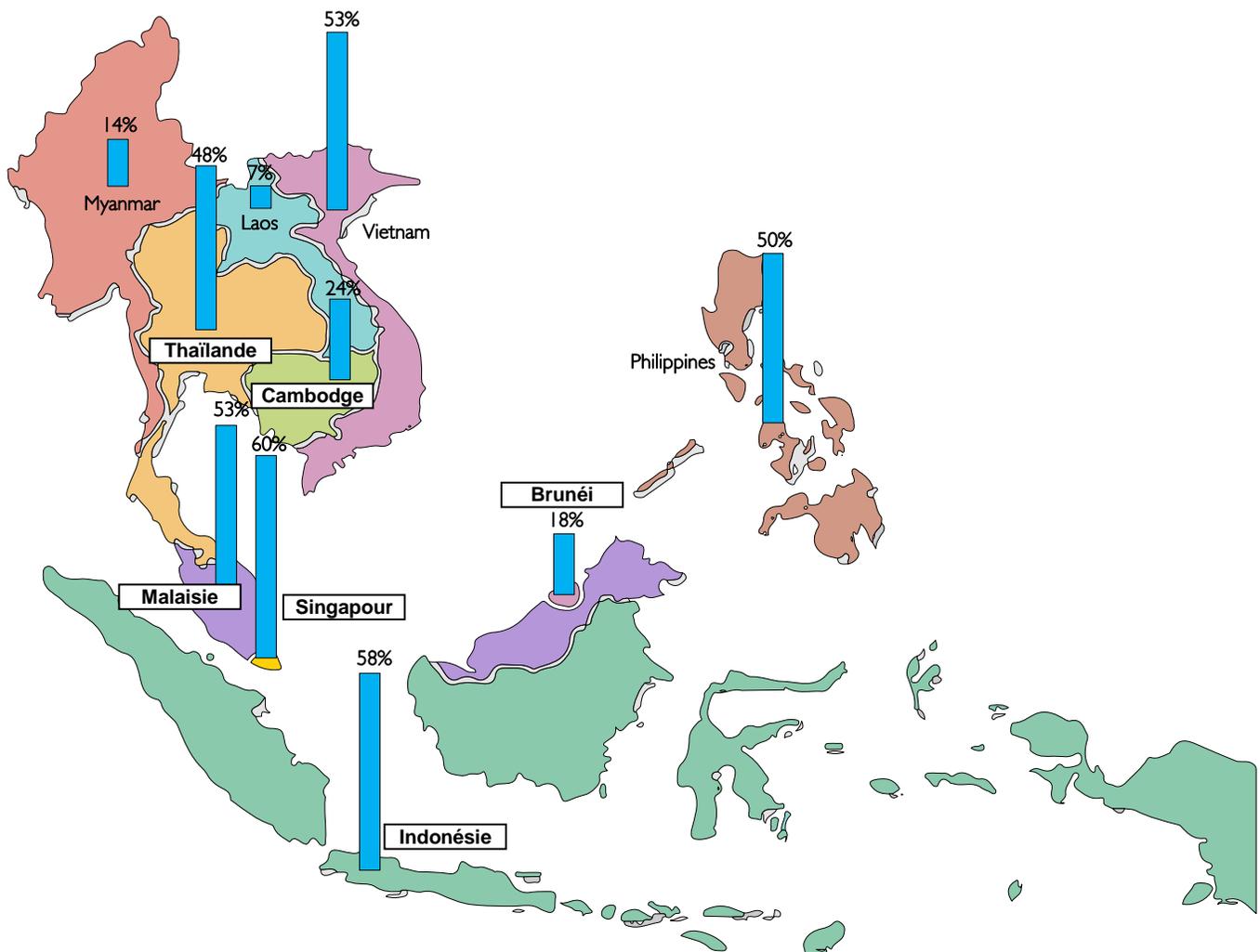


Graphique 2.2

En quelle année votre entreprise a-t-elle commencé à faire des affaires dans la région de l'ANASE? (n=138)

2.3 Emplacement des activités des entreprises canadiennes dans les pays de l'ANASE

Il existe une ligne de démarcation très nette entre les pays où il existe une présence canadienne active et ceux où une telle présence n'existe pas. Les entreprises canadiennes exercent leurs activités principalement en Indonésie, en Malaisie, aux Philippines, à Singapour, en Thaïlande et au Vietnam, ou dans plusieurs de ces pays à la fois. Parmi les marchés qui ne comptent aucune présence canadienne jusqu'à présent figurent Brunéi, le Cambodge, le Laos et le Myanmar.

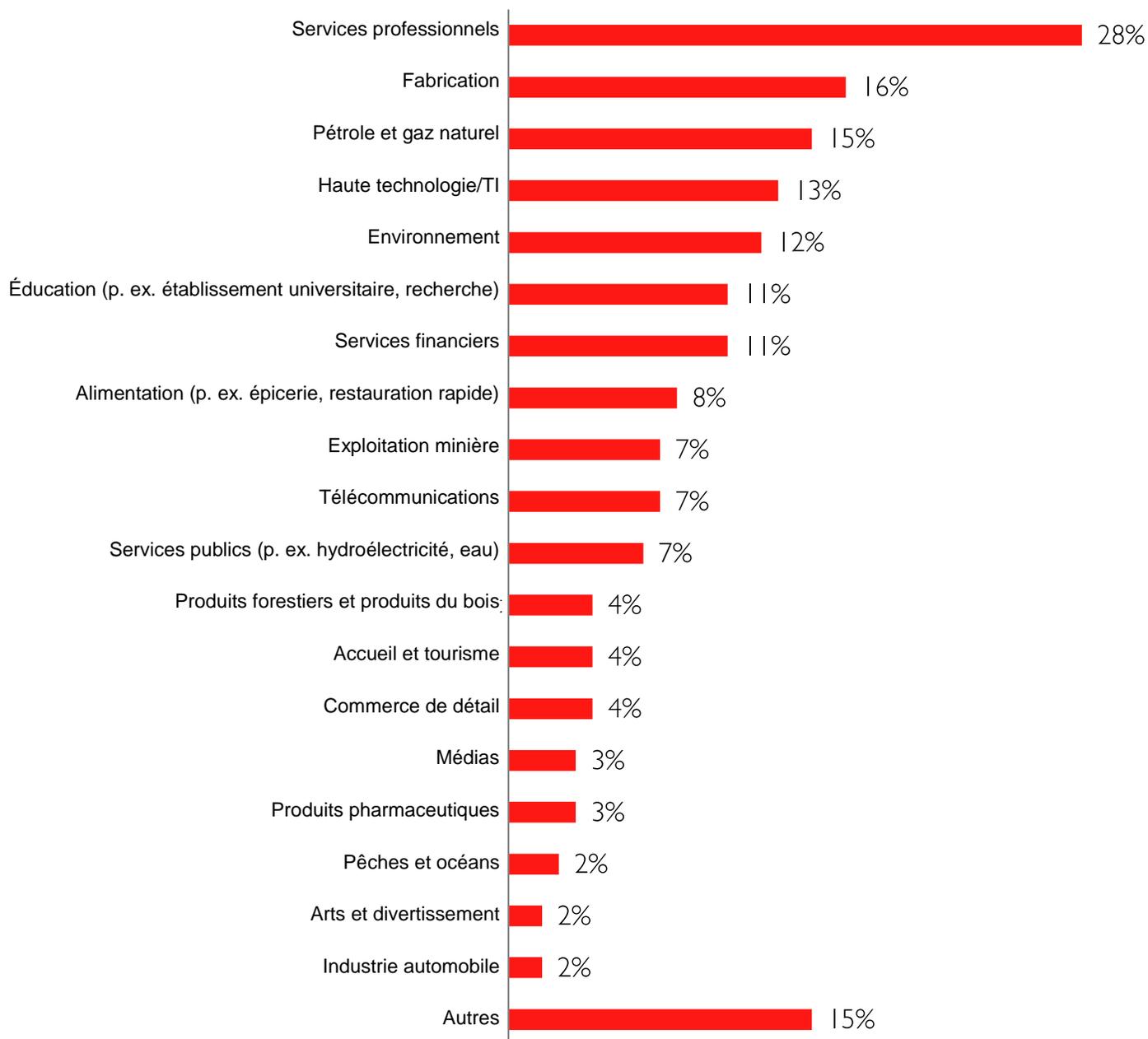


Carte 2.3

Dans quel(s) pays de la région de l'ANASE votre entreprise exerce-t-elle actuellement des activités commerciales? Veuillez sélectionner tous les pays concernés. (n=122)

2.4 Secteur d'activité des entreprises canadiennes dans l'ANASE

Les entreprises canadiennes exerçant des activités dans l'ANASE appartiennent à un large éventail de secteurs. La plupart – près de 3 sur 10 – œuvrent dans le secteur des services professionnels (p. ex. consultation ou expertise-conseil), tandis qu'entre 11 % et 16 % se retrouvent dans divers autres secteurs, allant de la fabrication, du pétrole et du gaz et de la haute technologie/technologies de l'information aux services financiers en passant par l'environnement et l'éducation.



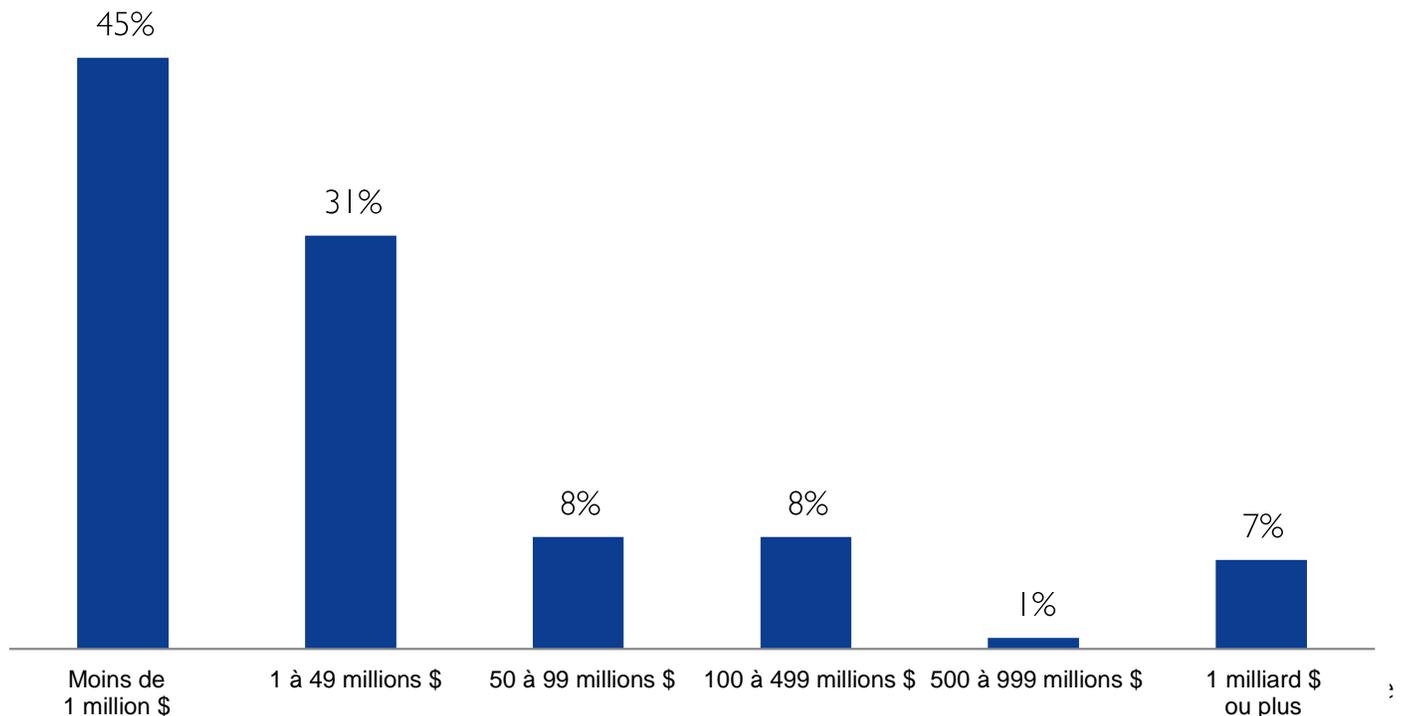
Graphique 2.4

Laquelle de ces catégories correspond le mieux au secteur industriel dans lequel votre entreprise exerce ses activités dans les pays de l'ANASE? Veuillez sélectionner toutes les catégories applicables. (n=123, 31 % des répondants ont choisi plusieurs options)

2.5 Étendue des activités canadiennes dans l'ANASE

Comme le montrent les prochains tableaux, la plupart des entreprises canadiennes présentes dans l'ANASE sont des petites ou moyennes entreprises (PME) : 45 % d'entre elles ont fait état d'un chiffre d'affaires de plus d'un million de dollars en 2012 et 74 % emploient moins de 50 travailleurs dans l'ANASE. Parallèlement, 67 % des répondants ont indiqué que moins du quart de leur chiffre d'affaires global en 2012 était attribuable à leurs activités dans l'ANASE, et 42 % ont signalé que l'ANASE représentait moins de 5 % de leurs revenus. Ces chiffres laissent entendre que les entreprises canadiennes peuvent avoir des activités plus importantes au Canada ou ailleurs et que l'ANASE ne représente qu'un faible pourcentage de leurs activités totales.

