

LIVRE BLANC

Présence à l'étranger

Comment l'investissement direct à l'étranger stimule l'économie canadienne.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction : Les iPhone sont chinois?	3
La révolution : du commerce international au commerce par sociétés affiliées à l'étranger	5
Un jeu à somme nulle?	9
Méthodologie du sondage et constats	14
Cinq nouveaux constats	16
Conclusion : Les iPhone ne sont pas chinois	21

Introduction : Les iPhone sont chinois?

Contrairement à la croyance populaire, le commerce international canadien est fort diversifié. Les médias se moquent de la dépendance excessive du Canada à l'égard des États-Unis et de son incapacité à vraiment prendre pied sur les marchés étrangers, mais en réalité, les entreprises canadiennes ont pris d'assaut les marchés émergents d'Asie, d'Amérique latine et d'Afrique il y a un certain temps déjà. En effet, petites et grandes entreprises canadiennes ont établi une présence considérable à l'étranger et ont commencé à profiter de la croissance de la consommation sur les marchés émergents et de l'expansion des réseaux de commerce Sud-Sud.

La raison pour laquelle le discours populaire ne rend pas compte de cette réalité est bien simple : notre façon de voir et de mesurer le commerce international est issue du 20^e siècle, quand les réseaux de production étaient largement confinés à un seul pays. Pourtant, depuis la fin des années 1990, la montée des chaînes de valeur mondiales, des technologies de l'information et des accords de commerce international et d'investissement, de même que la croissance de la consommation sur les marchés émergents, entre autres facteurs, ont réduit l'importance des frontières nationales et transformé la manière dont les entreprises abordent le commerce international. En bref, l'idée que les entreprises produisent des biens et des services dans un pays et les exportent à un autre est dépassée, ou comme le dit Stephen Poloz : « Les économies nationales d'aujourd'hui ne se confinent plus aux frontières sur papier. Les entreprises ne tiennent pas compte des frontières géographiques. Cela doit avoir des conséquences sur notre façon de voir le commerce et d'interpréter les statistiques commerciales¹. »

Néanmoins, la plupart des analyses commerciales reposent toujours sur les indicateurs traditionnels comme les statistiques douanières (donc les données sur le commerce de marchandises). Ces données sont abondantes et rapidement accessibles, mais elles présentent deux importantes lacunes. La première est leur nature générale. Les statistiques sur l'exportation de biens, par exemple, portent sur la *valeur brute* des exportations d'un pays donné. Elles ne mesurent pas la production économique du pays, du moins pas avec une grande précision². Comme l'a judicieusement souligné Pascal Lamy, ancien chef de l'Organisation mondiale du commerce, en mesurant le commerce selon les valeurs brutes, on suppose que toute la valeur d'une exportation est attribuable au dernier pays de la chaîne d'approvisionnement³. » Selon cette logique, les iPhone sont chinois.

La deuxième lacune des données douanières consiste en leur incapacité à rendre compte des investissements transfrontaliers massifs, dont l'importance ne cesse de croître. Voilà un angle mort de taille. On sait aujourd'hui que l'investissement à l'étranger est un outil incontournable que les chefs de file utilisent pour percer les marchés et faire croître leurs activités. D'après un rapport de 2016 préparé par Koldyk, Quinn et Evans,

1 Stephen S. Poloz, *L'intermédiation financière dans le contexte du nouveau paradigme commercial : EDC et le commerce d'intégration*, Centre d'expertise d'EDC, 5 janvier 2012 (disponible en ligne à l'adresse <http://www.edc.ca/FR/Knowledge-Centre/Economic-Analysis-and-Research/Pages/financial-intermediation-new-trade-paradigm.aspx> [consulté pour la dernière fois le 16 février 2016]).

2 Pour en savoir plus sur ce problème, voir Stephen Tapp, Ari Van Assche et Robert Wolfe, *The Art of the State: Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities*, Montréal, Institut de recherche en politiques publiques, à paraître en juin 2016.

3 Avant-propos de Pascal Lamy dans Deborah K. Elms et Patrick Low, *Global Value Chains in a Changing World*, Genève, WTO Publications, 2013, xv.

les entreprises canadiennes se fient largement à l'investissement pour rejoindre les marchés lointains, au-delà de l'Amérique du Nord⁴. En gros, ils affirment que beaucoup d'entreprises canadiennes suivent un modèle de commerce d'intégration (voir l'encadré à la page suivante), c'est-à-dire que leurs activités sur le marché intérieur, ou ce que les auteurs appellent les « plateformes nationales », approvisionnent leurs chaînes de valeur nord-américaines, tandis que les activités de leurs sociétés affiliées à l'étranger, ou leurs « plateformes internationales », alimentent leurs chaînes de valeur en Asie, en Amérique latine et ailleurs. La constatation la plus frappante des trois auteurs, qui a inspiré le programme de recherche dont est né le présent rapport, était l'extraordinaire diversification des plateformes internationales depuis 2004. Dans la décennie qui s'est terminée en 2013, les ventes des sociétés affiliées canadiennes à l'étranger (soit les revenus générés par les entreprises canadiennes à l'extérieur du pays) ont augmenté de 187 % sur les marchés émergents, tandis que celles aux États-Unis ont crû de 18 % seulement⁵. À ce rythme, les marchés émergents dépasseront les États-Unis comme source de revenus à l'étranger dès 2018. Ainsi, force est de constater qu'il serait utile d'élargir le champ des indicateurs commerciaux au-delà des exportations de biens et de services, en tenant compte notamment des données commerciales sur les sociétés affiliées à l'étranger, sur l'investissement direct à l'étranger et sur les échanges à valeur ajoutée.

Ce faisant, nous pourrions affiner notre compréhension de la production économique d'un pays donné et de sa place dans l'économie mondiale. De plus, nous pourrions rajuster nos analyses en fonction des pratiques de commerce international du XXI^e siècle. L'étude de ces indicateurs nous orientera d'ailleurs vers des questions plus pertinentes. Les entreprises canadiennes s'adaptent-elles bien aux nouvelles règles du jeu? Comment les plateformes internationales des entreprises canadiennes s'en sortent-elles comparativement à celles des entreprises américaines, britanniques, françaises, australiennes, japonaises et autres? Surtout, que signifie la transition vers un modèle de commerce d'intégration, et particulièrement l'augmentation de la dépendance aux plateformes internationales, pour l'économie canadienne?

Dans le présent rapport, nous nous pencherons sur cette dernière question en examinant les avantages de la croissance des plateformes internationales pour le Canada. Plus particulièrement, nous tenterons de répondre à la question suivante : quels sont les avantages qu'obtient l'économie canadienne en reposant davantage sur les plateformes internationales? Pour ce faire, nous analyserons un sondage révolutionnaire mené en 2015 par Exportation et développement Canada auprès de 546 entreprises canadiennes ayant des sociétés affiliées à l'étranger.

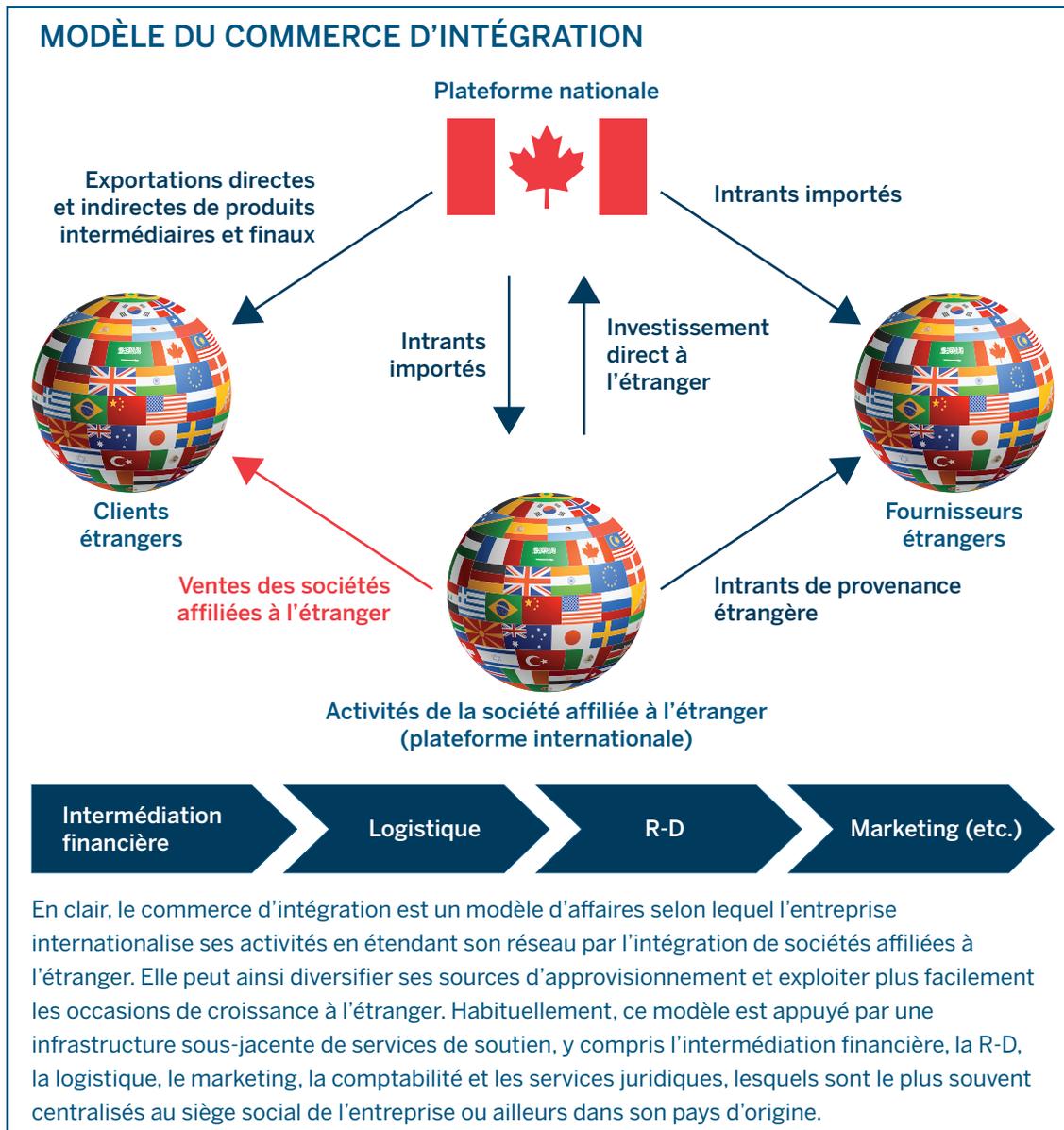
Mais avant cela, nous devons prendre un peu de recul en jetant un œil à la montée des plateformes internationales et au débat entourant l'investissement à l'étranger.

