

21 mars 2018

Selon une étude de la HSBC, malgré l'incertitude entourant le protectionnisme, les entreprises des États-Unis, du Canada et du Mexique demeurent optimistes au sujet du commerce et de l'ALENA.

****La moitié des entreprises sondées prévoient que l'ALENA aura une incidence positive sur leurs affaires durant les deux prochaines années.****

****Les entreprises nord-américaines pensent que l'ALENA leur sera plus profitable que les autres accords commerciaux.****

NEW YORK, TORONTO et MEXICO – Selon un nouveau rapport de la HSBC intitulé «*Navigator : Now, next and how for business*», malgré l'incertitude entourant les politiques commerciales protectionnistes, les entreprises des États-Unis, du Canada et du Mexique demeurent optimistes au sujet de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et de son incidence sur leurs affaires.

Plus de 60 % des chefs d'entreprise sondés en Amérique du Nord croient que les gouvernements adoptent une position de plus en plus protectionniste en augmentant les barrières commerciales pour défendre les entreprises nationales. Mais, même dans un contexte de renégociation de l'ALENA, la moitié des entreprises sondées (49 % aux États-Unis, 52 % au Canada et 53 % au Mexique) s'attendent à ce que l'accord commercial ait des effets positifs durant les deux prochaines années.

Wyatt Crowell, responsable en chef des services aux entreprises, HSBC USA, a ainsi déclaré : «Malgré la menace de nouvelles barrières commerciales, nous prévoyons que la croissance des activités transfrontalières se poursuivra, surtout avec nos voisins nord-américains. À l'heure actuelle, les clients américains sont très optimistes en raison de facteurs comme la déréglementation, les réductions d'impôt, un dollar américain quelque peu plus faible, la hausse des prix de l'énergie et la plus grande vigueur de l'économie mondiale. En qualité de plus importante banque commerciale au monde et de chef de file des banques commerciales internationales aux États-Unis, nous sommes bien positionnés pour offrir une couverture complète, qu'il s'agisse de structurer des opérations de financement en devises, de donner accès à l'ensemble des marchés institutionnels ou d'agir à titre de principale banque pour les opérations des clients.»

D'après le sondage de la HSBC mené auprès de 6 000 entreprises internationales du monde entier, plus des trois quarts des entreprises (77 %) sont optimistes quant à leurs perspectives internationales, même si elles sont préoccupées dans une proportion de près des deux tiers (61 %) par le fait que les gouvernements cherchent à protéger davantage leur économie intérieure.

Selon le sondage, moins d'une entreprise américaine sur dix (9 %) prévoit que l'ALENA nuira à la croissance, ce qui est moindre que la proportion des entreprises mexicaines (16 %) et canadiennes (13 %) qui ont une opinion négative de l'ALENA.

Fin/suite

De fait, selon les résultats du sondage, les entreprises nord-américaines se disaient plus optimistes à l'égard de l'ALENA qu'envers les accords commerciaux conclus avec des partenaires commerciaux plus éloignés. Par exemple, les entreprises mexicaines étaient moins nombreuses (43 % contre 53 %) à envisager une incidence positive de l'Alliance du Pacifique, un bloc commercial comprenant le Mexique, le Pérou, la Colombie et le Chili, par rapport à celle de l'ALENA. De même, les entreprises canadiennes prévoient moins de possibilités de croissance attribuable à l'Accord économique et commercial global (AECG, 43 %) et à l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP, 39 %) qu'à l'ALENA (52 %).

«L'ALENA a été très avantageux pour le Canada, le Mexique et les États-Unis, souligne Linda Seymour, responsable en chef des services aux entreprises à la Banque HSBC Canada. Il a favorisé l'accroissement des échanges commerciaux, amélioré le choix pour les consommateurs, permis d'offrir plus de services et entraîné de la croissance et une plus grande coopération entre les décideurs gouvernementaux et les entreprises dans les trois pays.»

Les entreprises des trois pays restent optimistes quant à la perspective de mener plus d'activités à l'étranger, celles du Mexique venant en tête avec 87 % des entreprises qui prévoient augmenter le volume de leurs échanges commerciaux durant les 12 prochains mois, par rapport à 77 % des entreprises américaines et 70 % des entreprises canadiennes.