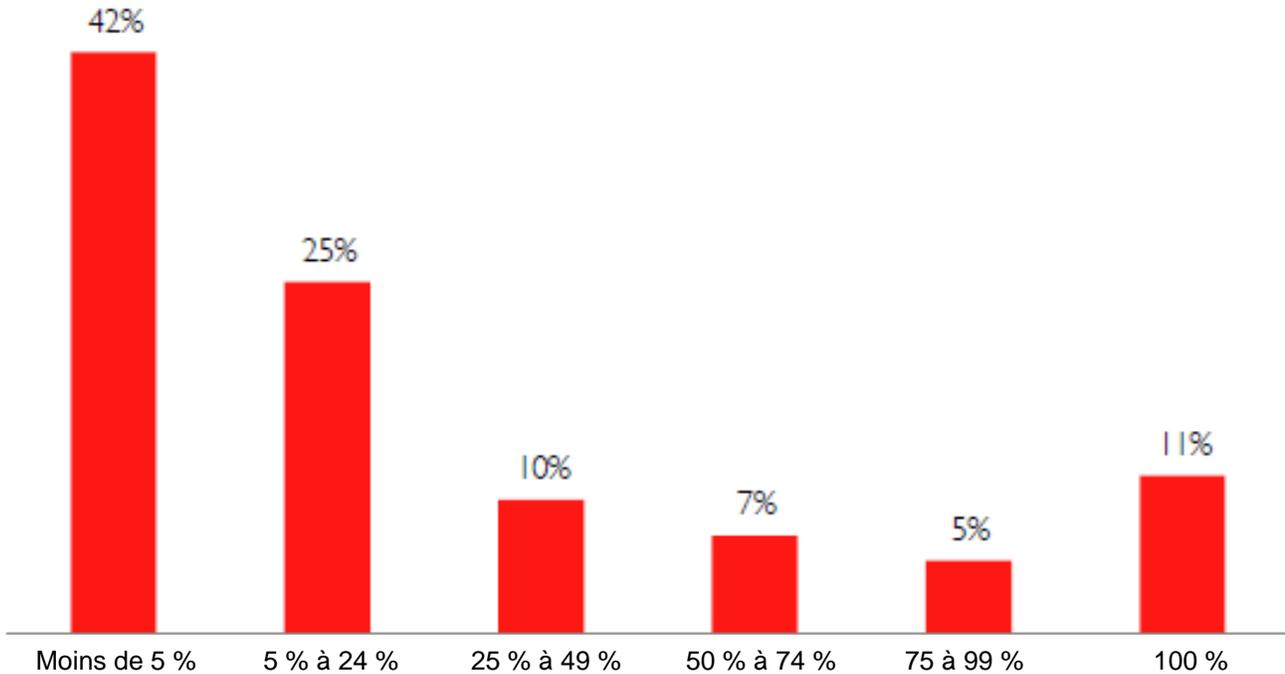
Chiffre d'affaires dans l'ANASE en 2012 (\$CAN)



Graphique 2.5a

Dans quelle fourchette se situait le chiffre d'affaires de votre entreprise dans les pays de l'ANASE en 2012 (\$CAN)?
(n=119)

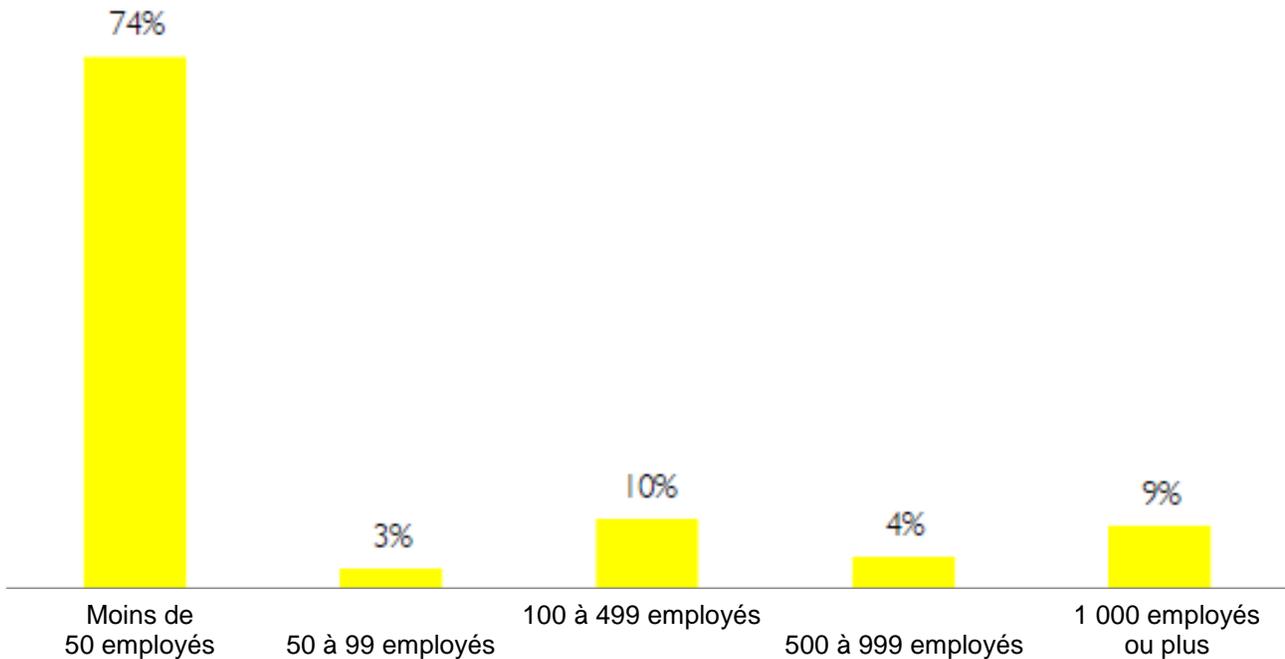
Part de l'ANASE dans les recettes brutes globales (en %)



Graphique 2.5b

Environ quel pourcentage des recettes brutes globales de votre entreprise en 2012 est attribuable à vos activités dans les pays de l'ANASE? (n=115)

Nombre d'employés correspondant aux activités dans l'ANASE

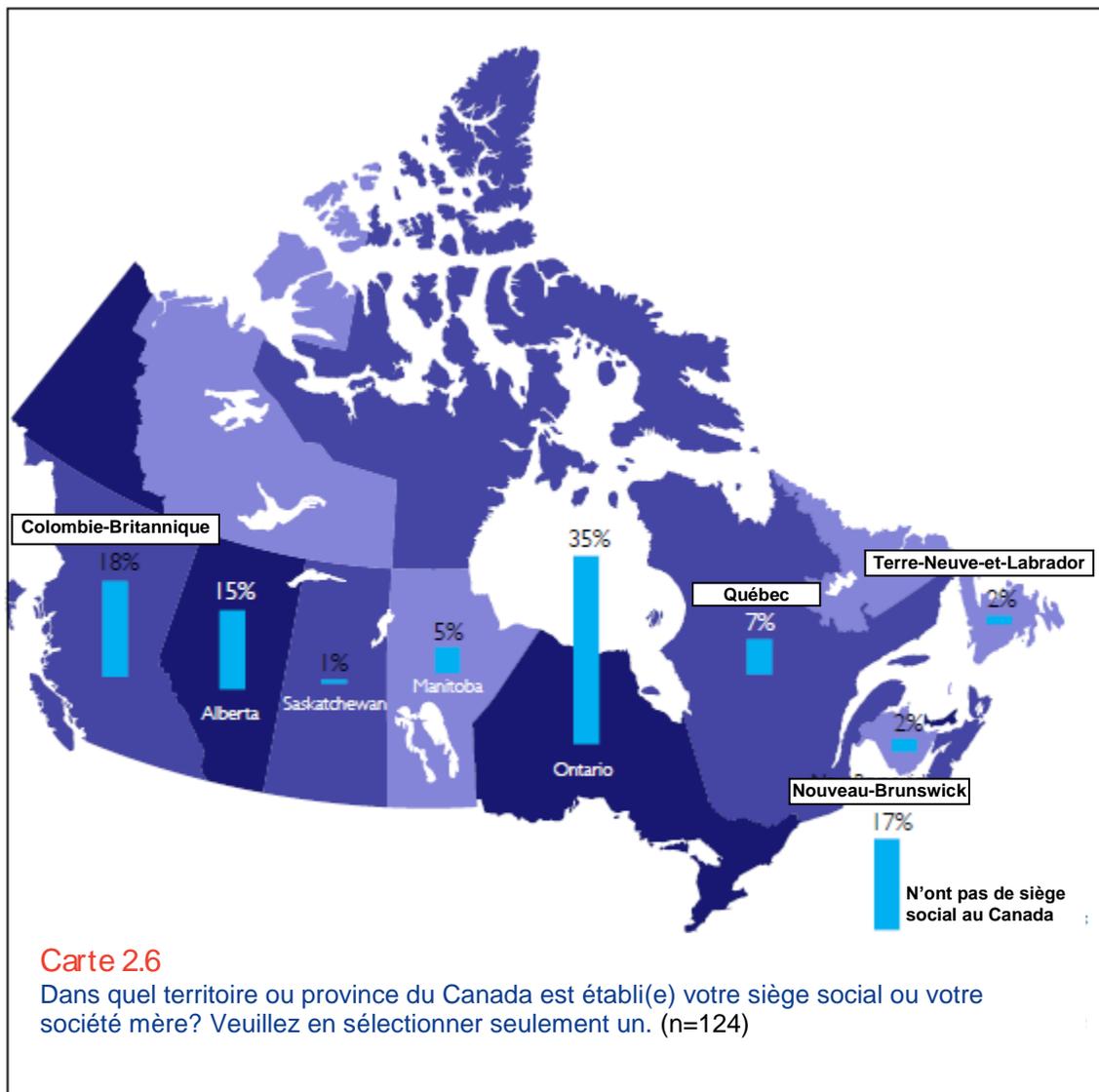


Graphique 2.5c

Quelle était la taille approximative de l'effectif total de votre entreprise dans les pays de l'ANASE en 2012? (n=113)

2.6 Siège social au Canada des entreprises présentes dans l'ANASE

La plupart des entreprises canadiennes qui sont présentes dans l'ANASE ont leur siège en Ontario, en Colombie-Britannique ou en Alberta; autrement, un grand nombre d'entre elles n'ont pas de siège social au Canada.

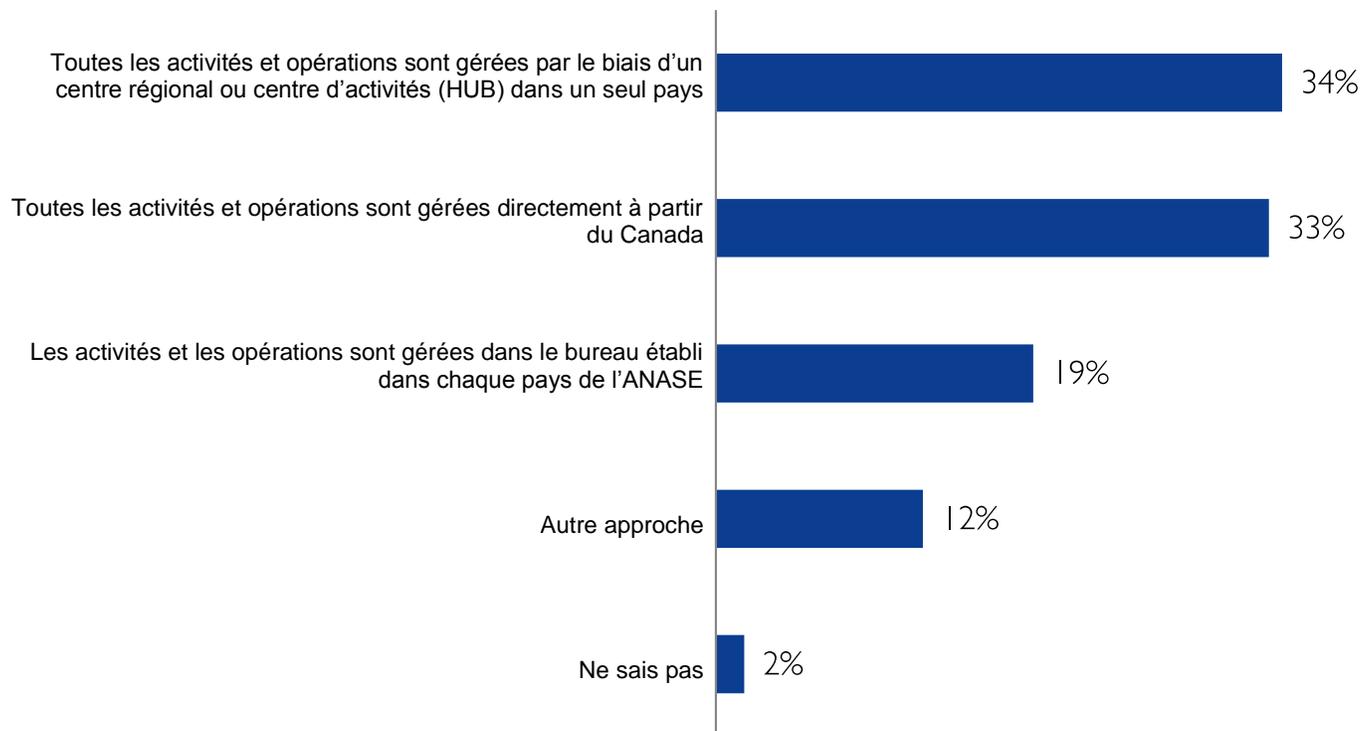


3

Gestion des activités commerciales dans l'ANASE

3.1 Gestion des activités dans l'ANASE

Les entreprises canadiennes dans l'ANASE sont généralement qualifiées de petites ou moyennes entreprises (PME), bien que la région ne représente qu'un faible pourcentage du chiffre d'affaires global.

