

26 juin 2019

## L'avenir des entreprises repose sur des gens heureux

**Toronto, Ontario** – Près de quatre entreprises canadiennes sur cinq (79 %) envisagent d'accroître leurs activités dans les deux prochaines années, en saisissant les occasions dans un monde en constante évolution qui les mèneront vers de grands changements, tant au niveau des produits et services vendus, des marchés à exploiter que des façons de travailler. Même si les technologies comme la robotique figurent en tête de leur plan de dépenses, les entreprises au Canada et à l'étranger accordent aussi la priorité aux investissements dans la santé, le bonheur et l'harmonie des employés, selon une nouvelle enquête internationale de la HSBC.

«Navigateur de la HSBC : *Made for the Future*» est un sondage réalisé auprès de plus de 2 500 entreprises dans 14 pays et territoires, dont le Canada. Il montre que 54 % des entreprises canadiennes envisagent d'investir dans la recherche et l'innovation pour stimuler leur croissance. Certes, cette stratégie n'a rien de surprenant, mais les résultats montrent que les chefs d'entreprise sont presque aussi nombreux à hausser en priorité les dépenses liées à la formation (47 %) ainsi qu'à la satisfaction et au bien-être des employés (42 %) pour décupler cette croissance, devant les investissements dans la logistique (37 %), les locaux et l'équipement (37 %), la restructuration de l'entreprise (37 %) et les magasins traditionnels (29 %).

«Le monde du travail de demain ne se limite pas à la technologie : il relèvera aussi de l'avenir des travailleurs, souligne Dan Leslie, adjoint au responsable en chef des services aux entreprises à la Banque HSBC Canada. Ce sondage montre que la technologie n'est pas tout. Les chefs d'entreprise savent qu'ils doivent aussi investir dans les employés pour réussir. Les entreprises de demain auront besoin que leurs employés soient hautement qualifiés et très motivés, sinon elles risquent de les perdre. Le Canada est bien placé pour tirer parti de cette conjoncture. La volonté de nos chefs d'entreprise d'investir dans les gens et de s'ouvrir aux nouveaux marchés le montre.»

En améliorant les compétences des employés et en adoptant des technologies novatrices, les entreprises deviendront plus efficaces, centrées sur les clients et plus vertes. Plus de la moitié des entreprises sondées au Canada envisagent d'ailleurs d'augmenter leurs investissements dans l'expérience client (54 %), et 38 % hausseront leurs dépenses pour mettre en place des pratiques écologiques durables au cours des deux prochaines années.

Les entreprises ont déjà adopté plusieurs nouvelles technologies, comme les technologies vestimentaires (39 %), la réalité augmentée et la réalité virtuelle (38 %), l'intelligence artificielle et l'apprentissage machine (37 %), l'impression 3D (35 %) et l'Internet des objets (34 %). L'utilisation de ces cinq technologies permet principalement d'améliorer la productivité, l'expérience client et la qualité des produits et services.

Même si 77 % des entreprises canadiennes pensent que les technologies rendront les employés plus productifs, 74 % pensent qu'elles amélioreront également la satisfaction et le bien-être, 74 % pensent qu'elles les forceront à relever le niveau de qualification des employés, tandis que 61 % pensent aussi qu'elles conduiront à une réduction du nombre de leurs employés. Plus de la moitié des entreprises (53 %) ont l'intention de mettre en place ou d'étendre les modalités de travail flexibles pour accroître le bien-être et s'adapter à un rééquilibrage entre le travail humain et la production automatisée.

Les entrevues pour le sondage «Navigateur de la HSBC : *Made for the Future*» ont été menées en Allemagne, en Australie, au Canada, en Chine, aux Émirats arabes unis, aux États-Unis, en France, à Hong Kong, en Inde, en Indonésie, en Malaisie, au Mexique, à Singapour et au Royaume-Uni en mai 2019.

## Le Canada par rapport au reste du monde

<b>Priorités des investissements</b>	<b>Domaines prioritaires</b>	<b>Canada</b>	<b>Monde</b>
(investissements jugés prioritaires par les entreprises dans les deux prochaines années)	Expérience client	54 %	52 %
	Recherche-développement et technologie	54 %	55 %
	Augmentation des ventes en ligne	48 %	53 %
	Compétences et formation	47 %	52 %
	Satisfaction et bien-être des employés	42 %	43 %
	Pratiques écologiques durables	38 %	45 %
	Locaux, usines, équipement	37 %	34 %
	Restructuration de l'entreprise	37 %	37 %
	Logistique et exploitation	37 %	42 %
	Ouverture de magasins traditionnels	29 %	29 %
<b>Adoption de la technologie</b> (technologies adoptées par les entreprises)	Technologies vestimentaires	39 %	37 %
	Réalité augmentée et réalité virtuelle	38 %	35 %
	Intelligence artificielle et apprentissage machine	37 %	41 %
	Impression 3D	35 %	35 %
	Internet des objets	34 %	40 %
<b>Incidence de la technologie sur les employés</b> (L'utilisation de la technologie...)	Rendra les employés plus productifs	77 %	76 %
	Améliorera le bien-être des employés	74 %	72 %
	Forcera à relever le niveau de qualification des employés	74 %	76 %
	Conduira à une réduction de l'effectif	61 %	59 %

### **Demandes des médias :**

Pascal Dessureault, 416-673-6997 ou [pascal.dessureault@hsbc.ca](mailto:pascal.dessureault@hsbc.ca)

Sharon Wilks, 416-868-3878 ou [sharon\\_wilks@hsbc.ca](mailto:sharon_wilks@hsbc.ca)

### **À propos de Navigateur de la HSBC : Made for the Future**

[\*Navigateur de la HSBC : Made for the Future\*](#) est un sondage réalisé par Kantar pour le compte de la HSBC en mai 2019 auprès de plus de 2 500 entreprises ayant un chiffre d'affaires d'au moins 5 M\$US dans 14 marchés importants de la planète, dont les suivants : Allemagne, Australie, Canada, Chine continentale, Émirats arabes unis, États-Unis, France, Hong Kong, Inde, Indonésie, Malaisie, Mexique, Royaume-Uni et Singapour. Les participants au sondage sont des décideurs influents qui jouent un rôle important dans les décisions entourant la direction stratégique de leur entreprise. Le sondage mesure les attentes des entreprises à court et moyen terme et porte sur les perspectives commerciales, les occasions et les menaces pour l'avenir de l'entreprise, les investissements prioritaires et les changements prévus ainsi que l'innovation et la main-d'œuvre, le développement durable et les facteurs de succès pour l'avenir.

### **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 1,5 million de clients répartis dans 53 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 Groupe HSBC est l'un des plus importants groupes de services bancaires et financiers au monde, dont les actifs totalisaient 2 659 G\$US au 31 mars 2019. Fort d'une technologie de pointe, le Groupe HSBC sert des clients du monde entier dans 66 pays et territoires en Europe, en Asie, en Amérique du Nord, en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord.

*Fin*