4 Daniel Koldyk, Lewis Quinn et Todd Evans, « Chasing the Chain: Canada's Pursuit of Global Value Chains », dans Stephen Tapp, Ari Van Assche et Robert Wolfe, *The Art of the State: Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities*, Montréal, Institut de recherche en politiques publiques, à paraître en juin 2016. Accessible en ligne à : <http://irpp.org/fr/research-studies/aots6-koldyk-et-al/>

5 Daniel Koldyk, Lewis Quinn et Todd Evans, « Chasing the Chain: Canada's Pursuit of Global Value Chains », dans Stephen Tapp, Ari Van Assche et Robert Wolfe, *The Art of the State: Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities*, Montréal, Institut de recherche en politiques publiques, à paraître en juin 2016.

La révolution : du commerce international au commerce par sociétés affiliées à l'étranger

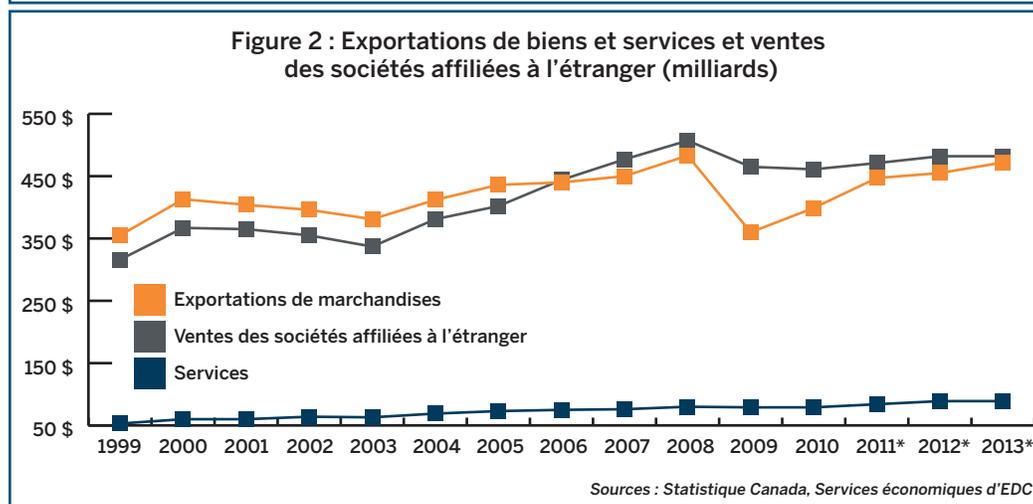
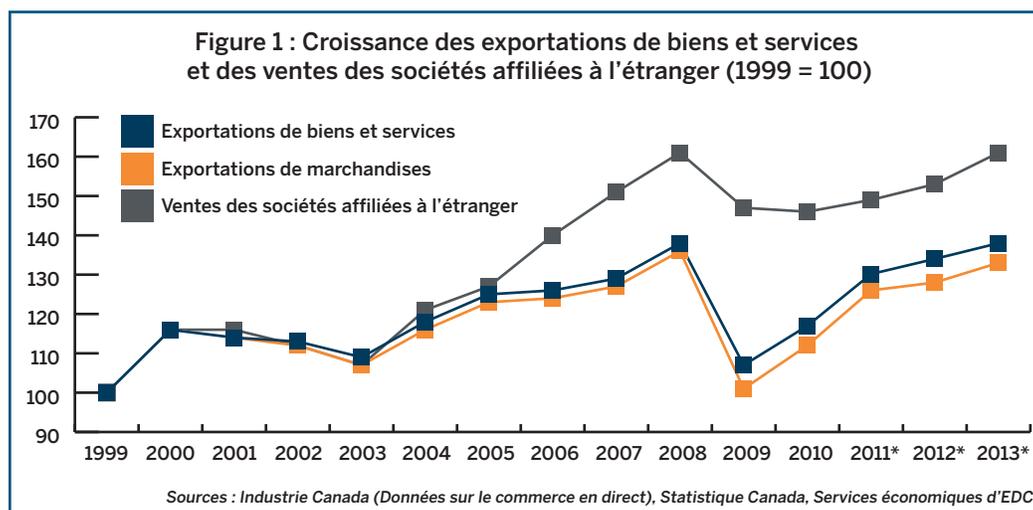
L'un des phénomènes les plus négligés en ce qui concerne l'engagement canadien à l'égard du commerce international est la montée des sociétés affiliées à l'étranger, qui a commencé en 2003, et l'incidence de cette révolution sur l'économie canadienne. Nous nous attarderons ici aux trois aspects centraux de ce phénomène : la génération de revenus, la diversification commerciale et les services.



Il est difficile de déterminer pourquoi les ventes des sociétés affiliées à l'étranger ont décollé en 2003, mais la tendance est claire, et elle s'est poursuivie jusqu'en 2013 (dernières données disponibles). Comme le montre la figure 1, ces ventes ont augmenté de

61 % entre 1999 (premières données disponibles) et 2013⁶. Ce rythme de croissance est presque deux fois plus élevé que celui des exportations de marchandises canadiennes, qui s'est chiffré à 33 %, et 1,6 fois plus élevé que celui des exportations totales (services inclus), qui s'est chiffré à 38 %.

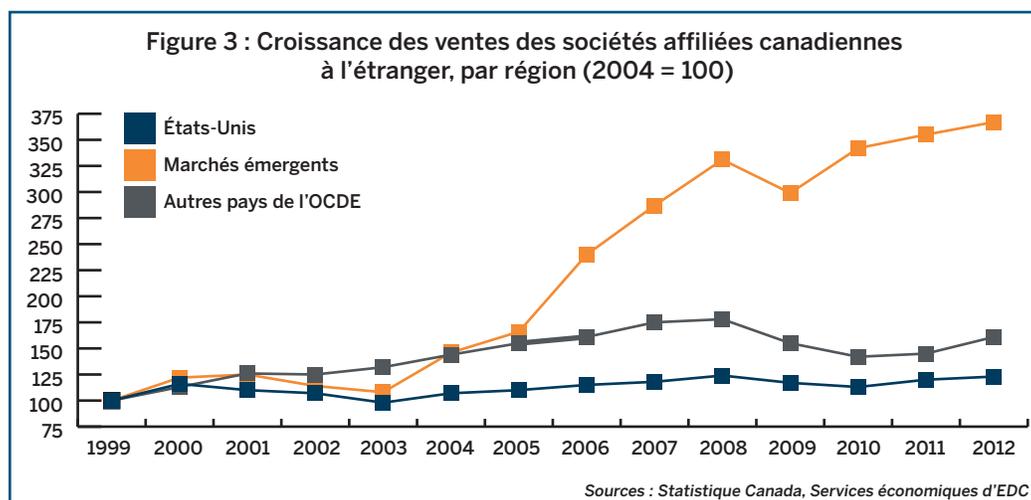
Parmi les aspects les plus importants de cette croissance, notons les revenus qu'elle a générés pour les entreprises canadiennes. En effet, la figure 2 indique que les revenus tirés des ventes des sociétés affiliées à l'étranger ont dépassé ceux tirés des exportations de marchandises en 2006, atteignant les 510 milliards de dollars en 2013. À titre comparatif, les exportations de marchandises ont rapporté 472 milliards de dollars et les exportations de services, 93 milliards seulement.



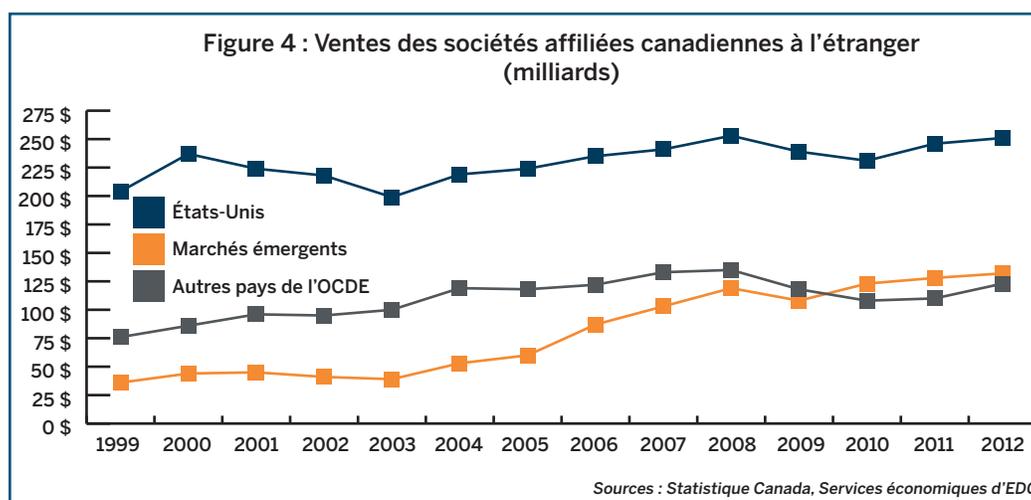
Pour ce qui est de la diversification commerciale, il est clair que les sociétés affiliées à l'étranger en ont été le principal moteur au Canada. Cette réalité est particulièrement mise en évidence par les données sur la croissance. Comme le montre la figure 3, les ventes des sociétés affiliées canadiennes sur les marchés émergents ont augmenté de

⁶ Les données utilisées pour les années marquées d'un astérisque sont celles des tableaux CANSIM 376 0065 et 376-0066, tandis que celles utilisées pour les autres années sont celles des tableaux 376-0060 et 376-0061.

267 % entre 1999 et 2012⁷. En comparaison, les ventes aux États-Unis et dans les autres pays de l'OCDE (à l'exclusion des États-Unis) n'ont augmenté que de 23 % et de 61 %, respectivement, sur la même période.