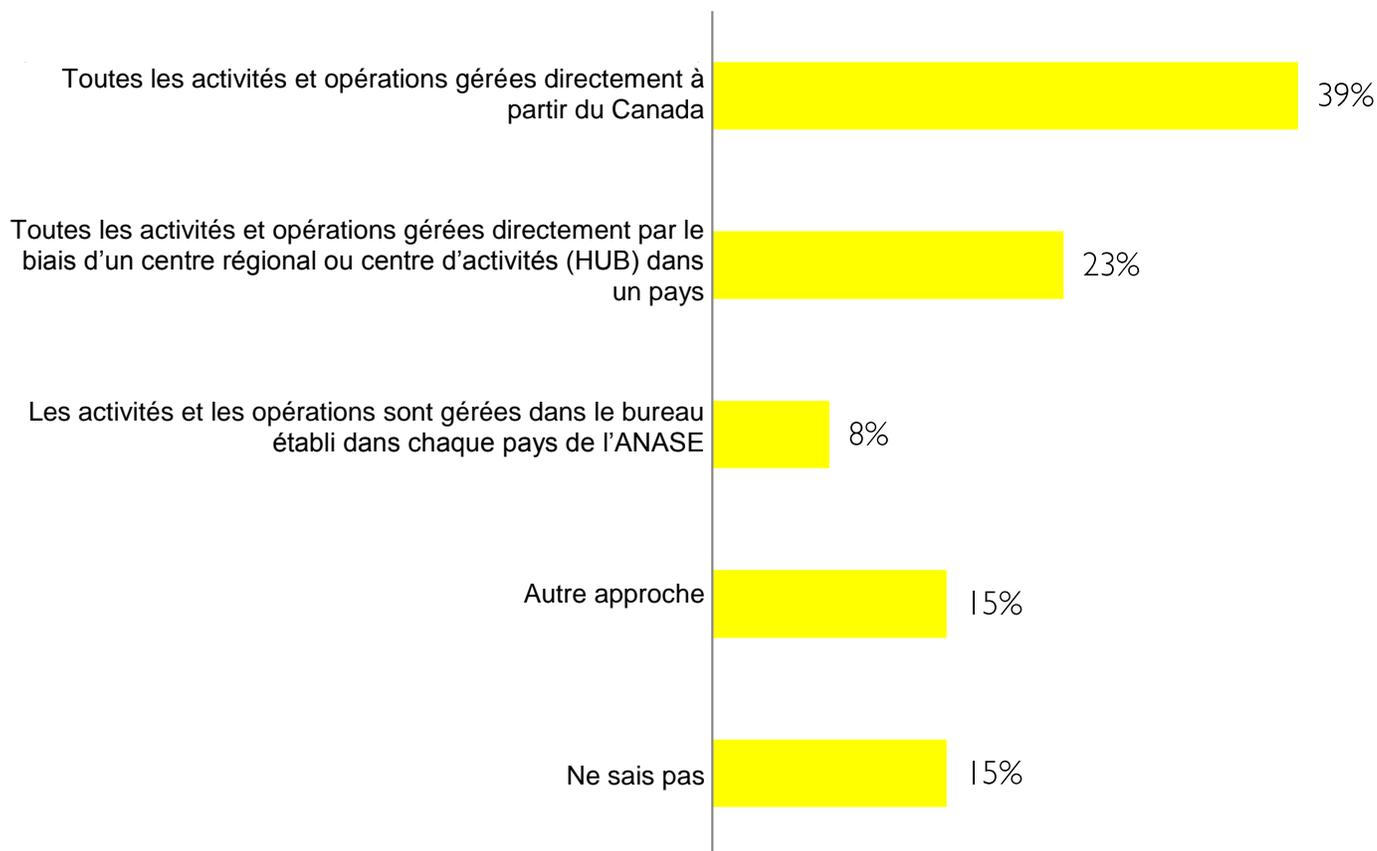


Graphique 3.1

Laquelle des approches suivantes votre entreprise utilise-t-elle pour gérer ses activités commerciales dans la région de l'ANASE (p. ex. gestion des affaires et gestion financière, opérations et administration)? Veuillez en choisir seulement une. (n=121)

3.2 Intentions quant à la gestion des activités (chez les entreprises intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE)

Les entreprises canadiennes intéressées au marché de l'ANASE indiquent qu'elles sont plus susceptibles de gérer leurs activités dans l'ANASE à partir du Canada plutôt que par le biais d'un centre régional établi dans la région ou d'un bureau dans chaque pays.

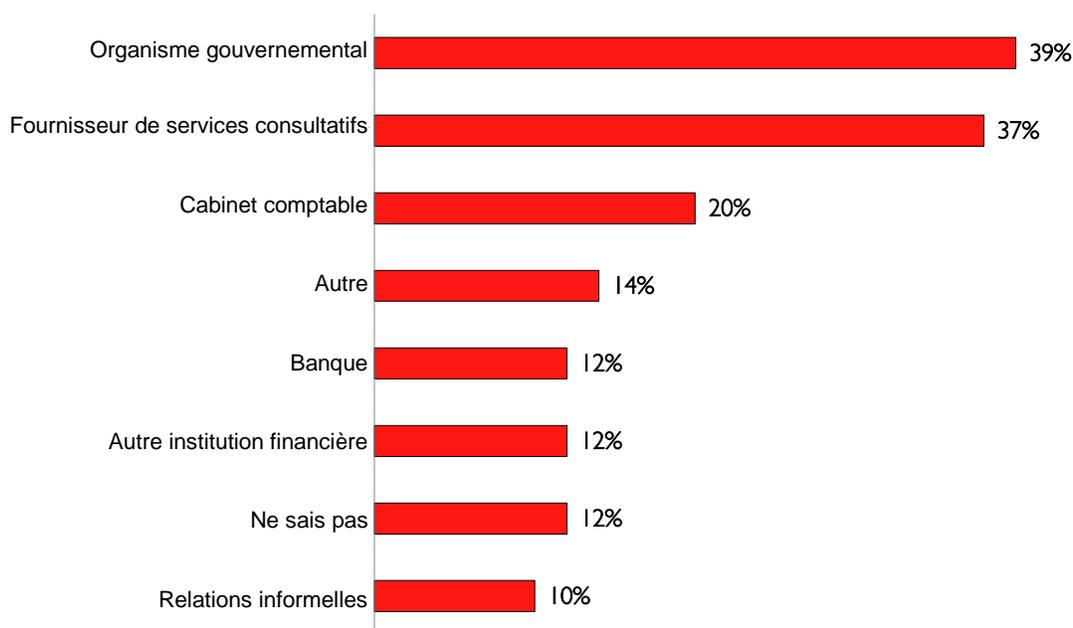
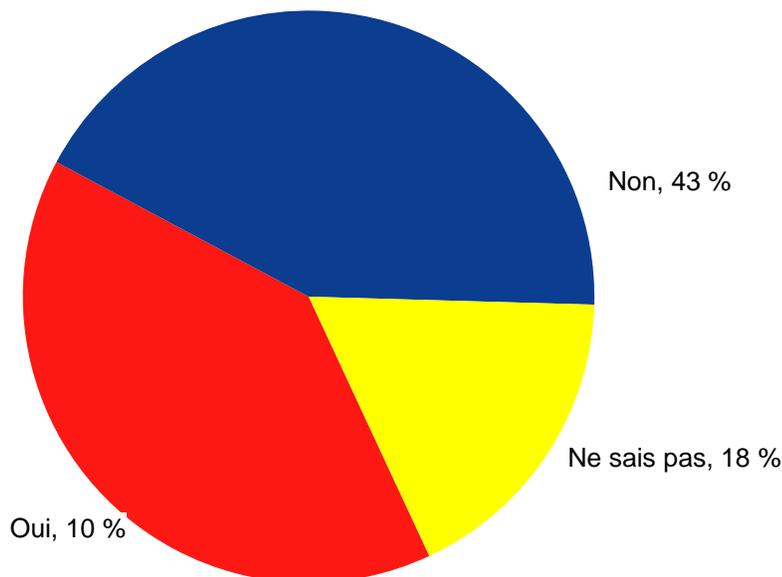


Graphique 3.2

Et, en ce qui concerne vos activités commerciales potentielles dans la région de l'ANASE (p. ex. gestion des affaires et gestion financière, opérations et administration), laquelle des approches suivantes votre entreprise envisage-t-elle? Veuillez en sélectionner seulement une. (n=26)

3.3 Conseils pour le démarrage de l'entreprise

Moins de la moitié des entreprises canadiennes qui ont commencé à exercer des activités dans l'ANASE ont cherché des conseils en vue de leur démarrage. Bon nombre de celles qui l'ont fait se sont tournées vers le gouvernement, des fournisseurs de services consultatifs ou des cabinets comptables en vue d'obtenir de l'aide.

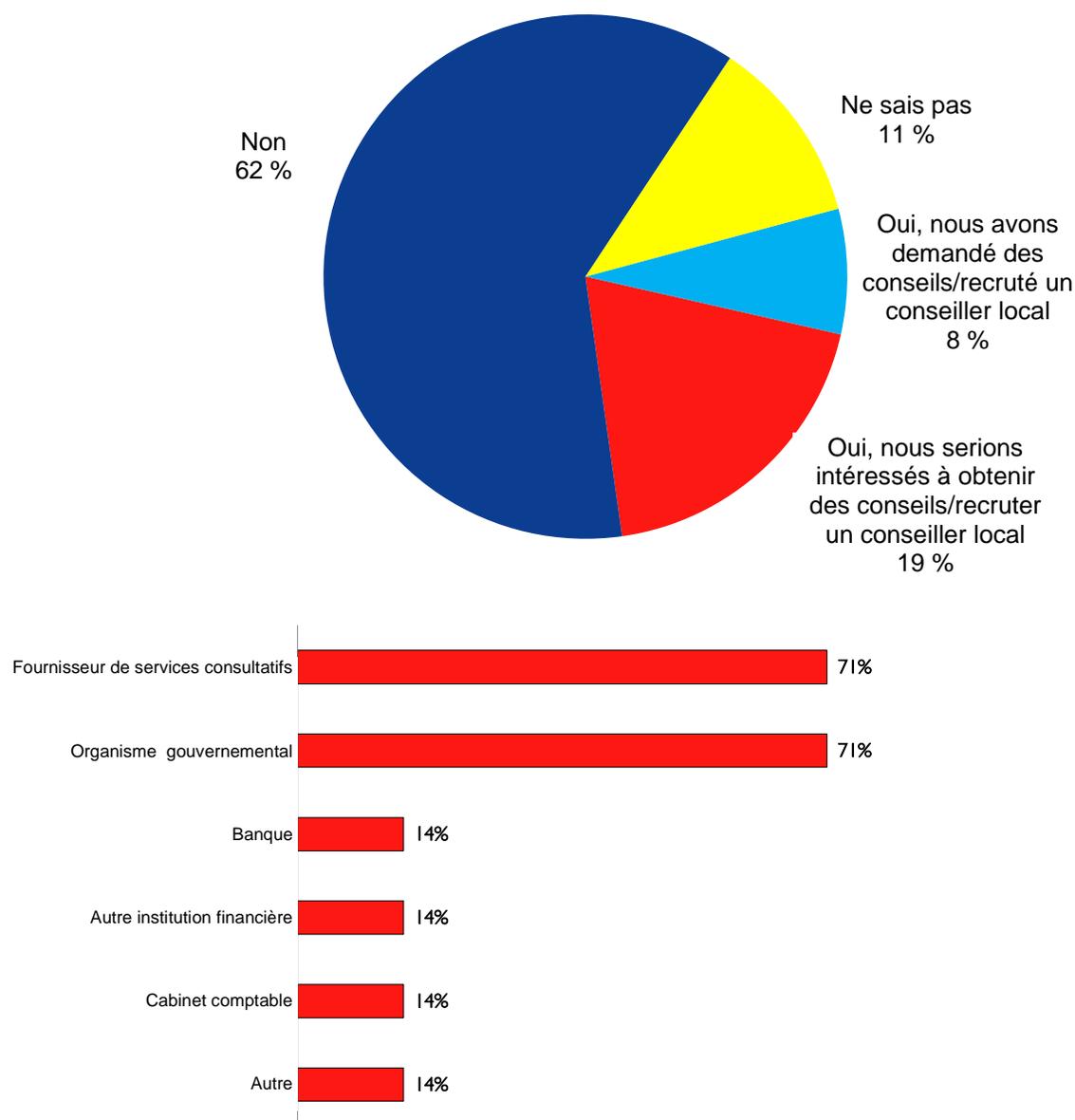


Graphique 2.3

Lorsque votre entreprise a démarré ses activités commerciales dans la région de l'ANASE, a-t-elle cherché des conseils sur place ou a-t-elle recruté un conseiller local pour aider dans le cadre de vos décisions d'investissement ou de votre stratégie commerciale? (n=136) Dans l'affirmative, auprès de laquelle des entités suivantes avez-vous cherché à obtenir des conseils/services ou seriez-vous intéressé à le faire? Veuillez cocher toutes les options qui s'appliquent. (n=51)

3.4 Conseils pour le démarrage de l'entreprise (chez les entreprises canadiennes intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE)

La plupart des entreprises qui songent à investir ou à implanter des activités dans l'ANASE n'ont pas encore demandé de conseils à des conseillers locaux. Un quart d'entre elles l'ont fait. Si elles devaient demander conseil, elles se tourneraient très probablement vers une agence de services consultatifs ou un organisme gouvernemental.



