

le 18 Octobre 2016

## ÉTUDE INTERNATIONALE : LES ENTREPRISES CANADIENNES SONT MOINS PORTÉES À UTILISER LE RENMINBI QUE LEURS HOMOLOGUES AILLEURS DANS LE MONDE

*\*\*\*Les entreprises canadiennes se classent à l'avant-dernier rang mondial pour ce qui est de reconnaître l'avantage d'utiliser le renminbi\*\*\**

*\*\*\*À l'échelle mondiale, les entreprises ne sont pas prêtes à tirer profit de l'investissement de 6 billions de \$US de la Chine dans l'initiative «La Ceinture et la Route»\*\*\**

Selon un nouveau sondage commandé par les services aux entreprises de la HSBC, les entreprises canadiennes sous-estiment fortement l'importance des paiements en renminbis (RMB) pour améliorer les relations avec leurs partenaires commerciaux en Chine. En fait, les entreprises canadiennes se classent à l'avant-dernier rang mondial – devant la Corée du Sud – pour ce qui est de reconnaître l'avantage sur le plan des affaires ou des relations d'utiliser le RMB (22 % et 29 %, respectivement, par rapport aux moyennes mondiales de 40 % et de 44 %, respectivement).

Bien que le nombre d'entreprises canadiennes utilisant le RMB ait augmenté considérablement au cours de la dernière année, passant de 3 % en 2015 à 7 % en 2016, il demeure nettement inférieur à la moyenne mondiale de 24 %. Le sondage de 2016 indique qu'ailleurs dans le monde, les entreprises trouvent l'utilisation du RMB beaucoup plus facile. Comme la réglementation financière en Chine évolue et que les entreprises s'habituent à utiliser la devise chinoise, les répondants ont indiqué avoir moins de difficulté à comprendre les règlements, à satisfaire aux exigences relatives aux documents et à transférer des fonds.

«Plus facile que jamais, l'utilisation du RMB permet d'atténuer le risque de change et peut améliorer les relations ou attirer de nouveaux acheteurs. De toute évidence, les entreprises dans d'autres marchés s'ajustent, a déclaré **Linda Seymour, vice-présidente à la direction, responsable en chef des services aux entreprises, Banque HSBC Canada**. Vous devriez, à tout le moins, tenter de déterminer si l'utilisation du RMB est avantageuse pour votre entreprise, sinon vous pourriez, à long terme, être désavantagé sur le plan concurrentiel.»

### **Initiative «La Ceinture et la Route»**

Le sondage montre que les entreprises partout dans le monde, y compris au Canada, ne sont pas prêtes à tirer profit de l'initiative «La Ceinture et la Route», qui prévoit des changements de politique et des projets d'infrastructure en Chine pour accroître les échanges commerciaux et les flux de capitaux transfrontaliers. En fait, seulement deux entreprises sur cinq à l'échelle internationale connaissent l'initiative, quoique les entreprises européennes et nord-américaines sont sans doute plus avancées dans leur planification que les entreprises asiatiques afin de tirer parti de ce programme.

.../suite

## **2 / Étude internationale : Les entreprises canadiennes sont moins portées à utiliser le renminbi que leurs homologues ailleurs dans le monde**

Présentée pour la première fois en 2013 par le président chinois, Xi Jinping, l'initiative «La Ceinture et la Route» a pour but d'exploiter deux corridors reliant la Chine au reste du monde. La «Ceinture» fait référence aux voies commerciales terrestres de l'ancienne Route de la soie reliant la Chine à l'Europe et au Moyen-Orient par l'Asie centrale. La «Route» fait référence aux équivalents maritimes vers le sud, reliant la Chine, l'Asie du Sud-Est, l'Inde et l'Afrique.

L'an dernier, les entreprises chinoises ont investi 14,8 milliards de \$US dans 49 pays le long de la «nouvelle Route de la soie» pour des projets incluant un chemin de fer en Indonésie, un centre de logistique en Grèce et des installations de production d'énergie au Bangladesh. La Banque de développement de Chine, qui est gérée par l'État, entend contribuer au financement de projets à hauteur de 895 milliards de \$US.

Dans le sondage mené auprès de 1 600 décideurs dans 14 pays, 24 % des répondants ont indiqué que leur entreprise utilise le RMB. Pourtant, en ce qui a trait à l'initiative «La Ceinture et la Route», qui prévoit des changements de politique et des projets d'infrastructure en Chine visant des échanges commerciaux transfrontaliers de 2,5 billions de \$US par année, seulement 41 % des répondants ont dit comprendre les occasions qu'elle présente. Par ailleurs, seulement 7 % des entreprises au courant de l'initiative préparent une stratégie.

«Les projets liés à «La Ceinture et la Route» présentent déjà d'excellentes occasions aux entreprises qui peuvent participer au développement d'infrastructures matérielles, comme les routes, les ports et les réseaux de télécommunications, **a mentionné Noel Quinn, chef de la direction des services aux entreprises de la HSBC.** Ce n'est toutefois qu'un début. En améliorant la connectivité, l'initiative «La Ceinture et la Route» catalysera le commerce entre plus de 65 pays, où résident près des deux tiers de la population mondiale. Pour les entreprises voulant prendre de l'expansion et attirer de nouveaux clients, il s'agit là d'une occasion intéressante, qui mérite d'être examinée.»