«L'ALENA est devenu un corridor de commerce et d'investissement continental de 1 200 milliards de dollars américains et représente une occasion intéressante de croissance et d'expansion pour les entreprises des trois pays, souligne Juan Marotta, responsable en chef des services aux entreprises, Amérique latine et Mexique à la HSBC. La HSBC a une présence importante dans chaque pays de l'ALENA, de sorte que nous sommes bien positionnés pour aider les entreprises à saisir les occasions dans toute l'Amérique du Nord, ainsi que dans le monde entier.»

Dans les trois pays d'Amérique du Nord, les entreprises sondées affirment que leurs partenaires de l'ALENA constituent leurs deux marchés cibles les plus importants à des fins d'expansion.

- Les entreprises américaines nomment le Canada (20 %), le Mexique (19 %) et le Japon (11 %) comme les trois principaux marchés visés à des fins d'expansion;
- les entreprises mexicaines privilégient les États-Unis (39 %), le Canada (27 %) et l'Argentine (10 %) pour prendre de l'expansion;
- les entreprises canadiennes voient des occasions aux États-Unis (36 %), au Mexique (18 %) et en Chine (14%).

Autres résultats importants du sondage :

Canada

- Pour soutenir leur projet de croissance, plus de la moitié des entreprises canadiennes sondées (54 %) prévoient que leurs besoins de financement des opérations commerciales augmenteront, et la même proportion (53 %) prévoit également un accès plus grand à ce financement.
- Plus de la moitié des entreprises canadiennes (57 %) prévoient augmenter le volume de leurs échanges de services durant les 12 prochains mois.
- Les services interentreprises en proportion des exportations totales de services devraient représenter un peu plus de 50 % des exportations totales de services d'ici 2030, en hausse par rapport au pourcentage actuel de 42 %.
- Près des deux tiers des entreprises canadiennes sont d'accord que la réglementation des données (62 %) et les mégadonnées (55 %) pourraient créer des barrières à la libre concurrence et à la prestation transfrontalière de services.

Fin/suite

Mexique

- Plus des deux tiers des entreprises mexicaines sondées prévoient avoir besoin de plus de financement des opérations commerciales en 2018 qu'en 2017, et 70 % prévoient qu'il deviendra plus facile d'avoir accès à ce financement.
- Près de la moitié des entreprises de services (48 %) ont affirmé que la percée de nouveaux marchés constitue la méthode de croissance clé pour les 12 prochains mois, croissance qui sera soutenue par l'utilisation accrue du commerce électronique (24 %). Près du quart des entreprises de services considèrent aussi qu'une meilleure utilisation des données (23 %) et l'amélioration des compétences technologiques des employés (22 %) figurent parmi les trois meilleures stratégies.
- Les exportations de services, principalement attribuables au tourisme, ainsi que les services financiers deviendront une partie de plus en plus importante des échanges du Mexique au cours de la décennie à venir.
- Les réformes visant à rendre Pemex plus agile et concurrentielle devraient stimuler la production de pétrole durant les prochaines années, de même que celle des produits en aval comme les carburants et les produits chimiques.

États-Unis

- À la lumière des perspectives commerciales favorables, un peu plus de la moitié des entreprises américaines sondées (52 %) prévoient une augmentation de leurs besoins de financement des opérations commerciales au cours des 12 prochains mois. Ces entreprises pensent dans une proportion semblable (49 %) que leur accès à ce financement s'améliorera.
- À titre de chef de file mondial des exportations de services, les États-Unis représentent un pourcentage estimatif de 15 % du total du commerce international de services, les services interentreprises dominant ce secteur.
- Plus du tiers des répondants (35 %) pensent que l'utilisation de la technologie stimule la croissance du commerce de services. Après la percée de nouveaux marchés, qui constitue leur principale stratégie pour accroître le commerce de services, le tiers des répondants ont indiqué que le commerce électronique est leur deuxième stratégie la plus populaire.
- Plus des trois quarts des entreprises américaines (77 %) ont affirmé qu'un accès plus facile aux données créera des conditions plus uniformes sur le plan international, tandis qu'environ les deux tiers (68 %) croient que la réglementation des données nuirait à la prestation transfrontalière de services.