Graphique 3.4

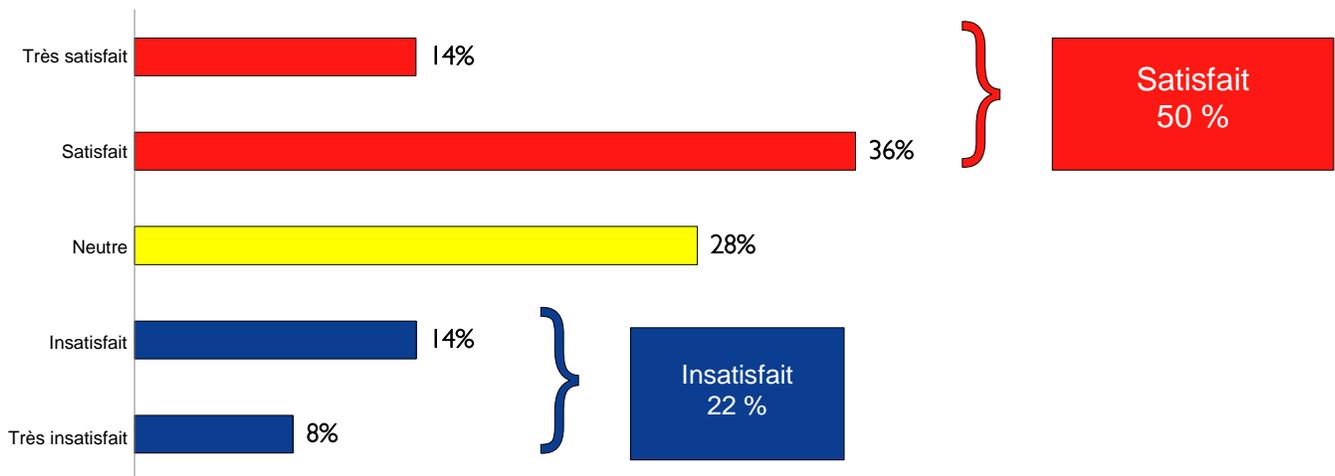
À ce jour, avez-vous cherché à obtenir des conseils sur place ou recruté un conseiller local pour aider dans le cadre de vos décisions d'investissement ou de votre stratégie commerciale dans la région de l'ANASE, ou seriez-vous intéressé à le faire? Veuillez cocher toutes les options applicables. (n=26) Dans l'affirmative, auprès de laquelle des entités suivantes avez-vous cherché à obtenir des conseils/services ou seriez-vous intéressé à le faire? Veuillez cocher toutes les options applicables. (n=7)

4

Activité commerciale dans l'ANASE à ce jour

4.1 Satisfaction à l'égard de la performance de l'entreprise dans l'ANASE

La moitié des entreprises canadiennes présentes actuellement dans l'ANASE sont satisfaites du rendement global de leurs activités. Trente-huit pour cent expriment des points de vue plus neutres et 22 p. 100 manifestent de l'insatisfaction.

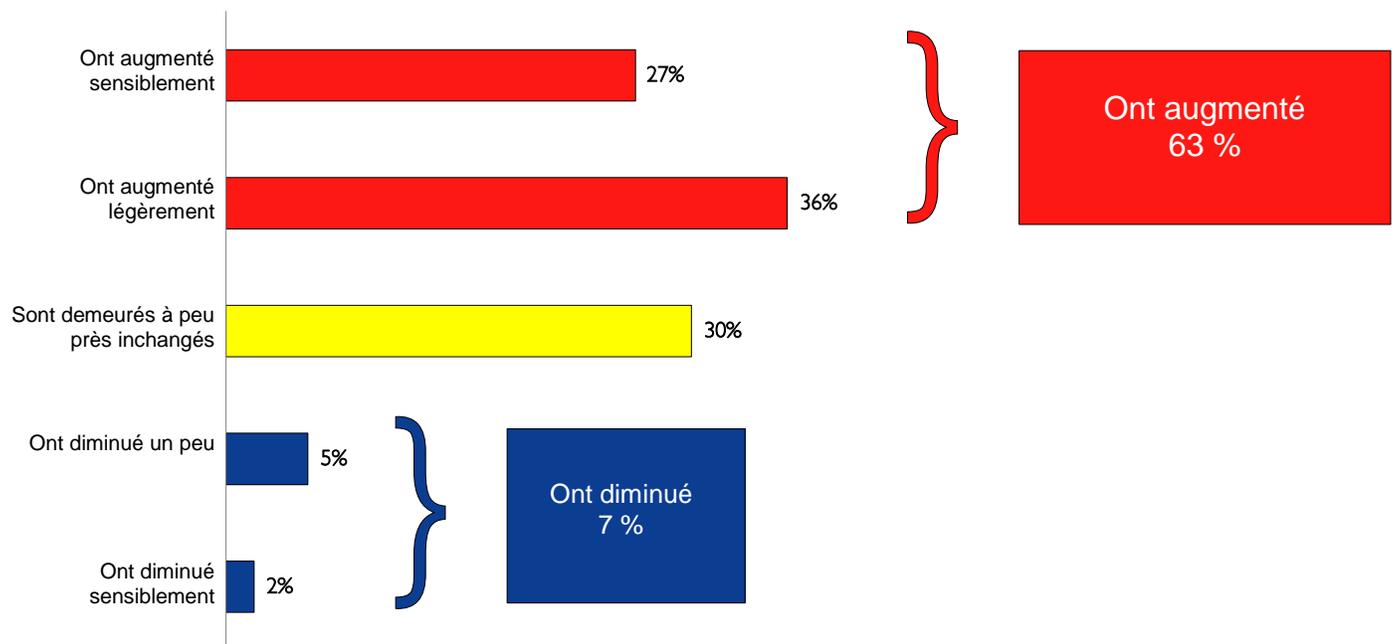


Graphique 4.1

De façon générale, diriez-vous que vous êtes satisfait ou insatisfait de la performance globale des activités commerciales de votre entreprise dans la région de l'ANASE? Veuillez utiliser une échelle de 10 points où 1 signifie que vous êtes « très insatisfait », et où 10 signifie que vous êtes « très satisfait ». (n=114)

4.2 Évolution de l'investissement dans l'ANASE au cours des deux dernières années

Les entreprises canadiennes perçoivent un potentiel considérable dans le marché de l'ANASE, car elles investissent davantage et avec confiance dans la région. Plus de 6 entreprises sur 10 affirment que leurs investissements dans l'ANASE ont augmenté au cours des deux dernières années, 27 % faisant état d'une augmentation significative. Celles qui indiquent que leurs investissements ont diminué sont beaucoup moins nombreuses – à peine 7 %.

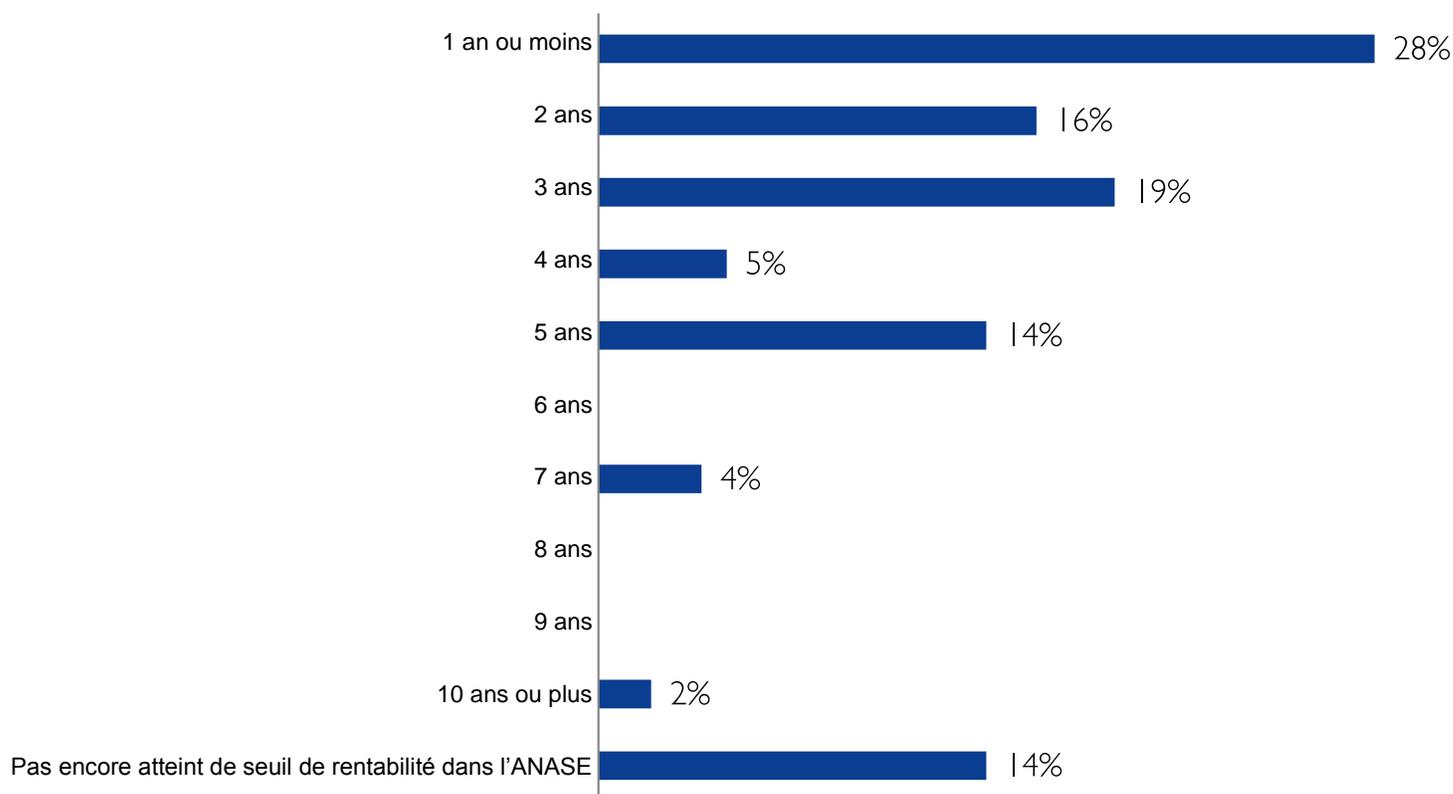


Graphique 4.2

Au cours des deux dernières années, les investissements de votre entreprise dans la région de l'ANASE...? (n=113)

4.3 Temps mis par l'entreprise pour atteindre la rentabilité

Les investissements effectués par les entreprises canadiennes dans l'ANASE se sont traduits par des résultats nets positifs, et ce, au cours d'une période de temps relativement courte. Plus de 6 entreprises sur 10 présentes dans l'ANASE (63%) ont atteint la rentabilité en moins de trois ans, dont 28 % dès leur première année d'activité. À l'autre extrême, 14% des personnes interrogées ont signalé que leur entreprise n'avait pas encore atteint le seuil de rentabilité dans l'ANASE.

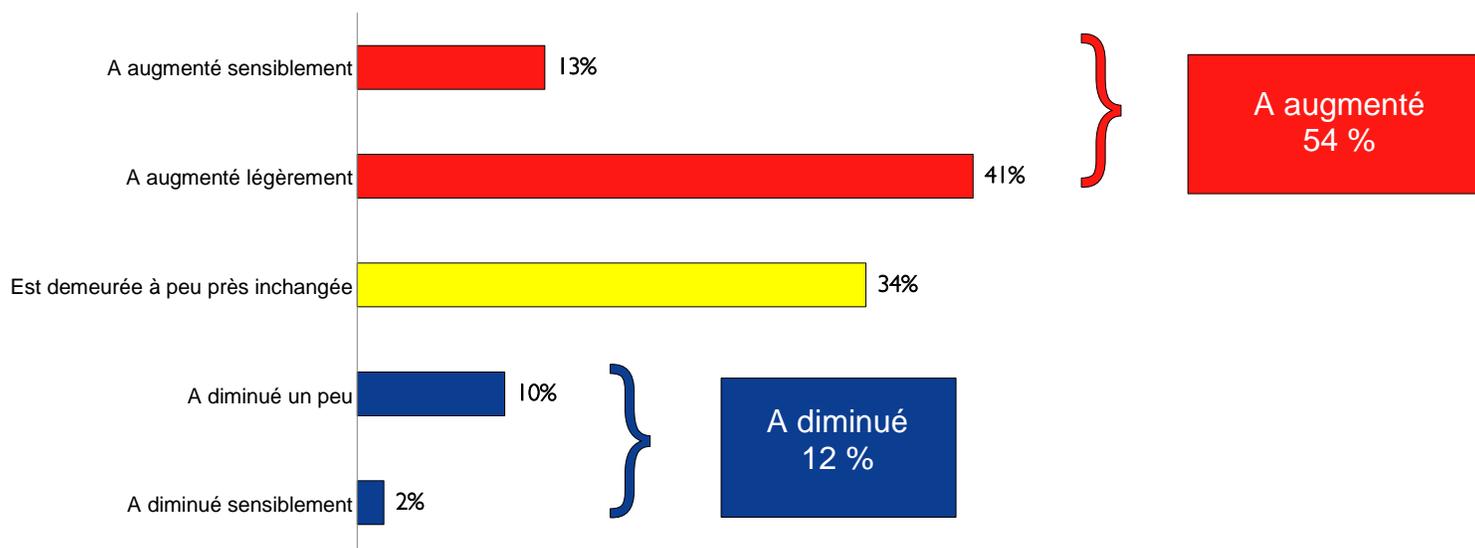


Graphique 4.3

Combien d'années environ a-t-il fallu à votre entreprise pour atteindre le seuil de rentabilité dans le cadre de ses activités dans la région de l'ANASE? (n=108)

4.4 Variation de la rentabilité des activités dans l'ANASE

La plupart des entreprises canadiennes présentes dans l'ANASE ont indiqué que la rentabilité de leurs activités a augmenté ou est restée inchangée depuis 2011. Seulement 13 % ont fait état d'une augmentation importante de leur rentabilité, tandis que 12 % ont signalé une diminution de leur rentabilité.