Par ailleurs, comme on peut le constater dans la figure 4, la croissance des ventes sur les marchés émergents est basée sur une assiette assez considérable. En 2010, par exemple, les marchés émergents ont supplanté les « autres pays de l'OCDE » et sont devenus la deuxième source de revenus des sociétés affiliées à l'étranger. De plus, en 2012, les entreprises canadiennes ont tiré 132 milliards de dollars des marchés émergents, soit 26 % des ventes mondiales.



Si l'on réduit la définition de la diversification commerciale à « commerce ailleurs qu'aux États-Unis », le portrait devient d'autant plus manifeste. En 2012, la proportion des ventes des sociétés affiliées à l'étranger générées en dehors des États-Unis a été de

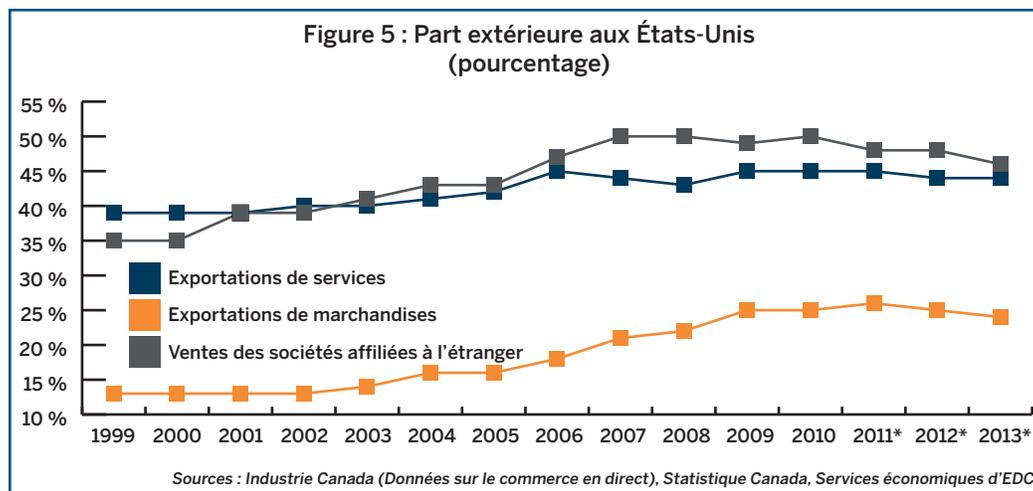
⁷ En décembre 2015, Statistique Canada a modifié les catégories géographiques de ses statistiques sur le commerce des sociétés affiliées à l'étranger. Les nouvelles données du tableau CANSIM 376-0065 ne s'étendent que sur trois ans (2011 à 2013). Puisque nous avons besoin d'une période plus longue aux fins du présent rapport, nous avons utilisé le tableau 376-0061, qui remonte jusqu'à 1999.

46 % (figure 5), tandis que seulement 25 % des exportations de marchandises et 44 % des exportations de services du Canada ont échappé à la force d'attraction des États-Unis.

Sur le plan sectoriel, on constate que la montée des sociétés affiliées à l'étranger est surtout attribuable au secteur des services. Bien que les ventes des sociétés affiliées à l'étranger découlant de la production de biens aient joui d'une croissance rapide entre 2003 et 2008, elles ont reculé durant la crise financière mondiale et ont continué de baisser jusqu'en 2012, atteignant alors un creux de 245 milliards de dollars (figure 6). En comparaison, les ventes de services des sociétés affiliées à l'étranger n'ont pas cessé d'augmenter depuis 2003, et en 2013, les revenus générés par ces ventes étaient à peu près équivalents à ceux générés par la production de biens⁸.

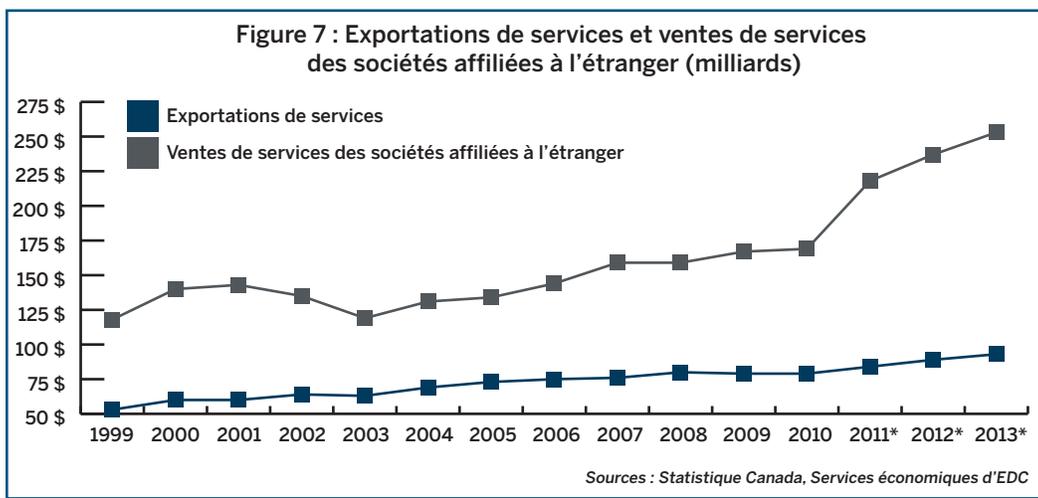
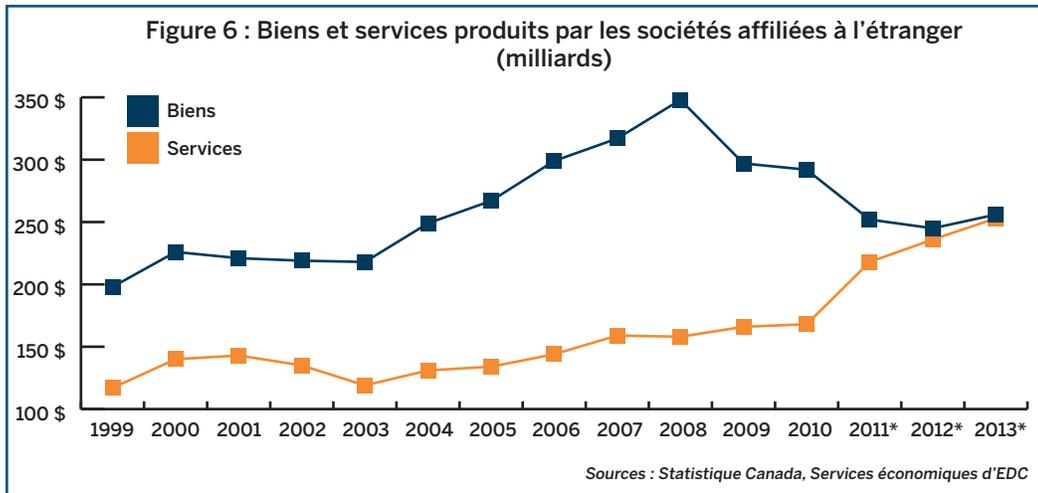
La croissance des ventes de services des sociétés affiliées à l'étranger est particulièrement remarquable lorsqu'on compare ce résultat à celui des exportations directes de services du Canada. Comme le montre la figure 7, en 2013, les entreprises canadiennes ont généré 253 milliards de dollars en vendant des services par l'entremise de leurs sociétés affiliées à l'étranger, contre seulement 93 milliards en exportations directes. Autrement dit, les plateformes internationales des entreprises canadiennes ont tiré de la vente de services à l'étranger 2,7 fois plus de revenus que leurs plateformes nationales.

Les indicateurs du commerce d'intégration montrent donc à quel point les entreprises canadiennes se sont employées à développer leurs plateformes internationales, à faire croître leur assiette de revenus et à diversifier leurs activités sur les plans géographique et sectoriel⁹.



8 Statistique Canada a commencé à inclure dans ses données les recettes à l'étranger des banques canadiennes en 2011. Ce changement, qui suivait les modifications que les États-Unis et l'Union européenne ont apportées à leurs données, explique en partie l'augmentation considérable des ventes de services des sociétés affiliées à l'étranger de 2010 à 2011.

9 Pour en savoir plus sur les sources de l'expansion des plateformes internationales, consulter Daniel Koldyk, Lewis Quinn et Todd Evans, « Chasing the Chain: Canada's Pursuit of Global Value Chains » dans Stephen Tapp, Ari Van Assche et Robert Wolfe, *The Art of the State: Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities*, Montréal, Institut de recherche en politiques publiques, à paraître en juin 2016 (disponible en ligne à <http://irpp.org/fr/research-studies/aots6-koldyk-et-al/>); et Jacqueline Palladini, *Pleins feux sur les services canadiens vendus à l'étranger*, Ottawa, Le Conference Board du Canada, 2015 (disponible en ligne à <http://www.conferenceboard.ca/e-library/abstract.aspx?did=7299>).



Un jeu à somme nulle?

Pour contextualiser la révolution au moyen de données sur l'économie internationale, il faut étendre la portée de notre analyse aux investissements directs à l'étranger (IDE), étant donné le manque d'études sur les sociétés affiliées à l'étranger. Les retombées des IDE pour le pays d'origine ont fait l'objet de recherches exhaustives qui, quoique controversées, sont pertinentes pour notre sujet.

La perspective la plus répandue par les médias est résolument négative. On suppose le plus souvent qu'il s'agit d'un jeu à somme nulle, donc que l'expansion des activités des sociétés affiliées à l'étranger donne nécessairement lieu à une contraction concomitante, ou à un transfert des activités du pays d'origine. Comme le remarque Walid Hejazi, les détracteurs de l'investissement à l'étranger avancent généralement que cette activité revient à exporter des emplois et des investissements¹⁰. De fait, lorsqu'une multinationale canadienne établit une nouvelle usine de production en Chine, aux États-Unis ou ailleurs, elle réduit inévitablement sa présence au Canada et crée une pression à la baisse sur l'emploi, les salaires et la formation de capital au pays.

¹⁰ Walid Hejazi, « Dispelling Canadian Myths About Foreign Direct Investment », IRPP Study, n° 1(janvier 2010), p. 11.