Demandes des médias :

Matt Klein (États-Unis)	212-525-4644	matt.klein@us.hsbc.com
Caroline Creighton (Canada)	416-868-8282	caroline.x.creighton@hsbc.ca
Lyssette Bravo (Mexique)	52 55-721-1288	lyssette.bravo@hsbc.com.mx

Fin/suite

Notes aux rédacteurs :

HSBC Navigator : Now, next and how for business

HSBC Navigator est le rapport le plus complet sur le commerce mondial et la confiance des entreprises. Ce rapport combine des prévisions économiques à moyen et à long terme sur le commerce bilatéral à l'égard des exportations et importations de biens et services parmi 25 pays (par Oxford Economics), ainsi qu'une enquête mondiale sur la confiance et les attentes des entreprises sur le commerce et la croissance des affaires (par Kantar TNS).

HSBC Navigator aide les entreprises à saisir les occasions nouvelles et à prendre des décisions éclairées pour l'avenir en comprenant les perspectives du commerce international.

Vous avez accès au rapport en entier et aux rapports sur 25 pays, incluant le Canada, le Mexique et les États-Unis, en cliquant sur ce lien : <http://www.business.hsbc.com/trade-navigator>

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 d'environ 1,7 million de clients répartis dans 54 marchés, 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>.

Banque HSBC Canada

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, un des plus importants groupes de services bancaires et financiers au monde, dont les actifs totalisaient 2 522 milliards de dollars américains au 31 décembre 2017. Le Groupe HSBC sert des clients du monde entier en mettant à leur disposition un réseau international d'environ 3 900 bureaux qui sont répartis dans 67 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, **consultez le site www.hsbc.ca ou suivez-nous sur Twitter à [@hsbc_ca](https://twitter.com/hsbc_ca) ou sur Facebook à [@HSBCCanada](https://www.facebook.com/HSBCCanada)**

Fin/suite

HSBC Mexico

HSBC Mexico est un chef de file parmi les groupes financiers et bancaires du Mexique, comptant 971 succursales, 5 532 guichets automatiques et environ 16 000 employés.

Grupo Financiero HSBC est une filiale en propriété exclusive à 99,99 % et sous le contrôle direct de HSBC Latin America Holdings (UK) Limited, une entité en propriété exclusive de HSBC Holdings plc.

Le Groupe HSBC sert environ 38 millions de clients répartis dans 67 pays et territoires en Europe, en Asie, dans les Amériques, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Avec des actifs qui totalisaient 2 522 milliards de dollars américains au 31 décembre 2017, la HSBC est l'un des plus importants établissements de services bancaires et financiers au monde.

HSBC Bank USA, National Association (HSBC Bank USA, N.A.) sert des clients en offrant des services bancaires de détail et gestion de patrimoine, des services bancaires aux entreprises, des services de banque privée, ainsi que des services bancaires internationaux et marchés. Elle exploite des succursales bancaires dans les États suivants : Californie, Connecticut, Delaware, Washington D.C., Floride, Maryland, New Jersey, New York, Pennsylvanie, Virginie et Washington. HSBC Bank USA, N.A. est la filiale principale de HSBC USA Inc., une filiale en propriété exclusive de HSBC North America Holdings Inc. HSBC Bank USA, N.A. est membre de la FDIC. Les services de placement et de courtage sont offerts par l'entremise de HSBC Securities (USA) Inc. (membre du NYSE et des organismes FINRA et SIPC.), et les produits d'assurance sont offerts par l'entremise de HSBC Insurance Agency (USA) Inc.

HSBC Holdings plc

HSBC Holdings plc, dont le siège social est situé à Londres, est la société mère du Groupe HSBC. Le Groupe HSBC sert des clients du monde entier à partir d'environ 3 900 bureaux répartis dans 67 pays et territoires en Europe, en Asie, dans les Amériques, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Avec des actifs qui totalisaient 2 522 milliards de dollars américains au 31 décembre 2017, la HSBC est l'un des plus importants établissements de services bancaires et financiers au monde.

Fin