Graphique 4.4

Comparativement à la situation d'il y a deux ans (ou au démarrage de vos activités dans la région de l'ANASE, si elles ont commencé il y a moins de deux ans), est-ce que la rentabilité actuelle de votre entreprise dans la région de l'ANASE... ? (n=111)

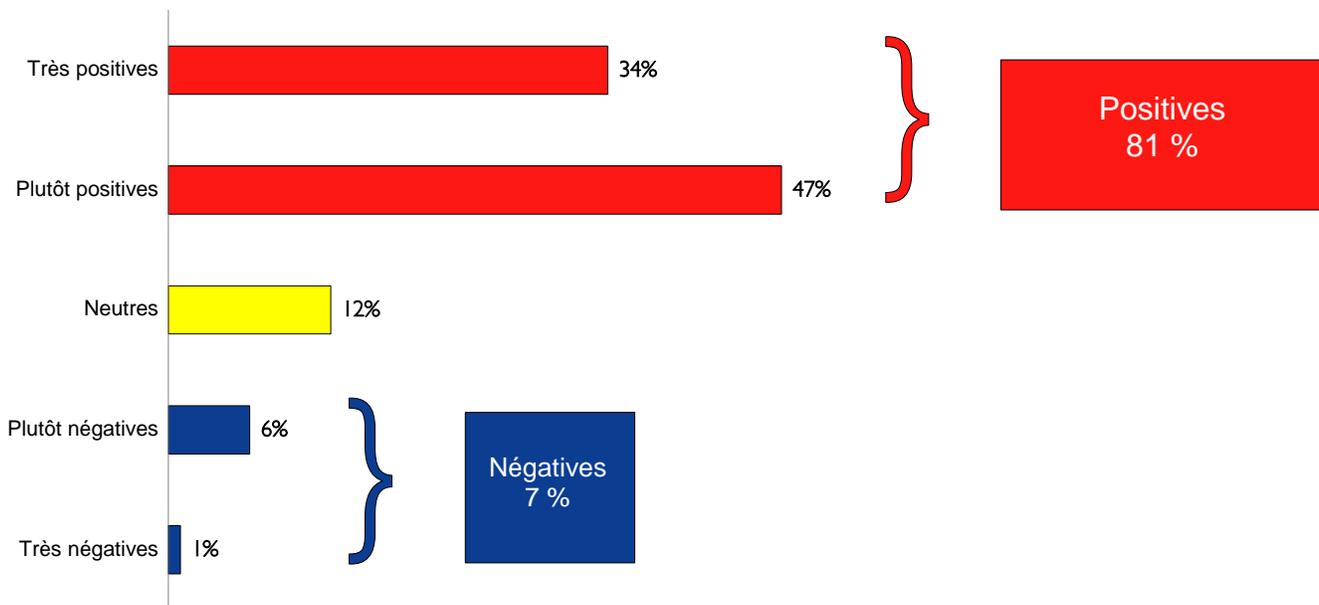
5

Perspectives d'investissement dans l'ANASE

Interrogées sur leurs perspectives pour l'avenir, bon nombre d'entreprises canadiennes font preuve d'optimisme et de confiance, même si elles n'ont obtenu que des résultats moyens dans la région jusqu'à présent. Certaines entreprises canadiennes se sont montrées plus ambivalentes en ce qui a trait à l'état actuel de leurs activités.

5.1 Perspectives d'investissement dans l'ANASE

Les entreprises canadiennes sont très optimistes en ce qui concerne les perspectives d'investissement dans l'ANASE : 81 % les jugent positives et 34 % très positives. Seulement 7 % des entreprises interrogées estiment que les perspectives sont négatives, tandis que 12 % considèrent qu'elles ne sont ni positives ni négatives.

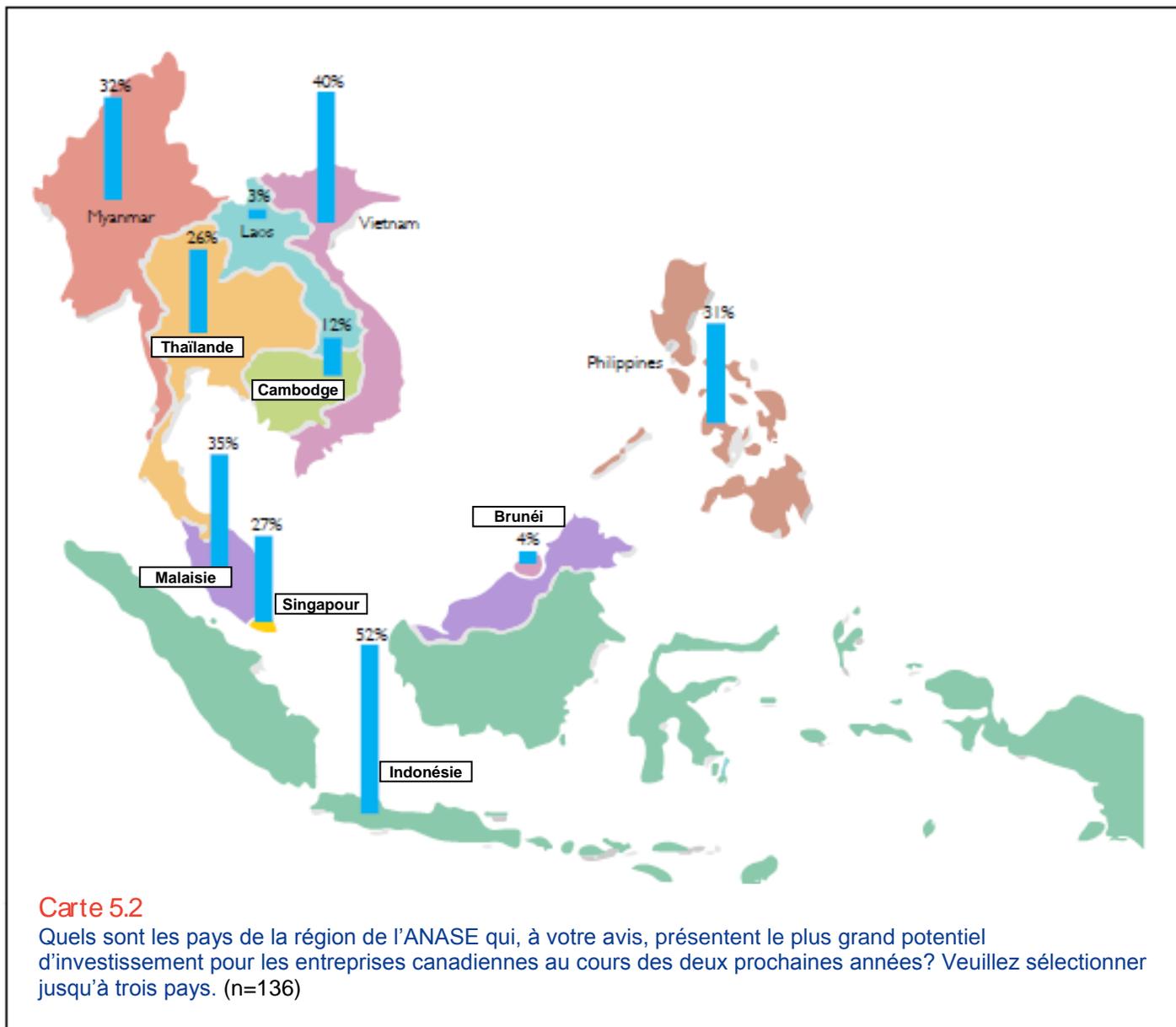


Graphique 5.1

De façon générale, diriez-vous que les perspectives d'investissement dans la région de l'ANASE sont...? (n=113)

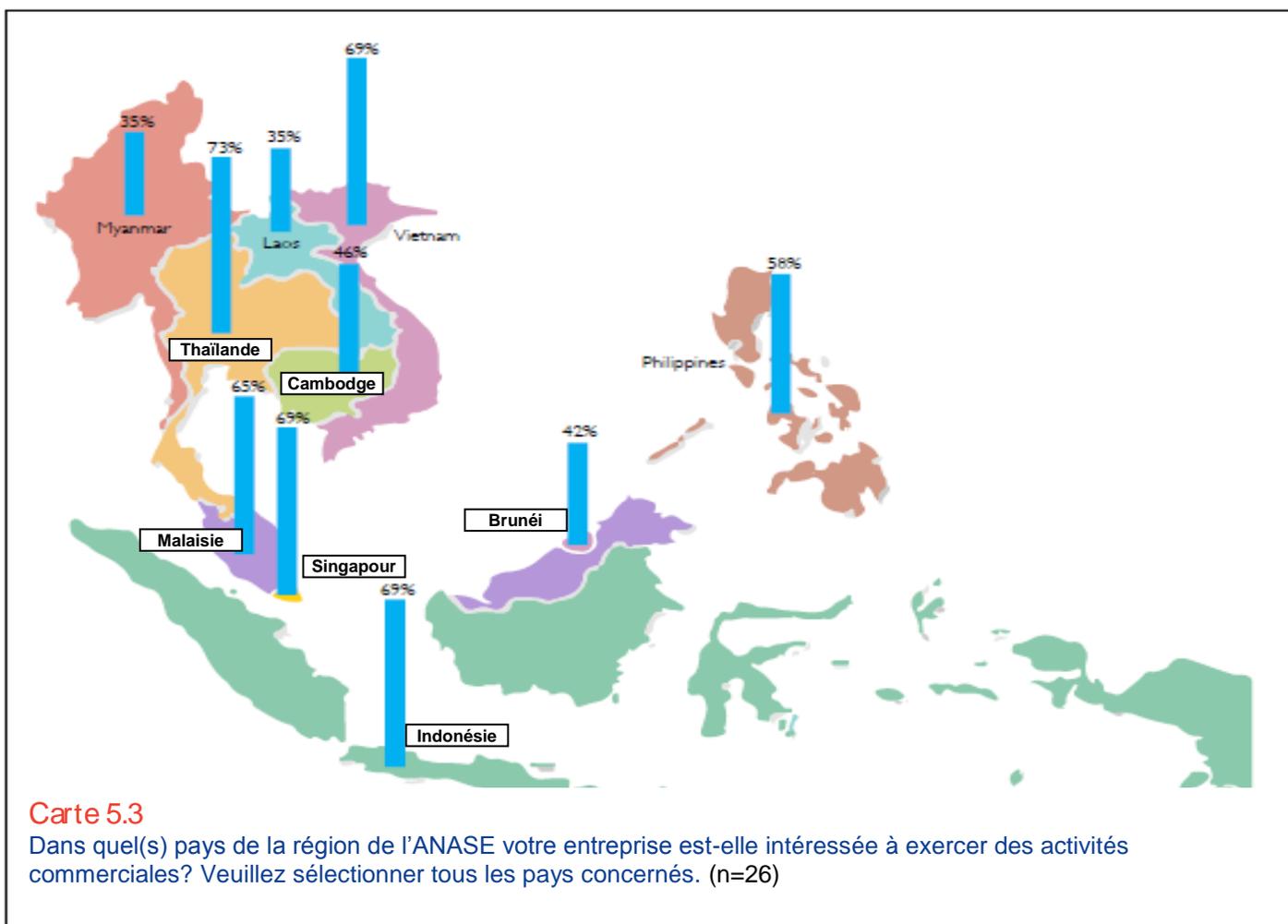
5.2 Perspectives d'affaires dans les pays de l'ANASE

Bon nombre d'entreprises canadiennes estiment que les pays de l'ANASE qui comptent une présence canadienne active sont aussi les meilleurs endroits pour l'investissement. Le Myanmar fait toutefois exception. En dépit de l'inexistence d'une présence commerciale canadienne actuellement, le pays est perçu par de nombreuses entreprises (35 %) comme étant une destination attrayante pour leurs futurs investissements dans la région.



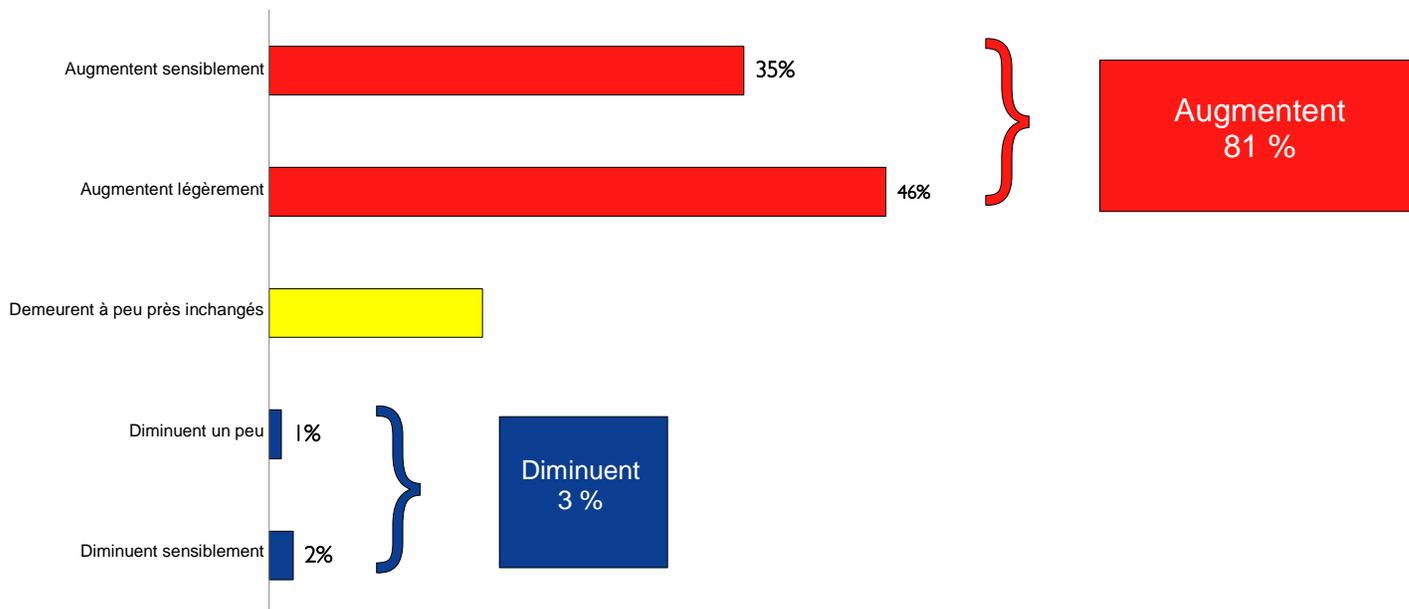
5.3 Pays cibles pour les entreprises canadiennes intéressées à entrer sur le marché de l'ANASE

Les entreprises canadiennes qui lorgnent le marché de l'ANASE perçoivent du potentiel dans toute la région. Toutefois, elles manifestent une nette préférence pour la Thaïlande, l'Indonésie, Singapour et le Vietnam.