Dans l'ensemble, les spécialistes en économie internationale demeurent partagés sur cette question. Bien que Feldstein, Anderson et Hainaut, qui ont publié plusieurs documents novateurs sur l'investissement direct à l'étranger, aient démontré au moyen de données macroéconomiques que l'IDE avait des conséquences négatives sur le pays d'origine¹¹, Desai et autres et Stevens et Lipsey, entre autres, ont constaté le contraire en se basant sur des données à l'échelle des entreprises¹². Le sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger mené dans le cadre du présent rapport est aussi basé sur des données d'entreprises, et ses résultats indiquent de manière tout aussi convaincante qu'il existe une corrélation positive.

M. Hejazi, qui a étudié la question des IDE canadiens, a tenté de clarifier le tout en avançant que l'incidence de l'investissement à l'étranger pour le pays d'origine dépendait en fait de la raison de l'investissement. Par exemple, si l'entreprise cherche à réduire ses coûts de main-d'œuvre, l'effet immédiat sur l'économie intérieure est négatif, particulièrement sur les plans de l'emploi, de la formation de capital et des salaires (quoique les conséquences à long terme peuvent être positives, à mesure que les ressources économisées sont affectées à d'autres projets à valeur plus élevée)¹³.

Toutefois, lorsque la raison derrière l'IDE est de nature offensive ou stratégique (par exemple, l'augmentation des revenus par un accès amélioré aux chaînes de valeur mondiales, à de nouveaux marchés ou aux réseaux de commerce Sud-Sud) plutôt que défensive (comme la réduction des coûts), l'investissement tend à avoir un effet positif sur l'économie du pays d'origine. Cela s'explique du fait que l'investissement direct à l'étranger sert d'assise pour l'accès aux marchés, et donc stimule les exportations bien issues du marché intérieur et les activités à forte valeur ajoutée des sièges sociaux¹⁴.

L'expérience canadienne

Au Canada, les détracteurs de l'investissement direct canadien à l'étranger (IDCE) confondent souvent à tort délocalisation et externalisation à l'étranger, qui est la pratique selon laquelle une entreprise tente de réduire ses coûts en engageant une société étrangère pour fournir un bien ou un service particulier plutôt que d'en assurer la production à l'interne. L'externalisation dépasse la portée du présent rapport. Les détracteurs citent aussi la perte d'emplois dans le secteur manufacturier canadien comme preuve des dommages que la délocalisation peut causer à l'économie intérieure.

Comme l'illustre la figure 13, les emplois dans le secteur manufacturier ont en effet diminué de 25 % entre 2005 et 2010. Et depuis 2010, le nombre total d'employés dans ce secteur est resté dans la fourchette de 1,70 à 1,75 million, rien ne laissant supposer un redressement selon les données disponibles en 2015. Par conséquent, il n'est pas surprenant que ce thème soit omniprésent et qu'il trouve écho parmi de nombreux groupes. Mais cette contraction de l'emploi est-elle le résultat de la délocalisation?

11 Voir Palle S Andersen et Philippe Hainaut, « Foreign Direct Investment and Employment in the Industrial Countries », *BIS Working Papers*, n° 61 (1998), Bâle, Bank for International Settlements; et Martin Feldstein, « The Effects of Outbound Foreign Direct Investment on the Domestic Capital Stock » dans Feldstein et autres, éd., *The Effects of Taxation on Multinational Corporations*, Chicago, University of Chicago Press, 1995, p. 43-63.

12 Guy V. G. Stevens et Robert Lipsey, « Interactions Between Domestic and Foreign Investment », *Journal of International Money and Finance*, n° 11.1 (1992), p. 40-62; et Mihir C. Desai, C. Fritz Foley et James R. Hines Jr., « Foreign Direct Investment and the Domestic Capital Stock », *American Economic Review*, n° 95.2 (2005), p. 33-38.

13 Walid Hejazi, « Dispelling Canadian Myths About Foreign Direct Investment », *IRPP Study*, n° 1 (janvier 2010), p. 11.

14 Walid Hejazi, « Dispelling Canadian Myths About Foreign Direct Investment », *IRPP Study*, n° 1 (janvier 2010), p. 11.

Le domaine de l'économie du travail a produit une littérature abondante dans laquelle on a isolé de multiples facteurs susceptibles d'influencer l'emploi, y compris la productivité, les progrès de la technologie et de l'automatisation, l'inflexibilité des salaires, les accords de libre-échange, les avantages comparatifs et les récessions, pour ne citer que quelques exemples¹⁵. Cette littérature est beaucoup trop profonde et complexe pour que nous puissions lui rendre justice ici. Contentons-nous donc de mentionner que toute relation de causalité directe entre la perte d'emplois du secteur manufacturier et la délocalisation est à tout le moins problématique.

Néanmoins, si la délocalisation avait vraiment contribué à cette perte d'emplois, il faudrait logiquement s'attendre à une augmentation du nombre d'employés engagés dans ce secteur par les entreprises canadiennes à l'étranger. Pourtant, quand on examine les registres d'emplois des sociétés affiliées d'entreprises canadiennes, on constate la tendance inverse. La figure 14 montre, par exemple, que le nombre d'ouvriers dans ces sociétés a lui aussi commencé à chuter en 2005. En fait, les sociétés affiliées à l'étranger ont mis à pied près de 23 % de leurs ouvriers entre 2005 et 2009, et la croissance de l'emploi dans ce secteur stagne depuis, oscillant entre 416 000 et 428 000 postes. La tendance au sein des sociétés affiliées à l'étranger a donc suivi celle observée au Canada et, pour cette seule raison, il semble peu probable qu'elles aient absorbé la production manufacturière relevant autrefois du marché intérieur.

La figure 14 indique aussi une augmentation notable du nombre d'employés du secteur des services engagés par les sociétés affiliées à l'étranger, ce qui pourrait soulever des questions sur la délocalisation des emplois canadiens dans ce secteur. Toutefois, la figure 15 illustre que le secteur des services canadiens enregistre lui aussi une croissance rapide depuis les années 1980. Par ailleurs, on sait que beaucoup des postes du secteur des services dans les sociétés affiliées à l'étranger sont étroitement liés à l'économie du pays où elles sont présentes et ne pourraient donc pas avoir été délocalisés à partir du Canada.

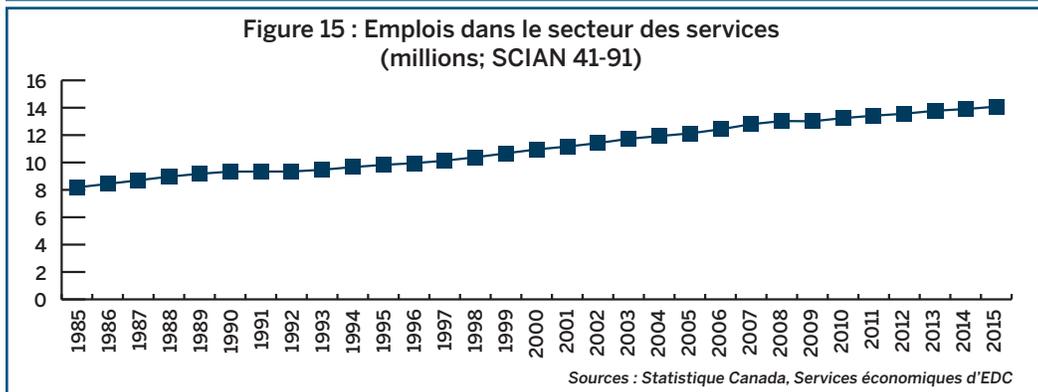
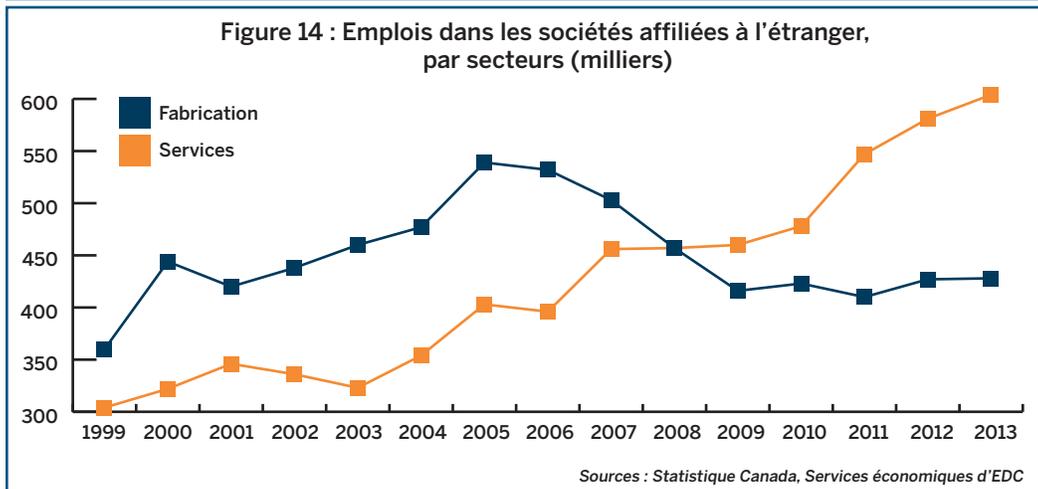
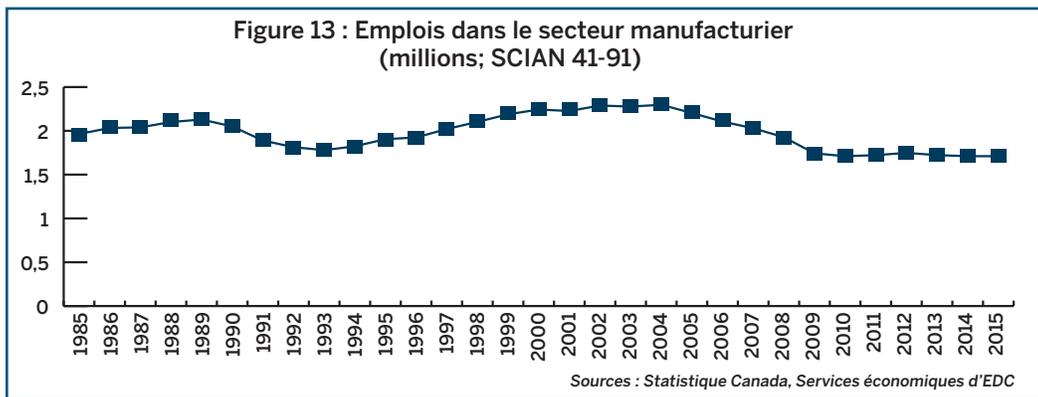
Tableau 1 (Statistique Canada, Services économiques d'EDC)