**M<sup>me</sup> Seymour d'ajouter :** «Un grand nombre de facteurs favorisant la croissance de l'économie chinoise – y compris l'investissement considérable dans les infrastructures – correspondent aux points forts des entreprises canadiennes. La Chine demeure un moteur de la croissance mondiale et un marché essentiel pour les entreprises canadiennes. Toutefois, peu d'entreprises canadiennes comprennent l'ampleur de l'initiative «La Ceinture et la Route» et la plupart d'entre elles n'ont pas encore intégré cette initiative dans leur stratégie.»

Pour le sondage 2016, la HSBC s'est adressée à des décideurs représentant des entreprises faisant des affaires avec la Chine ou depuis la Chine et provenant de l'Allemagne, de l'Australie, du Canada, de la Chine continentale, de la Corée du Sud, des Émirats arabes unis, des États-Unis, de la France, de Hong Kong, de la Malaisie, du Mexique, de Singapour, de Taïwan et du Royaume-Uni.

*Fin/suite*

**Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :**

Sharon Wilks	416-868-3878	sharon_wilks@hsbc.ca
Caroline Creighton	416-868-8282	caroline.x.creighton@hsbc.ca

### **3 / Étude internationale : Les entreprises canadiennes sont moins portées à utiliser le renminbi que leurs homologues ailleurs dans le monde**

.../suite

#### **À propos du sondage sur le RMB**

La HSBC a mandaté Nielsen pour mener un sondage auprès de 1 600 entreprises internationales qui font des affaires avec la Chine continentale, ou qui sont installées en Chine continentale et sont engagées dans des activités d'import/export. Le sondage a été effectué entre les 23 mai et 5 juillet 2016 et visait à connaître la façon dont le RMB était perçu, les raisons pour lesquelles les répondants utilisaient ou non le RMB pour leurs échanges commerciaux ou leurs investissements, et tout autre aspect du RMB sur lequel ils voulaient se prononcer. Les entreprises sondées se répartissaient comme suit : Australie (n=100), Chine (n=200), Allemagne (n=100), Hong Kong (n=200), Singapour (n=100), Royaume-Uni (n=100), États-Unis (n=100), Canada (n=100), Taïwan (n=100), France (n=100), Émirats arabes unis (n=100), Malaisie (n=100), Corée (n=100) et Mexique (n=100). Parmi ces entreprises, environ 50 % avaient un chiffre d'affaires annuel compris entre 3 M et 50 M \$US, 21 %, entre 50 M et 150 M \$US, 20 % entre 150 M et 500 M \$US et 9 %, plus de 500 M \$US. N=100 (erreur-type +/- 9,8 %), N=50 (erreur-type +/- 13,86 %), N=30 (erreur-type +/- 17,98 %). (Copyright © 2016, The Nielsen Company)

#### **Services aux entreprises de la HSBC**

Depuis plus de 150 ans, la HSBC est présente là où il y a de la croissance et aide ses clients à saisir les occasions qui se présentent à eux. Aujourd'hui, les Services aux entreprises de la HSBC répondent aux besoins de plus de deux millions d'entreprises dans le monde – des petites entreprises orientées principalement vers leurs marchés intérieurs aux sociétés exerçant des activités dans différents pays. Ils aident les entreprises à prendre de l'expansion en leur offrant des outils et des conseils, notamment en matière de fonds de roulement, d'emprunts à terme, de financement du commerce international et de gestion des paiements et des fonds. Pierre angulaire du Groupe HSBC, nous donnons aux entreprises accès à un réseau géographique représentant plus de 90 % du commerce et des flux de capitaux mondiaux. Pour en savoir plus, consultez le site <http://www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking>

#### **HSBC**

La Banque HSBC Canada, filiale de la société HSBC Holdings plc, est le chef de file des banques internationales au pays. Nous aidons des entreprises et des particuliers partout au Canada à faire des affaires et à gérer leurs finances à l'échelle mondiale par l'entremise de trois secteurs d'activité mondiaux, soit les services aux entreprises, les services bancaires internationaux et marchés et les services bancaires de détail et gestion de patrimoine. Le Canada est un marché prioritaire pour le Groupe HSBC, l'un des plus importants groupes de services bancaires et financiers au monde dont les actifs totalisaient 2 608 milliards de \$ US au 30 juin 2016. Le Groupe HSBC sert des clients du monde entier en mettant à leur disposition un réseau international d'environ 4 400 bureaux qui sont répartis dans 71 pays et territoires en Europe, en Asie, dans les Amériques, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord et sont reliés entre eux grâce à des technologies de pointe. Pour en savoir plus, allez à [www.hsbc.ca](http://www.hsbc.ca)

#### **Nielsen**

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) est une société internationale d'information et de mesure occupant une place prépondérante dans le domaine du marketing et des données de consommation, de la télévision et autres mesures des médias, des renseignements en ligne et de la mesure de la téléphonie mobile. Nielsen est présente dans près de 100 pays et compte des sièges sociaux à New York, É.-U. et à Diemen, Pays-Bas. Pour en savoir plus, consultez le site [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

*Fin*