5.4 Intentions quant aux futurs investissements dans l'ANASE

Les entreprises canadiennes, dans leur vaste majorité, envisagent d'accroître leurs investissements dans l'ANASE, et plus d'un tiers (35 %) comptent les intensifier de manière sensible. Seulement 3 % des entreprises s'attendent à une diminution de leurs investissements.

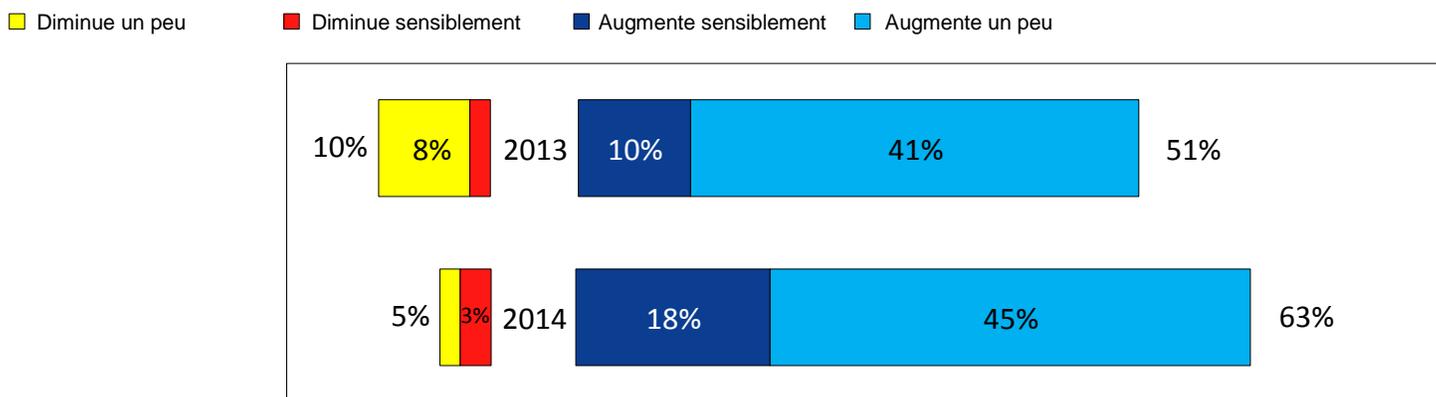


Graphique 5.4

Sur un horizon de 5 ans, vous attendez-vous à ce que les investissements de votre entreprise dans la région de l'ANASE...? (n=113)

5.5 Attentes en matière de rentabilité pour les deux prochaines années

En cohérence avec leur attitude optimiste, les entreprises canadiennes dans l'ANASE sont confiantes quant à leurs perspectives commerciales dans la région. La moitié (51 %) d'entre elles s'attendent à ce que leur rentabilité s'améliore en 2013 et 63 % en 2014. Seulement 10 % des répondants estiment que leur rentabilité diminuera en 2013, et un nombre relativement moins élevé prévoient une diminution en 2014.

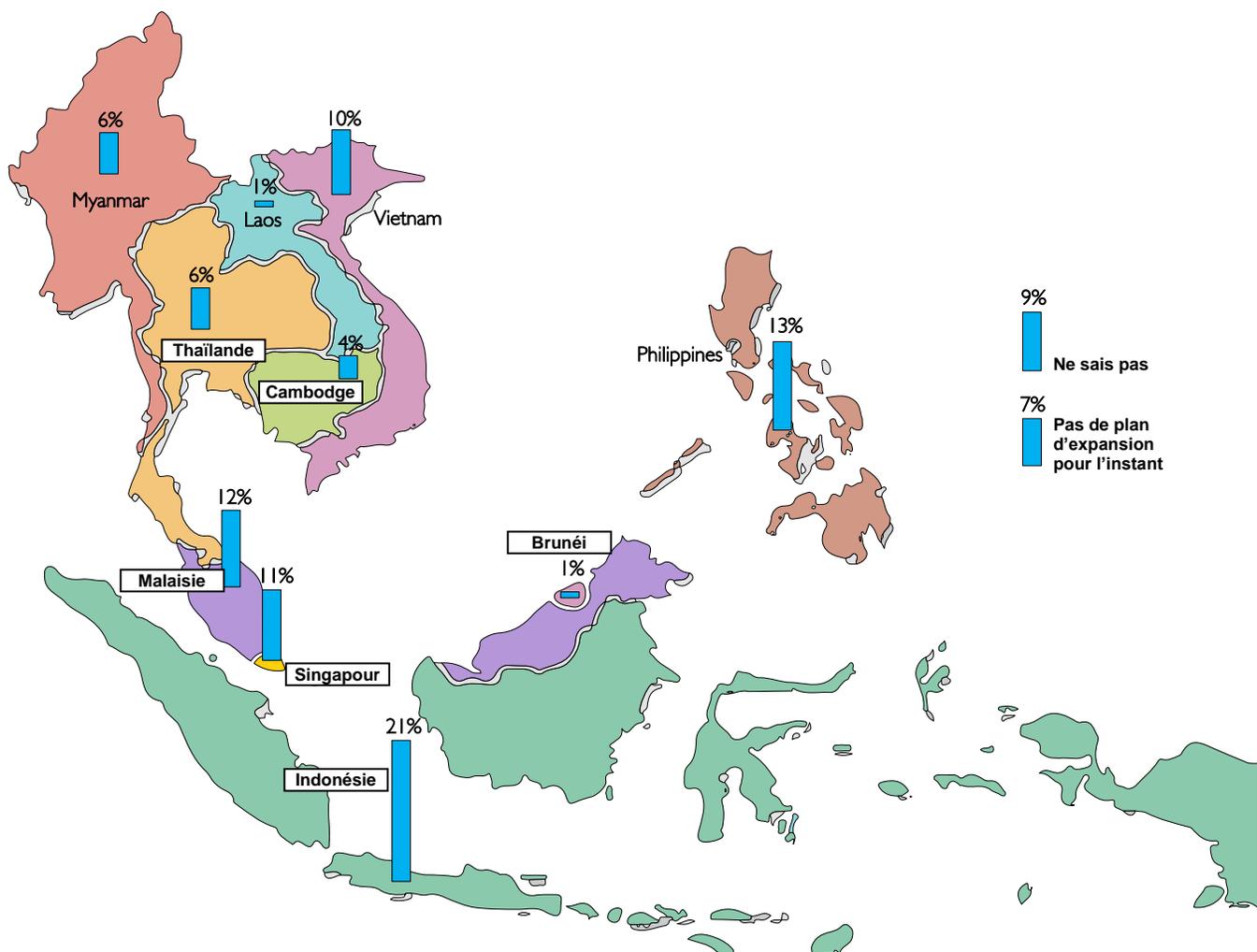


Graphique 5.5

En comparaison de 2012, vous attendez-vous à ce que la rentabilité de votre entreprise dans la région de l'ANASE au cours des deux prochaines années diminue ou augmente? Veuillez donner une réponse pour chaque année. (n=111)

5.6 Pays ciblés pour l'expansion des activités dans l'ANASE

Interrogés sur leurs objectifs d'expansion, la plupart des répondants mentionnent des pays qui comptent déjà une présence canadienne active, notamment l'Indonésie, les Philippines, la Malaisie et Singapour. L'Indonésie représente le choix le plus populaire parmi les entreprises canadiennes : 21 % désignent ce pays comme étant le prochain emplacement le plus probable pour l'expansion de leurs activités. Les Philippines, la Malaisie et Singapour représentent une destination attrayante pour environ 1 entreprise sur 10. Très peu de répondants ont fait choix de Brunéi ou du Laos comme pays où ils souhaiteraient étendre leurs activités.

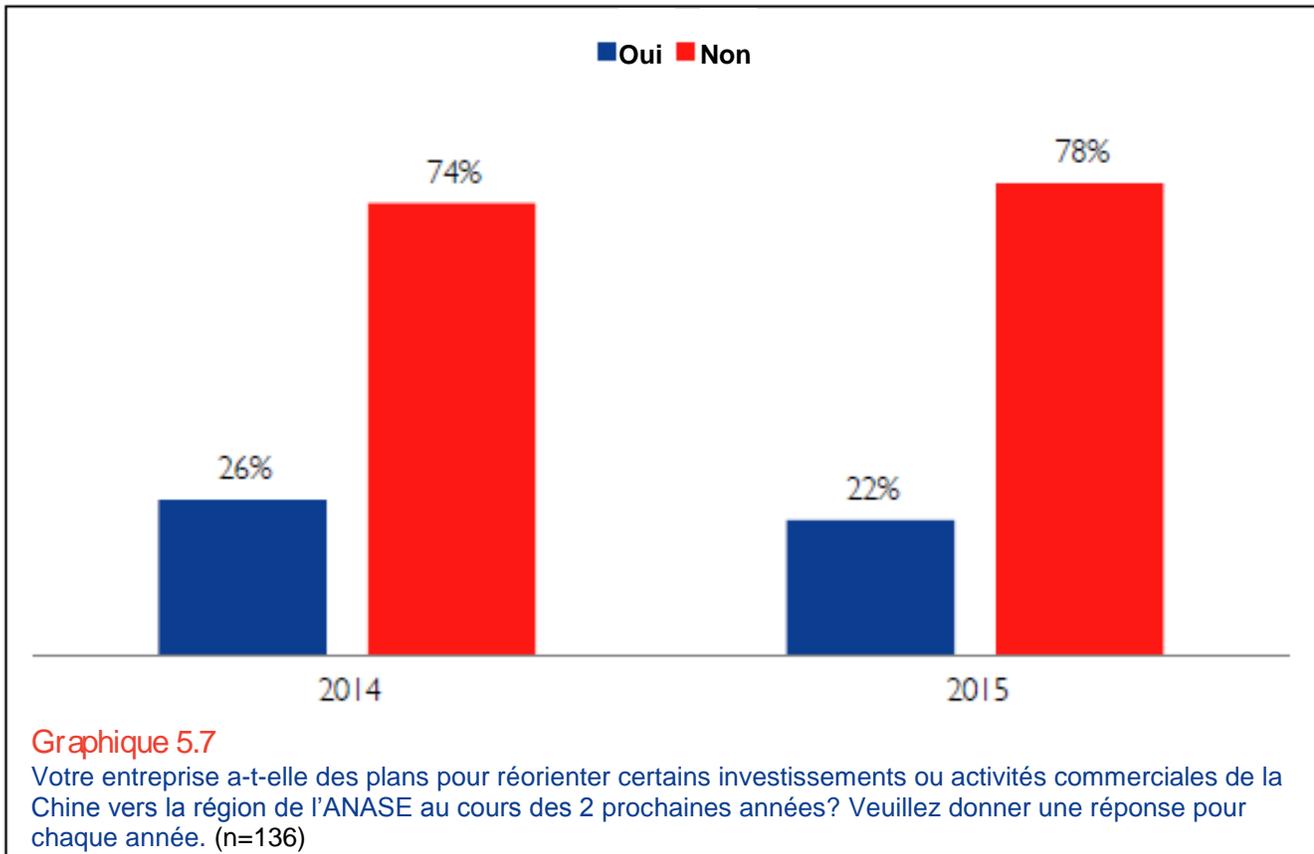


Carte 5.6

Dans lequel des pays suivants de l'ANASE votre entreprise est-elle la plus susceptible d'élargir ses activités au cours des 3 ou 5 prochaines années? Veuillez en sélectionner seulement un. (n=113)

5.7 Plans de réorientation des investissements de la Chine vers l'ANASE

En ce qui concerne les sociétés canadiennes actuellement présentes en Chine, environ un quart des entreprises interrogées ont indiqué avoir des plans visant à réorienter leurs investissements de la Chine vers l'ANASE au cours des deux prochaines années. Il n'y a pas de différence significative entre 2014 et 2015.