	Catégorie (SCIAN)	Employés
Employés des sociétés affiliées canadiennes à l'étranger (2013)	Finance et assurances (52)	139 157
	Services professionnels, scientifiques et techniques (54)	59 165
	Commerce de détail (44-45)	55 268
	Commerce de gros (41)	45 943
	Industrie de l'information et industrie culturelle (51)	39 106
	Transport et entreposage (48-49)	26 530
	Gestion de sociétés et d'entreprises (55)	7 472
	Autres services (56-91)	231 258

Ce dernier point devient très évident lorsqu'on décompose les services par sous-secteurs (tableau 1). Le sous-secteur de la finance et des assurances, par exemple, sert les habitants du pays de la société affiliée et est donc externe à l'économie canadienne. Il

¹⁵ Pour en savoir plus, voir Daron Acemoglu et David Autor, « Skills, Tasks and Technologies: Implications for Employment and Earnings », *NBER Working Paper*, n° 16082 (juin 2010), p. 1-96; David Autor, Lawrence Katz et Melissa Kearney, « Measuring and Interpreting Trends in Economic Inequality - The Polarization of the U.S. Labor Market », *American Economic Review*, n° 96.2 (2006), p. 189-194; Mark Bils, Yongsung Chang et Sun-Bin Kim, « How Sticky Wages in Existing Jobs Can Affect Hiring », *NBER Working Paper*, n° 19821 (janvier 2014), p. 1-30; Nir Jaimovich et Henry E. Siu, « The Trend is the Cycle: Job Polarization and Jobless Recoveries », *NBER Working Paper*, n° 18334 (août 2012), p. 1-53; et Willem Van Zandweghe, « Why Have the Dynamics of Labor Productivity Changed? », *Economic Review*, n° 95 (2010), p. 5-30.

en va de même pour le sous-secteur du commerce de détail, dont les employés vendent, installent et réparent les produits des sociétés affiliées. Encore une fois, ces emplois dépendent du marché étranger servi et n'ont ainsi rien à voir avec la fluctuation de l'emploi au Canada. En résumé, ces services permettent aux entreprises canadiennes de croître à l'étranger et d'augmenter leur rayonnement international.



Tendances mondiales et entrées d'investissement

Lorsqu'on élargit la portée de l'analyse aux tendances internationales, on se rend compte que la situation du Canada n'a rien d'unique; elle s'inscrit plutôt dans un sombre scénario mondial. Comme le montre la figure 16, la tendance prolongée à la diminution de l'emploi dans le secteur manufacturier est généralisée dans les économies développées. Dans chaque pays, la contraction a varié entre 14 % (Japon) et 35 % (Royaume-Uni) de 2000 à 2015. Le Canada et les États-Unis ont connu des expériences similaires, tandis que les marchés émergents s'en sortent un peu mieux. Cela dit, même le secteur manufacturier de la Chine a atteint un pic en 2012, malgré les efforts de relance constamment déployés par tous les paliers du gouvernement chinois¹⁶. La situation du Canada s'insère donc dans une tendance mondiale à bien plus grande échelle.

Sur une note plus positive, notons que les flux d'investissements sont bidirectionnels (entrées et sorties) et qu'il serait trompeur de ne pas tenir compte des effets des entrées d'investissements directs étrangers sur l'emploi dans le secteur manufacturier du Canada. Ce sujet n'a pas été adéquatement étudié jusqu'à maintenant en raison de la rareté des données publiques. Cependant, en septembre 2015, Statistique Canada a publié de nouveaux tableaux CANSIM (376-0151 et 376-0152) qui permettent l'analyse des activités des sociétés affiliées à participation majoritaire étrangère au Canada, et les résultats sont prometteurs.

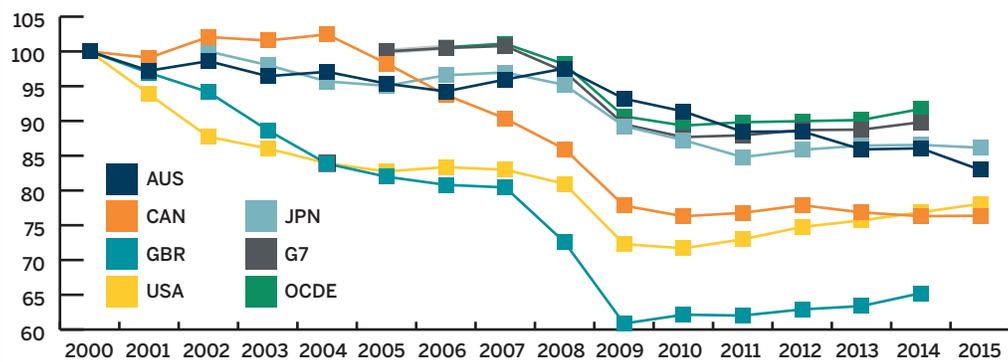
Environ 1,9 million de Canadiens travaillaient pour des sociétés étrangères en 2013, ce qui « représentait près d'un emploi sur huit » et « le tiers de l'emploi total dans le secteur [manufacturier] »¹⁷. Comme on peut le voir dans la figure 17, le Canada a enregistré un gain net d'emplois dans le secteur manufacturier et dans celui des services. Même lorsqu'on fait preuve de prudence et qu'on soustrait du total les emplois créés dans le secteur du commerce de détail par les sociétés étrangères au Canada (dont certaines paient le salaire minimum), celles-ci ont quand même créé 272 000 emplois de plus au pays que les sociétés affiliées des entreprises canadiennes en ont créé à l'étranger. Au total, c'est un gain net de 675 000 emplois pour le Canada. Le seul secteur dont le nombre net de postes n'était pas positif est celui de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz, pour des raisons évidentes. Ainsi, le Canada a largement bénéficié des pratiques mondiales de délocalisation.

Ce contexte ayant été établi, nous pouvons maintenant aborder la méthodologie derrière le sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger et les principaux constats qui en ont découlé.

¹⁶ Selon le National Bureau of Statistics of China, le nombre d'emplois dans le secteur manufacturier a plafonné à 232,4 millions en 2012. Il a depuis diminué de 1,42 million.

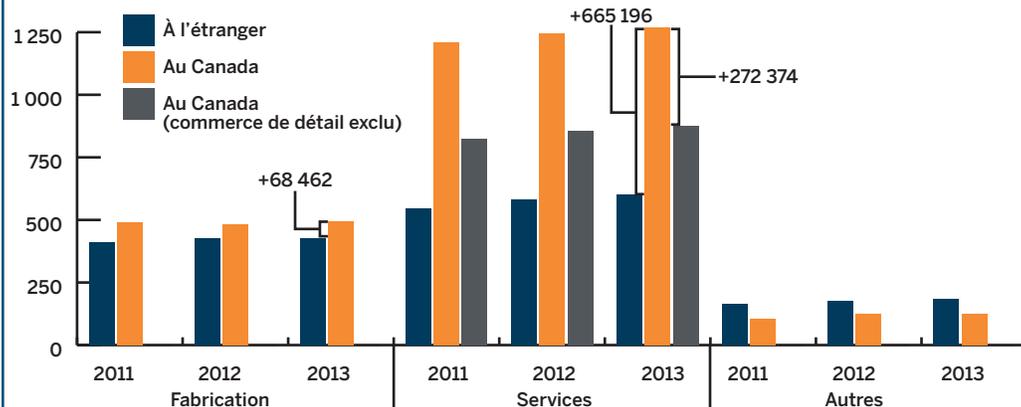
¹⁷ Statistique Canada, « Activités au Canada des sociétés affiliées à participation majoritaire étrangère, 2013 », *Le Quotidien* (2 décembre 2015). Accessible en ligne à : <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/151202/dq151202a-fra.pdf>

Figure 16 : Tendances de l'emploi dans le secteur manufacturier, par régions (1999 = 100)



Sources : OCDE, Services économiques d'EDC

Figure 17 : Emplois créés à l'étranger et au Canada par les sociétés affiliées, par secteurs (milliers)