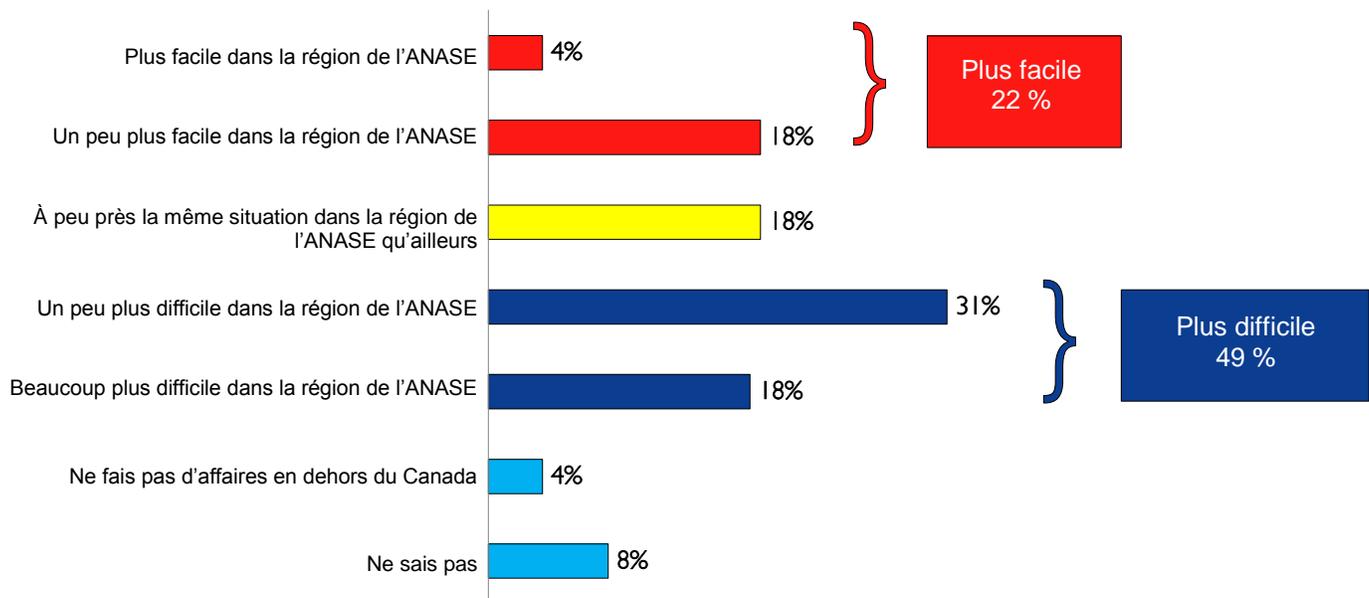


6

Faire affaire dans l'ANASE : défis et possibilités

6.1 Perception de la difficulté de faire des affaires dans l'ANASE

Bien que les entreprises canadiennes affichent une tendance à l'optimisme et à la confiance lorsqu'elles font des affaires dans les pays de l'ANASE, la plupart de celles qui ont été interrogées (49 %) affirment qu'elles trouvent plus difficile de faire affaire dans l'ANASE qu'ailleurs. Seulement 22 % des répondants ont estimé que la conduite des affaires était plus facile dans l'ANASE, et 18 % ont indiqué que la situation était à peu près la même qu'ailleurs. Cela donne à penser que le sentiment de confiance éprouvé par les entreprises canadiennes à l'égard du marché de l'ANASE n'a rien à voir avec la facilité d'exercer des activités dans la région, mais il y a d'autres facteurs qui entrent en ligne de compte.

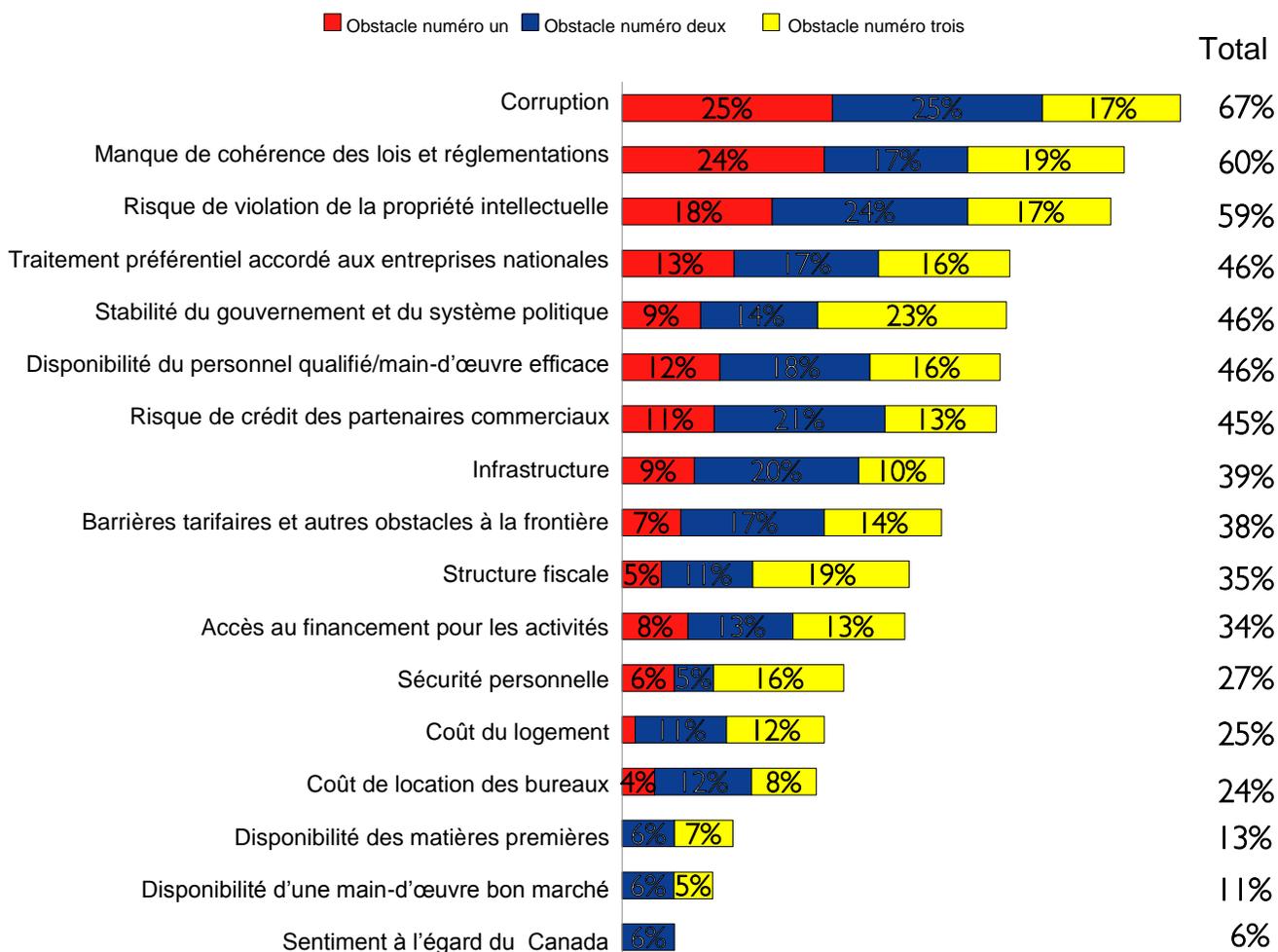


Graphique 6.1

Par rapport à la conduite des affaires dans d'autres pays que le Canada où vous pourriez avoir des activités, diriez-vous qu'il est plus facile ou plus difficile de faire des affaires dans la région de l'ANASE? (n=137)

6.2 Obstacles à la conduite des affaires dans l'ANASE

Les principaux obstacles auxquels se heurtent les entreprises canadiennes faisant affaire dans l'ANASE tiennent à la gouvernance ou à la nature des régimes, plutôt que d'être strictement d'ordre économique ou commercial. La plupart des entreprises interrogées ont ciblé la corruption (67 %) et le manque de cohérence des lois et réglementations (60 %) comme les deux principaux problèmes ou obstacles rencontrés dans la conduite des affaires dans la région. Les principaux obstacles d'ordre commercial ou économique comprennent notamment le risque de violation de la propriété intellectuelle (59 %) et la disponibilité du personnel qualifié/d'une main-d'œuvre efficace (46 %).



Graphique 6.2

Dans quelle mesure, à votre avis, chacun des facteurs suivants représente-t-il un obstacle majeur ou mineur pour les entreprises canadiennes faisant affaire dans la région de l'ANASE? Veuillez attribuer une note à chacun de ces facteurs sur une échelle de 7 points où 1 signifie qu'il s'agit, selon vous, d'un obstacle mineur, et 7 d'un obstacle majeur. (n=130)

6.3 Principaux obstacles à la conduite des affaires dans certains pays de l'ANASE

Dans l'ensemble des pays, il est évident que la corruption est, pour les entreprises canadiennes, l'obstacle dominant auquel elles sont confrontées dans la conduite de leurs affaires dans la région de l'ANASE; la corruption figure parmi les trois principaux sujets de préoccupation dans 8 des 10 pays, l'accent étant mis tout particulièrement sur l'Indonésie (29 %) et le Cambodge (26%). Le traitement préférentiel accordé aux entreprises nationales (notamment au Brunéi et en Malaisie), la disponibilité du personnel qualifié et d'une main-d'œuvre efficace (au Brunéi et au Cambodge) et le manque de cohérence des lois et réglementations (au Vietnam) apparaissent également comme étant des obstacles importants.

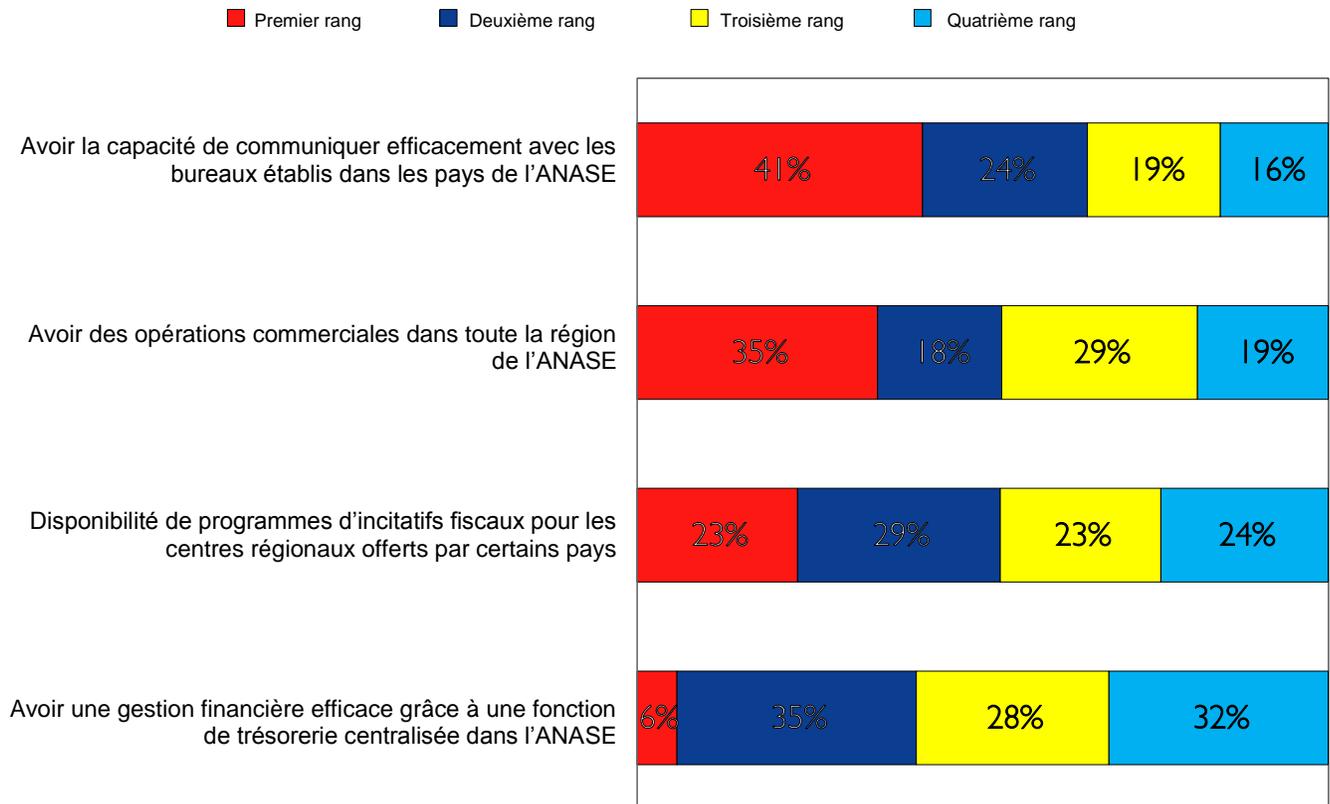
Pays	Obstacle numéro un	Obstacle numéro deux	Obstacle numéro trois
Brunéi	Traitement préférentiel accordé aux entreprises nationales (20 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (17 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (14 %)
Cambodge	Corruption (26 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (17 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (14 %)
Indonésie	Corruption (29 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (15 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (10 %)
Laos	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (22 %)	Infrastructure (19 %)	Corruption (19 %)
Malaisie	Traitement préférentiel accordé aux entreprises nationales (20 %)	Corruption (16 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (11 %)
Myanmar	Corruption (21 %)	Infrastructure (17 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (16 %)
Philippines	Corruption (20 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (15 %)	Infrastructure (11 %)
Singapour	Coût du logement (23 %)	Coût de location des bureaux (20 %)	Disponibilité d'une main-d'œuvre bon marché (16 %)
Thaïlande	Traitement préférentiel accordé aux entreprises nationales (16 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (14 %)	Corruption (12%)
Vietnam	Corruption (22 %)	Manque de cohérence des lois et réglementations (19 %)	Disponibilité d'un personnel qualifié/main-d'œuvre efficace (12 %)

Tableau 6.3

Veillez indiquer ce que vous considérez comme étant les trois principaux obstacles ou barrières auxquels se heurtent les entreprises canadiennes dans la conduite des affaires dans chacun des pays de l'ANASE. Veillez sélectionner jusqu'à trois réponses pour chaque pays qui vous est familier ou que vous connaissez un peu. Vous pouvez laisser en blanc les champs correspondant aux pays qui ne vous sont pas familiers. (n=102)

6.4 Qualités commerciales importantes requises pour faire des affaires sur le marché de l'ANASE

La qualité que 41 % des répondants estiment la plus importante pour leurs activités est la capacité de communiquer efficacement avec les bureaux situés dans les pays de l'ANASE. Pour un autre 35 %, le plus important est d'avoir des activités commerciales dans toute la région de l'ANASE. Une gestion financière efficace, grâce à une fonction de trésorerie centralisée dans la région de l'ANASE, est généralement considérée comme n'étant pas importante.

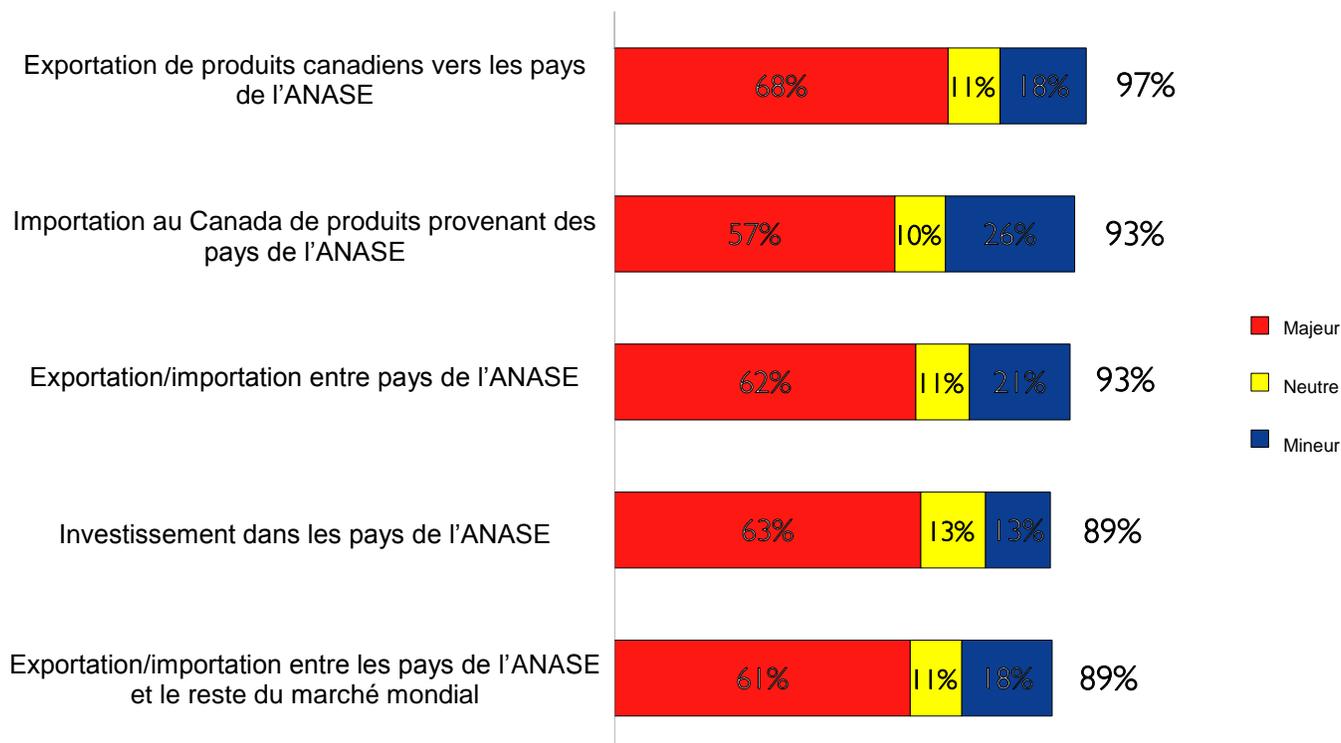


Graphique 6.4

Veillez classer chacun des facteurs suivants par ordre d'importance pour la conduite des affaires de votre entreprise dans la région de l'ANASE. « 1 » signifie le facteur le plus important, « 2 » le deuxième facteur par ordre d'importance, etc. (n=102)

6.5 Effets potentiels d'un accord de libre-échange

Les entreprises canadiennes manifestent une attitude très positive à l'égard d'un accord de libre-échange Canada-ANASE, car elles estiment qu'un tel accord aurait une incidence majeure sur divers aspects de leurs activités dans la région. En particulier, elles considèrent qu'un accord de libre-échange aurait le plus grand effet sur l'exportation, par leur entreprise, de produits canadiens vers les pays de l'ANASE (68 % font état d'un effet majeur) et sur ses investissements dans les pays de l'ANASE (63 %).

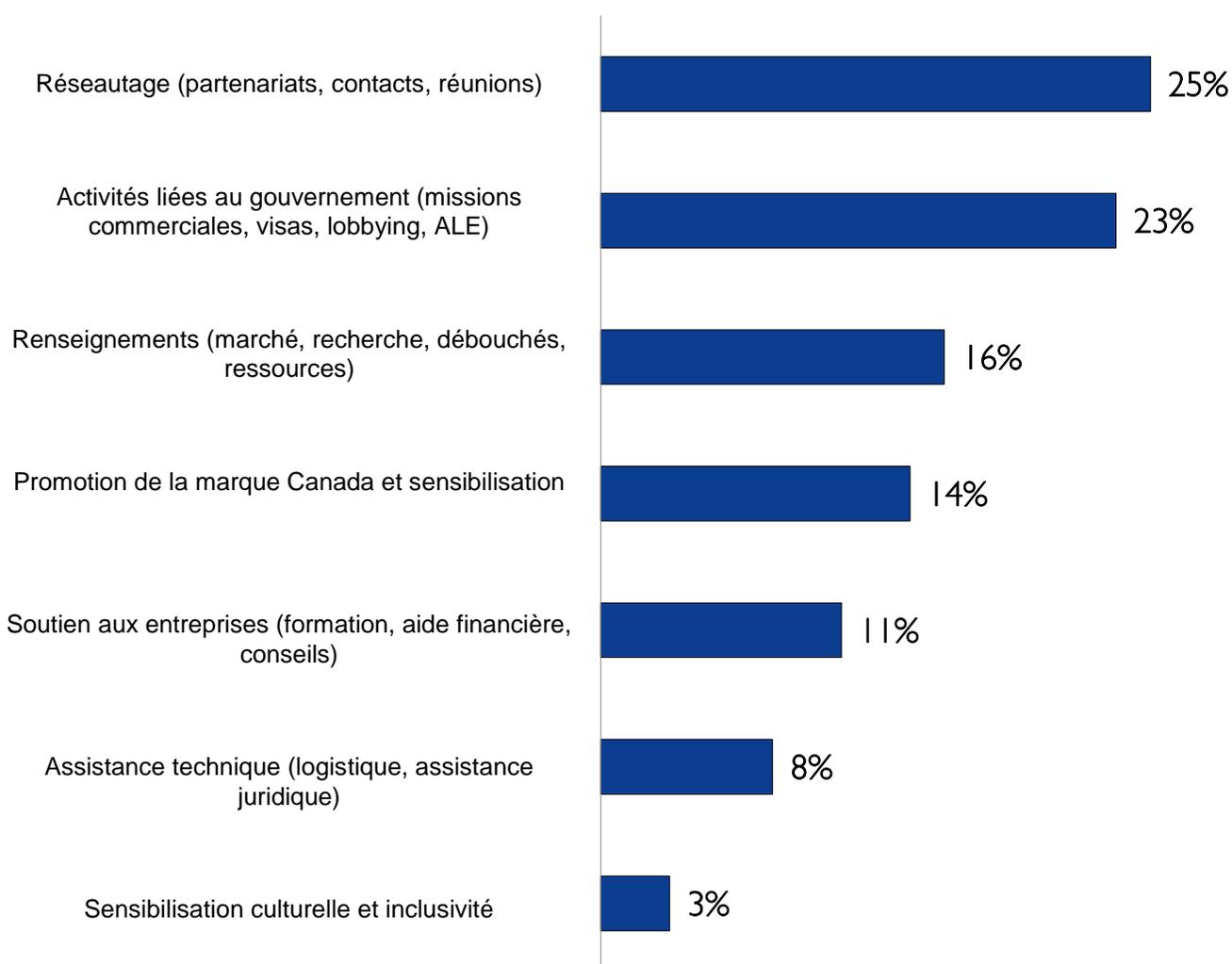


Graphique 6.5

À votre avis, quels effets, le cas échéant, un accord de libre-échange Canada-ANASE aurait-il sur chacune des activités commerciales suivantes qu'exerce votre entreprise dans la région de l'ANASE? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « aucun effet » et 7 « effet très positif ». (n=121)

6.6 Rôle de soutien du Conseil commercial Canada-ANASE aux entreprises canadiennes

Un quart des répondants estiment que le Conseil commercial Canada-ANASE pourrait les aider dans le cadre de leurs activités commerciales en leur fournissant des occasions de réseautage, par exemple en facilitant les réunions ou en fournissant des contacts. Les répondants estiment également, dans une proportion semblable, que le CABC pourrait les aider dans différents domaines : visas, lobbying, missions commerciales et soutien à un accord de libre-échange entre le Canada et l'ANASE. Un pourcentage légèrement inférieur de répondants (16 %) indique que les renseignements sur le marché de l'ANASE, les débouchés et d'autres ressources leur seraient utiles, tandis que 14 % estiment que le CABC pourrait jouer un rôle dans la promotion de la marque Canada dans l'ANASE.

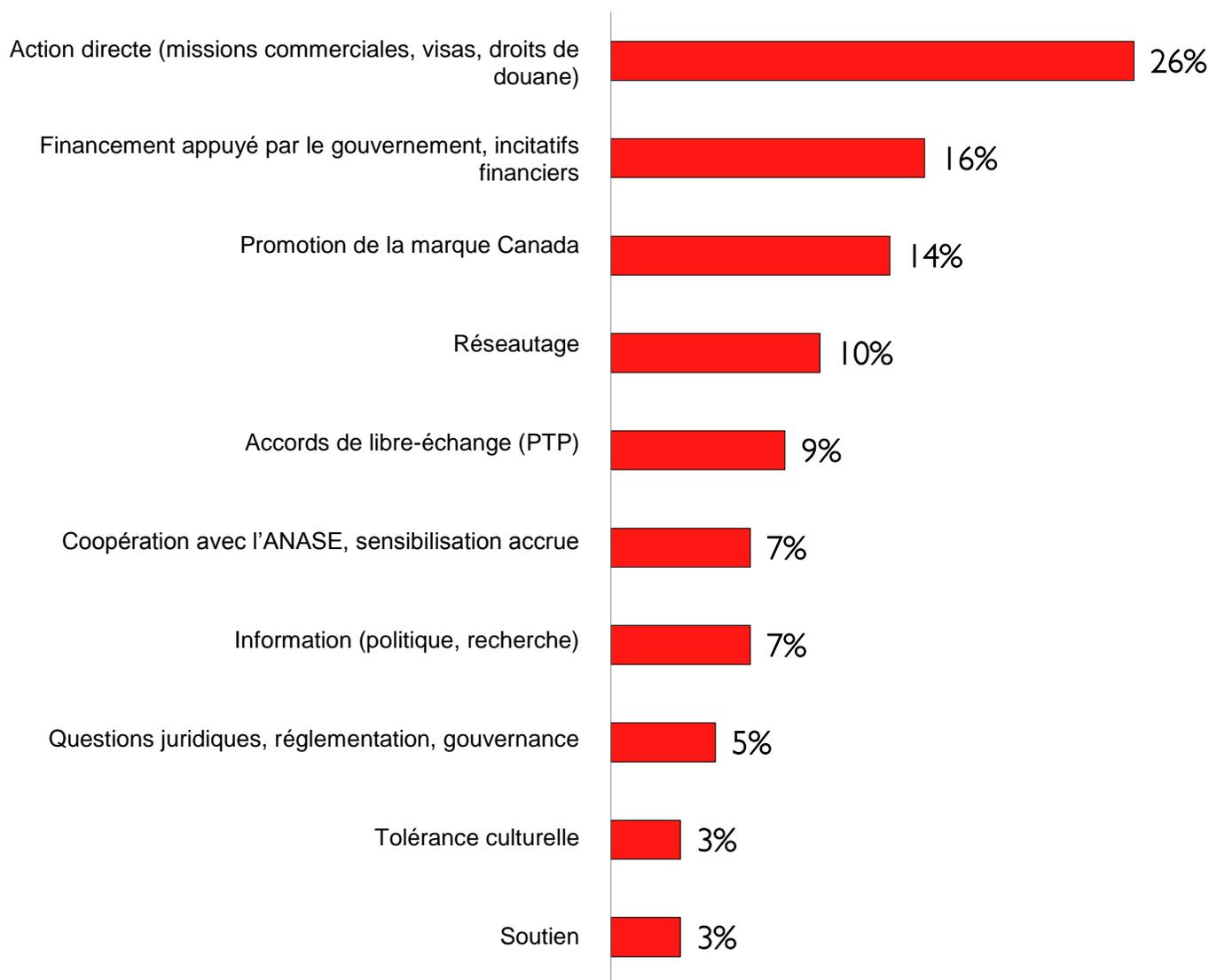


Graphique 6.6

Veillez indiquer ce que le Conseil commercial Canada-ANASE peut faire, le cas échéant, pour aider votre entreprise dans le cadre de ses activités commerciales dans les pays de l'ANASE? (n=63)

6.7 Rôle de soutien du gouvernement du Canada aux entreprises canadiennes dans l'ANASE

Interrogés sur ce que le gouvernement du Canada pourrait faire pour les aider, la plupart des représentants des entreprises ayant répondu au sondage (26 %) ont mentionné ce qui suit : action directe du gouvernement dans le cadre des missions commerciales (12 %), simplification du processus de demande de visas (7 %) et réduction des droits de douane (5 %). Environ 16 % des représentants estiment qu'un soutien dans le domaine du financement serait utile, et 14 % pensent que le gouvernement du Canada pourrait jouer un rôle en faisant la promotion de la marque Canada dans l'ANASE.



Graphique 6.7

Veillez indiquer ce qui, à votre avis, peut être fait le cas échéant par le gouvernement du Canada pour aider votre entreprise dans le cadre de ses activités commerciales dans les pays de l'ANASE. (n=65)