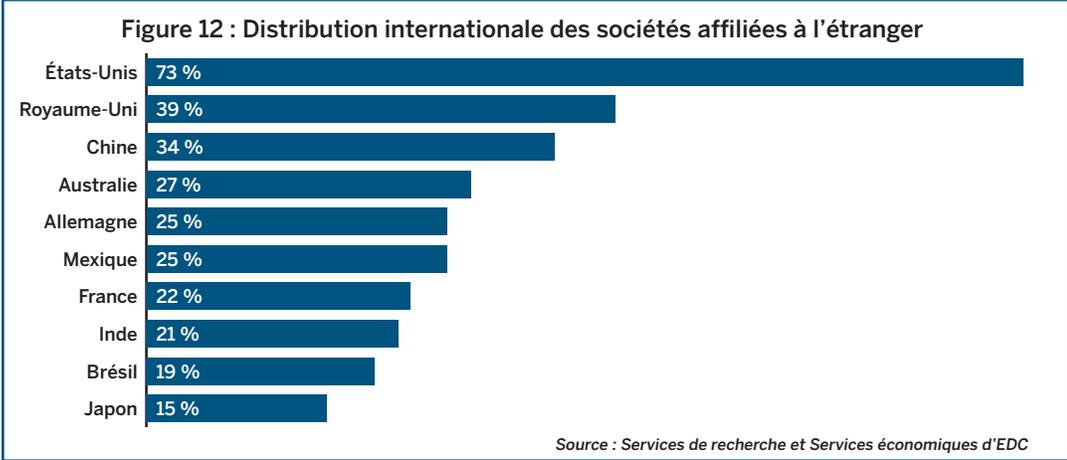
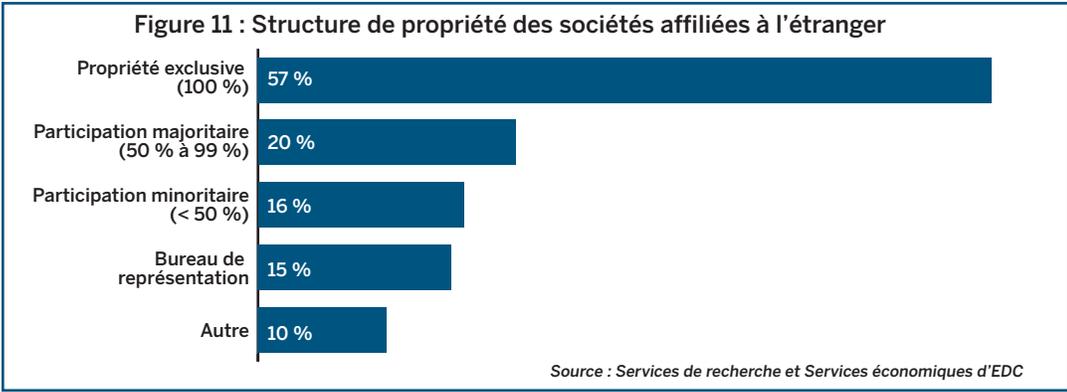
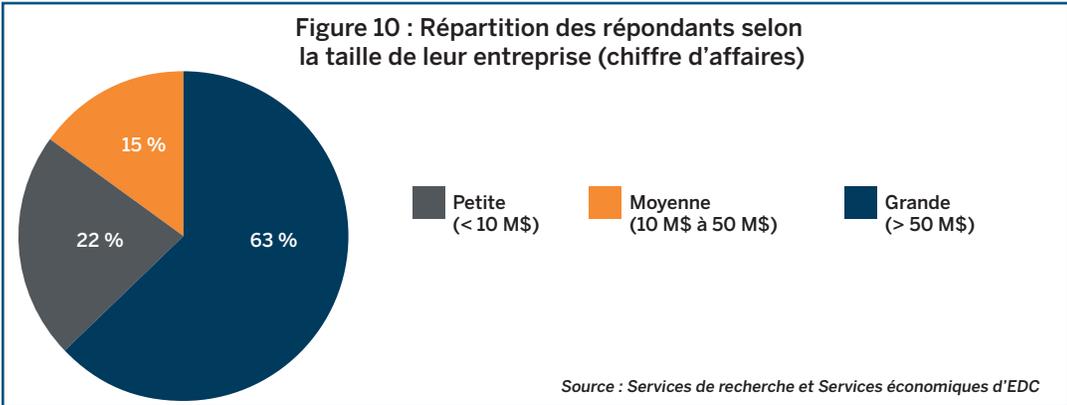
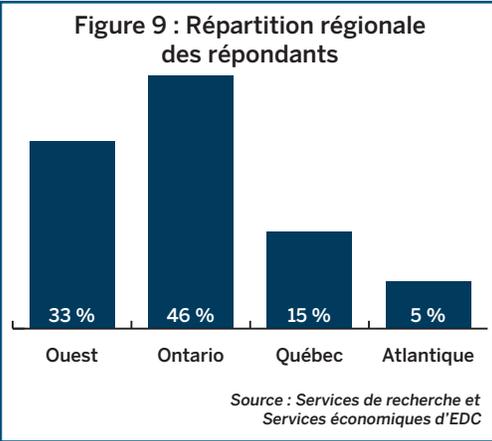
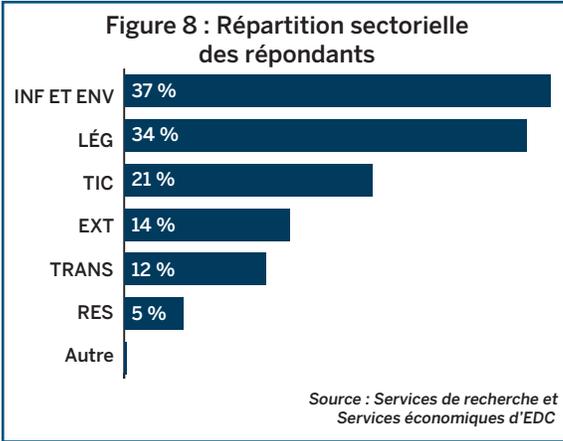
Sources : Statistique Canada, Services économiques d'EDC

Méthodologie du sondage et constats

Résultats du sondage

L'un des plus grands obstacles à la recherche sur les questions nouvelles qui évoluent rapidement est le manque de données fiables. À l'exception des tableaux de statistiques sur le commerce des sociétés affiliées à l'étranger de Statistique Canada (tableaux CANSIM 376-0060, 376-0061, 376-0065 et 376-0066), qui ont été remaniés en 2015, et des tableaux d'autres territoires comme les États-Unis et l'Union européenne, on trouve très peu de renseignements à ce sujet outre des récits anecdotiques¹⁸.

¹⁸ Dans le cadre de la révision de ses statistiques sur le commerce des sociétés affiliées à l'étranger, Statistique Canada a abandonné les tableaux CANSIM 376-0060 et 376-0061 et créé les tableaux 376-0065 et 376-0066. Dans ces nouveaux tableaux, les données révisées s'étendent sur une période de trois ans se terminant en 2013, tandis que les tableaux abandonnés remontent à 1999. Par ailleurs, la définition de certaines variables a considérablement changé. Comme nous l'avons déjà mentionné, les catégories géographiques du tableau 376-0066 sont sensiblement différentes de celles du tableau 376-0061, à un point tel que la comparaison des deux ensembles de données était impossible. Dans le tableau 376-0066, la définition du secteur « Finance et assurance » a été modifiée de sorte à comprendre les recettes à l'étranger des banques canadiennes. C'est pourquoi les revenus du secteur des services ont bondi entre 2010 et 2011.



C'est pour cette raison qu'en juillet 2015, Exportation et développement Canada a mené sur le Web un sondage anonyme révolutionnaire auprès de 546 entreprises canadiennes ayant des sociétés affiliées à l'étranger, un échantillon fourni par un chef de file national dans le domaine. Ce sondage préparatoire a su recueillir de nombreuses réponses venant de secteurs variés : infrastructure et environnement (INF ET ENV), industrie légère (LÉG), technologies de l'information et des communications (TIC), industries extractives (EXT), transports (TRANS), ressources (RES) et « autres » (figure 8). De plus, les répondants provenaient de partout au pays (figure 9). En fait, leur distribution géographique est quasi proportionnelle à la distribution régionale des entreprises canadiennes¹⁹. Toutefois, comme la plupart des petites entreprises n'ont pas l'expertise ni les ressources nécessaires à la création et à l'exploitation de sociétés affiliées à l'étranger, les résultats du sondage reflètent naturellement davantage la réalité des grandes entreprises ayant des revenus de 50 millions de dollars ou plus (figure 10)²⁰. Il est néanmoins remarquable que 37 % des répondants étaient à l'emploi de PME. Pour toutes ces raisons, le sondage a produit des résultats notables qui nous permettent de pousser plus loin l'analyse des tendances de l'investissement canadien à l'étranger.

En ce qui concerne la structure de propriété des sociétés affiliées, la figure 11 indique que 57 % des répondants avaient des sociétés affiliées à l'étranger en propriété exclusive. Seulement 16 % d'entre eux avaient une participation minoritaire dans une société affiliée à l'étranger. La figure 12, qui illustre la distribution internationale des sociétés affiliées canadiennes, révèle que la majorité des répondants (73 %) avaient au moins une société affiliée aux États-Unis; vient ensuite le Royaume-Uni avec 39 %, puis la Chine avec 34 %.

Questionnaire

Le questionnaire du sondage était formé d'une combinaison de questions ouvertes et fermées conçues de manière à maximiser le taux de réponse et à recueillir le plus de renseignements possible. L'élaboration du questionnaire a aussi été basée sur une étude qualitative exhaustive dans le cadre de laquelle des dizaines d'entretiens libres ont été menés auprès de cadres canadiens qui connaissaient bien les activités des sociétés affiliées de leur entreprise à l'étranger.

Cinq nouveaux constats

Plusieurs constatations importantes se sont dégagées du sondage dans diverses catégories; ces constatations appuient l'hypothèse que l'IDE a des retombées positives sur l'économie du pays d'origine.

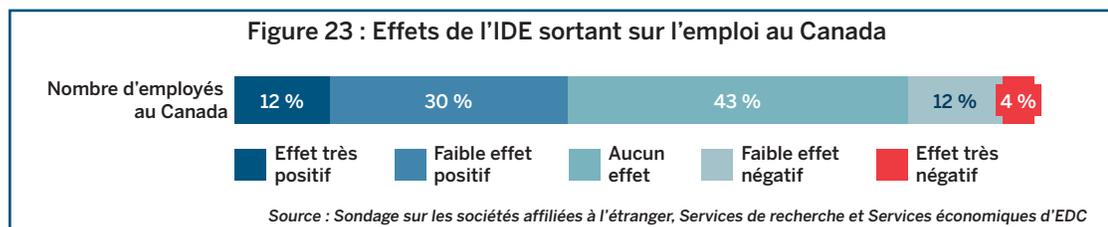
I. **Emploi et activités commerciales – Les sociétés affiliées à l'étranger stimulent l'emploi et les activités commerciales du Canada.**

L'un des plus importants constats tirés du sondage concerne l'effet des sociétés affiliées à l'étranger sur l'emploi au Canada. Comme le montre la figure 23, 85 % des répondants ont déclaré que les activités de leurs sociétés affiliées à l'étranger avaient une incidence neutre ou positive sur le nombre de personnes qu'ils emploient au Canada. De ces

¹⁹ Selon le Registre des entreprises de Statistique Canada (CANSIM 552-0003), en décembre 2015, 33 % des entreprises canadiennes étaient établies dans l'Ouest, 36 % en Ontario, 20 % au Québec et 7 % dans la région de l'Atlantique.

²⁰ Comme le nombre d'entreprises canadiennes ayant des sociétés affiliées à l'étranger demeure indéterminé, nous ne pouvons affirmer que les résultats du sondage sont parfaitement représentatifs de toutes ces entreprises.

répondants, la moitié ont affirmé que leurs sociétés affiliées à l'étranger avaient un « effet très positif » ou un « faible effet positif ». Seulement 12 % des personnes interrogées ont indiqué que leurs sociétés affiliées à l'étranger avaient un « faible effet négatif » sur leur effectif canadien, et 4 % qu'elles avaient un « effet très négatif ». Les résultats positifs dépassent donc les résultats négatifs de 2,6 fois.



Dans le même ordre d'idées, 69 % des répondants ont affirmé que leurs activités au Canada étaient « importantes » ou « très importantes » pour soutenir leurs activités à l'étranger. Seulement 7 % des personnes sondées ont indiqué que leurs activités canadiennes ne jouaient pas de rôle considérable sur ce plan.

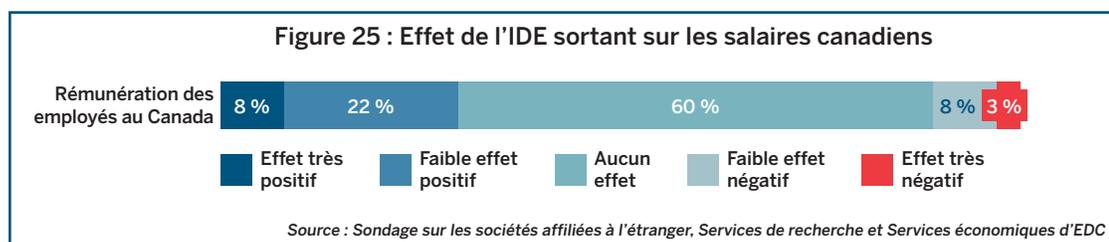
Comme l'illustre la figure 24, bien que les produits des activités canadiennes des entreprises soient très nombreux, les services dominent la liste. Le service à valeur ajoutée figurant au sommet de cette liste, soit « recherche de clients, marketing, et renseignements sur les marchés », est d'ailleurs confié à la section canadienne dans plus de la moitié des entreprises sondées (54 %). Ce sont deux autres services à valeur ajoutée élevée – « recherche et développement » et « ingénierie et autres services techniques » – qui se partagent la deuxième place (43 %). En fait, des 12 fonctions assumées au Canada par les entreprises sondées, 9 étaient des services à valeur ajoutée. Seules deux tâches étaient liées aux biens : les produits finis (35 %) et les matières premières et biens intermédiaires (16 %). Ces résultats appuient la conclusion que nous avons établie précédemment, soit que la délocalisation n'est pas un facteur important de la perte d'emplois dans le secteur manufacturier canadien.



De fait, les résultats laissent supposer que les sociétés affiliées à l'étranger constituent une source importante de demande des produits et services canadiens d'une multinationale. Autrement dit, les entreprises ne peuvent pas faire croître leurs sociétés affiliées à l'étranger sans une présence solide au Canada.

II. Salaires – Les sociétés affiliées à l'étranger permettent aux entreprises de mieux payer leurs employés établis au Canada.

Un autre constat tout aussi important est l'effet des activités des sociétés affiliées à l'étranger sur les salaires du pays d'origine. Dans le sondage, 90 % des répondants ont indiqué que les activités de leurs sociétés affiliées avaient un effet positif ou neutre sur la rémunération de leurs employés au Canada (figure 25). Bien que la majorité des répondants aient déclaré que ces activités n'avaient aucune incidence sur les salaires canadiens, 20 % d'entre eux ont affirmé qu'elles avaient un « effet très positif » ou un « faible effet positif ». Seulement 11 % des personnes interrogées ont signalé que les activités de leurs sociétés affiliées à l'étranger avaient un « faible effet négatif » ou un « effet très négatif » sur les salaires. Par conséquent, les retombées positives de l'IDE sortant sur les salaires l'emportent sur les effets négatifs dans une proportion de presque deux pour un.



III. Capacité concurrentielle – Les activités des sociétés affiliées à l'étranger font la force des entreprises canadiennes.

En ce qui concerne la capacité concurrentielle, les résultats du sondage montrent clairement que l'IDE dans des réseaux de sociétés affiliées renforce les entreprises canadiennes. En fait, 92 % des répondants estiment que leurs sociétés affiliées rendent leur entreprise plus concurrentielle.

Les raisons de cette proportion extraordinaire de réponses positives sont illustrées dans la figure 26. Dans presque toutes les catégories, les sociétés affiliées à l'étranger présentent un avantage clair et irrévocable. Par exemple, 87 % des répondants ont indiqué que leurs sociétés affiliées à l'étranger avaient un effet positif sur leurs ventes; 84 % ont convenu qu'elles favorisaient leur croissance; 83 % ont affirmé qu'elles augmentaient leur part du marché mondial; 82 % ont déclaré qu'elles augmentaient leur clientèle; et 81 % ont affirmé qu'elles augmentaient leurs profits. Il convient également de noter que le nombre de réponses négatives était assez négligeable dans toutes les catégories.

IV. Croissance offensive – Les principaux moteurs des activités des sociétés affiliées à l'étranger sont la croissance des revenus et la facilité d'accès aux marchés mondiaux, et non la réduction des coûts.

Le sondage prouve aussi que les pratiques de délocalisation observées de nos jours ne visent pas la réduction des coûts et la suppression d'emplois, contrairement à ce que

laisse croire le discours dominant; les entreprises canadiennes recherchent plutôt une croissance offensive pour faciliter leur accès aux chaînes de valeur mondiales, à de nouveaux clients, à la croissance de la consommation sur les marchés émergents et aux réseaux de commerce Sud-Sud.

Cette conclusion est illustrée à la figure 27, qui montre que la majorité des répondants ont dit avoir établi leurs réseaux de sociétés affiliées à l'étranger pour des raisons offensives ou stratégiques. Les deux premières raisons sont liées à la génération de revenus à l'étranger; 59 % des répondants cherchaient à augmenter leurs ventes sur le marché où leur société affiliée était établie, et 47 % comptaient sur leurs sociétés affiliées pour accroître leurs ventes sur un troisième marché. Dans ce deuxième scénario, l'entreprise canadienne se sert généralement d'une société affiliée à l'étranger comme base pour générer des ventes dans la région où elle est située. Par exemple, elle pourrait établir une société affiliée à Hong Kong ou en Taïwan dans le but de générer des ventes en Chine continentale.

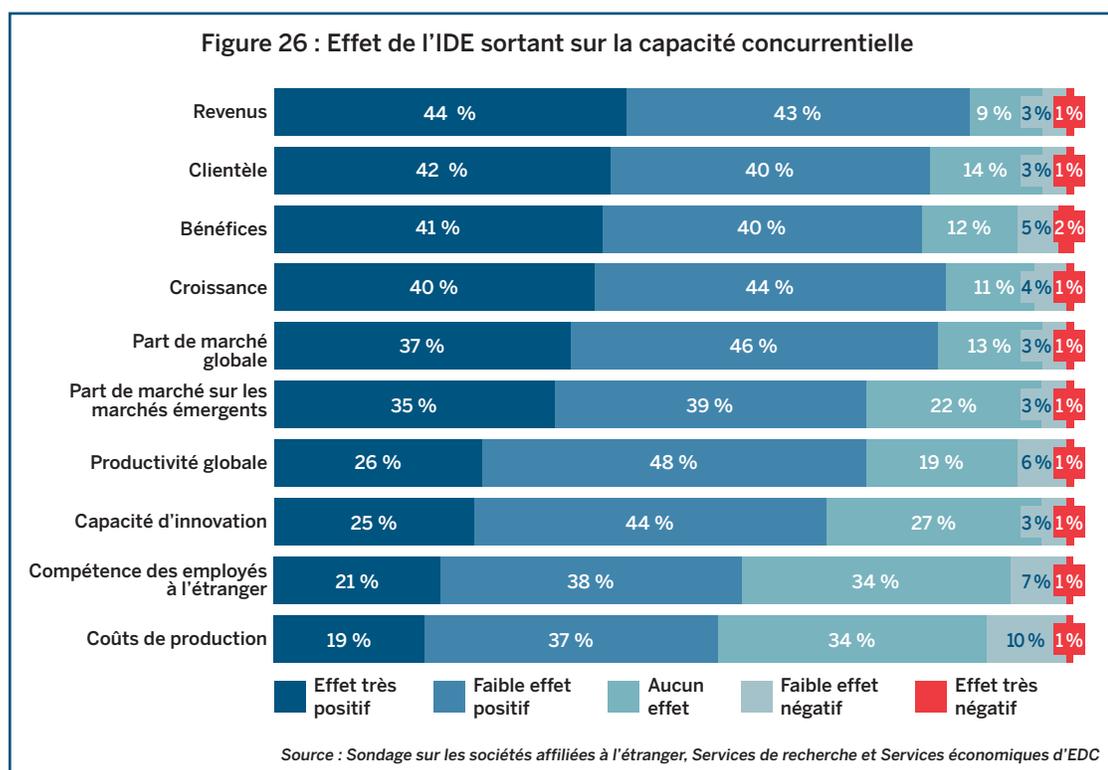
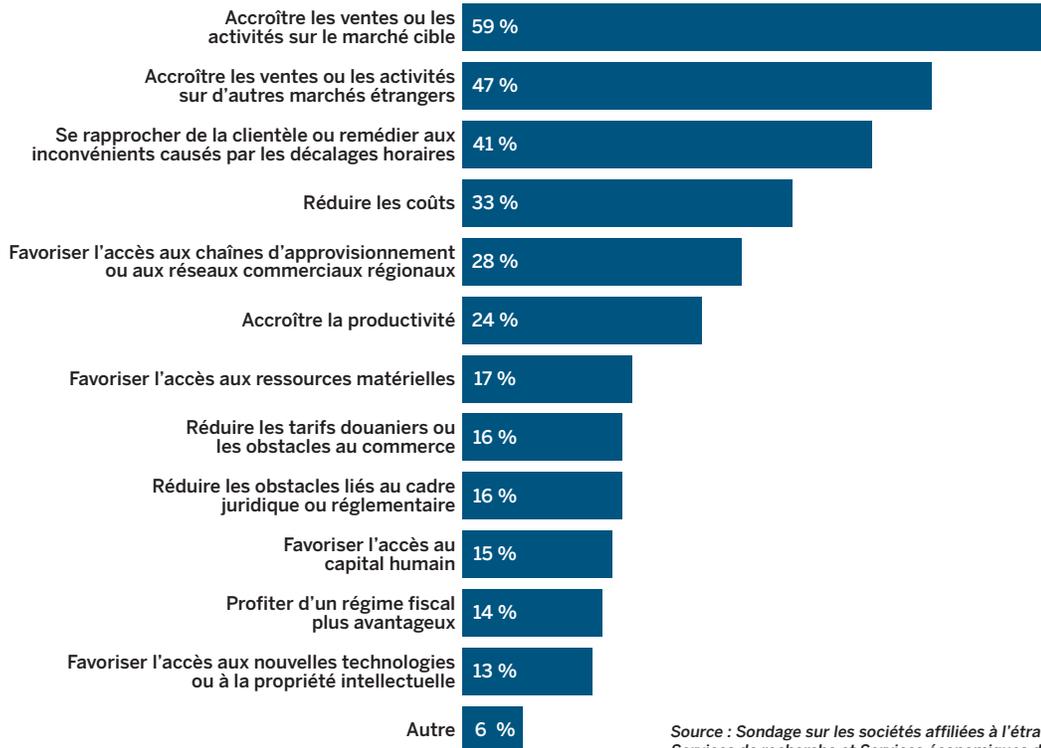
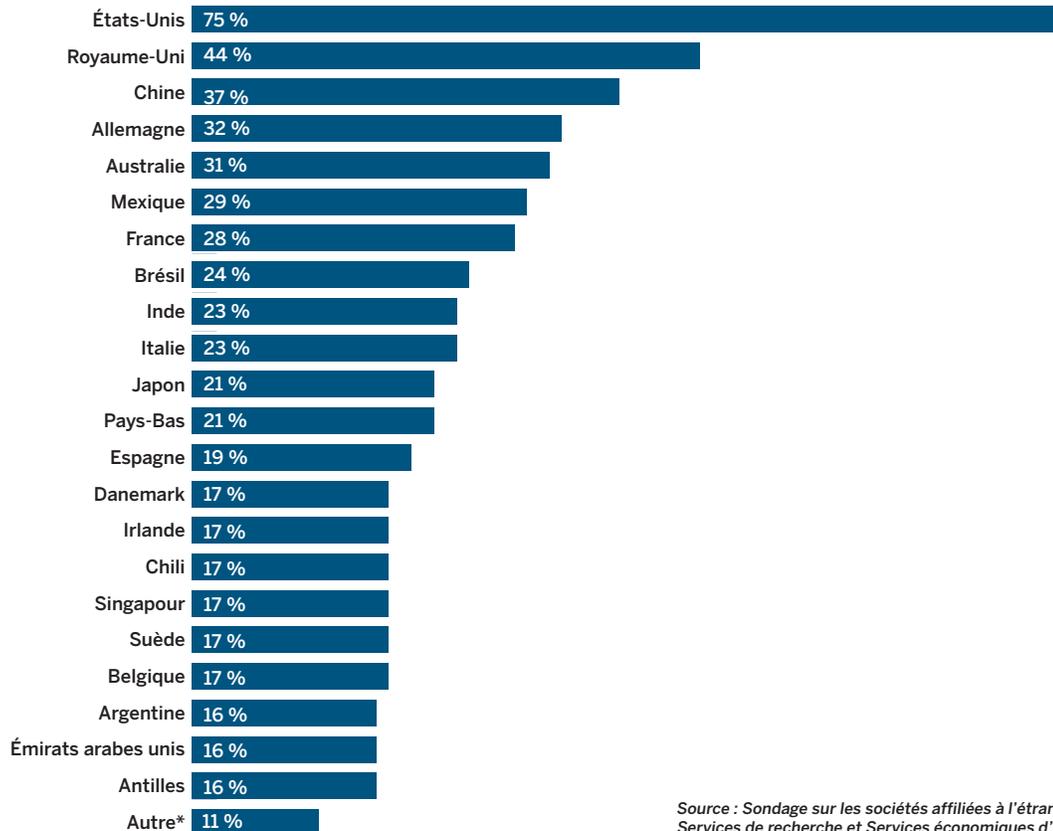


Figure 27 : Raisons qui motivent l'établissement de sociétés affiliées à l'étranger



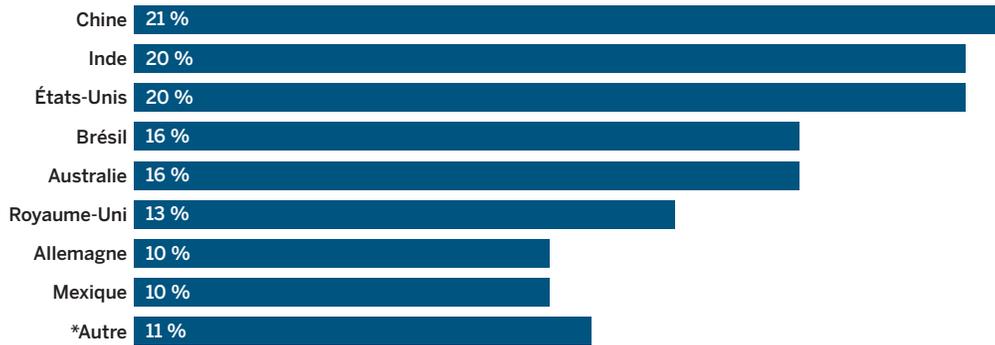
Source : Sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger, Services de recherche et Services économiques d'EDC

Figure 28 : Raisons qui motivent l'établissement de sociétés affiliées à l'étranger



Source : Sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger, Services de recherche et Services économiques d'EDC

Figure 29 : Pays ciblés pour une expansion dans les cinq prochaines années



Source : Sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger, Services de recherche et Services économiques d'EDC

Il est aussi intéressant de noter que seulement 33 % des répondants ont donné la réduction des coûts comme raison d'être de leur société affiliée à l'étranger, et qu'uniquement 14 % d'entre eux ont affirmé qu'ils cherchaient un meilleur climat fiscal.

V. Les dividendes de la diversification – Les sociétés affiliées à l'étranger favorisent la diversification des échanges commerciaux du Canada.

Le dernier constat se rapporte aux dividendes de la diversification et à la façon dont les sociétés affiliées à l'étranger favorisent la diversification des tendances canadiennes en matière de commerce international, particulièrement pour l'avenir.

Les États-Unis restent et resteront le plus important marché pour les sociétés affiliées canadiennes (figure 28), mais la croissance dépend fortement de l'Asie et des autres marchés émergents. Comme le montre la figure 29, le premier des quatre principaux marchés porteurs pour les sociétés affiliées à l'étranger dans les cinq prochaines années sera la Chine, et trois d'entre eux sont d'importants marchés émergents (Chine, Inde et Brésil).

De plus, si on exclut les États-Unis, huit des 20 premiers marchés porteurs sont situés en Asie, cinq en Amérique latine, cinq en Europe et deux au Moyen-Orient et en Afrique. Cette diversification est amplifiée par le fait que 50 % des répondants au sondage prévoient étendre leurs réseaux de sociétés affiliées à l'étranger dans les cinq années à venir.

Conclusion : Les iPhone ne sont pas chinois

La montée des chaînes de valeur mondiales, les révolutions dans les technologies de l'information et les accords du XXI^e siècle entourant le commerce et l'investissement ont radicalement transformé la façon de faire des affaires sur la scène internationale. Il va sans dire que les moyens utilisés pour mesurer ces activités doivent évoluer en parallèle.

Les indicateurs traditionnels comme la valeur brute des exportations de marchandises sont détaillés et rapidement accessibles, mais issus d'une époque plus simple durant laquelle les entreprises produisaient des biens dans un pays pour les exporter à un

autre. Les produits d'aujourd'hui sont fabriqués à plusieurs endroits dans le monde. Les composantes des iPhone sont faites aux États-Unis, au Japon, en Corée du Sud, à Taïwan, en Allemagne et en Italie. Pourtant, selon les données sur les exportations de marchandises, les iPhone sont chinois, puisqu'ils sont assemblés à Shenzhen et exportés depuis cette même ville.

En incorporant à l'analyse les données à valeur ajoutée sur le commerce, les statistiques sur le commerce des sociétés affiliées à l'étranger et d'autres données, on peut étendre sa portée aux chaînes de valeur mondiales, décomposer les réseaux de production complexes et attribuer la valeur de la production à la bonne source. On peut même isoler les coûts de transport engagés en Corée du Sud pour la livraison de composantes de l'iPhone en Chine, par exemple. Ces données nous aident à mieux comprendre à quel point les entreprises comptent sur l'investissement direct à l'étranger pour être concurrentielles sur le marché international et à déterminer les effets de ces pratiques sur les entreprises et sur l'économie des pays d'origine.

Le sondage sur les sociétés affiliées à l'étranger visait à traiter ces questions en recueillant des données sur la relation entre la délocalisation et les activités nationales des entreprises. Les résultats sont sans équivoque et mettent en doute le discours dominant dans une multitude de catégories en prouvant que les réseaux de sociétés affiliées à l'étranger présentent d'importants avantages pour les entreprises canadiennes et l'économie intérieure. En ce qui concerne les entreprises, le sondage a révélé que les sociétés affiliées à l'étranger les aidaient à accroître leur capacité concurrentielle en augmentant leurs ventes et en facilitant leur accès aux clientèles étrangères et à des chaînes de valeur mondiales lucratives. Grâce à ces réseaux, les entreprises peuvent aussi diversifier leur clientèle et participer aux révolutions des consommateurs sur les marchés émergents à forte croissance. À l'échelle nationale, notre étude a démontré que les sociétés affiliées à l'étranger avaient une incidence positive sur l'emploi et les salaires, et a fourni la preuve que l'IDE sortant contribuait à diversifier la présence commerciale internationale du Canada. L'importance de ce dernier avantage ne fera qu'augmenter à mesure que le centre des activités économiques continuera de se déplacer vers les marchés monstres d'Asie comme la Chine et l'Inde.

Pour tout renseignement, visitez edc.ca

This document is also available in English.

EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document. © Exportation et développement Canada, 2016. Tous droits réservés.