



INDICE DE CONFIANCE COMMERCIALE

**Les perspectives mondiales selon
les exportateurs canadiens**

Sondage de fin d'année 2025
d'Exportation et développement Canada
Mars 2026

Canada



À PROPOS DE L'INDICE DE CONFIANCE COMMERCIALE

- Depuis plus de 25 ans, *l'indice de confiance commerciale* (ICC) d'EDC rend compte deux fois l'an des perspectives de plus de 1 200 exportateurs canadiens. Le sondage, qui recueille des renseignements absents des statistiques commerciales traditionnelles, présente les préoccupations et les attentes des exportateurs canadiens pour les six prochains mois, ainsi que l'évolution de leurs stratégies internationales.
- L'indice regroupe les attentes des entreprises selon cinq composantes fondamentales : ventes sur le marché intérieur, ventes à l'exportation, conjoncture nationale, conjoncture mondiale et occasions d'affaires internationales. En saisissant la manière dont les entreprises évaluent à la fois les conditions actuelles et les perspectives à venir, l'ICC fournit un indicateur prospectif de la confiance commerciale. Il brosse également un portrait des attentes des exportateurs et de leurs perceptions du risque : préoccupations liées à la croissance mondiale, incertitude relative aux politiques commerciales, situation tarifaire et conditions de financement, entre autres. À ce titre, l'indice est particulièrement utile pour cerner les tensions émergentes avant qu'elles ne manifestent pleinement dans les volumes d'échanges commerciaux ou les données sur les investissements.
- L'ICC est un outil pratique qui permet aux exportateurs canadiens de comparer leurs propres attentes à celles de leurs pairs, et de prendre des décisions stratégiques concernant l'entrée sur le marché, le calendrier des investissements et la gestion des risques.

PRINCIPAUX THÈMES

1. Malgré l'incertitude, l'**ICC de fin d'année a augmenté** de quatre points depuis le sondage de mi-année, pour atteindre 69,7. L'ICC reste toutefois **inférieur à sa moyenne historique**. La confiance commerciale se **rétablit après avoir atteint le quatrième résultat le plus bas** de son histoire, mais les exportateurs se préparent à une période d'incertitude et ne s'attendent pas à de la stabilité.
 - Les exportateurs trouvent des **domaines porteurs** où ils peuvent contrôler des résultats tels que le perfectionnement des stratégies de vente, le ciblage des marchés à fort potentiel et l'établissement de partenariats plus solides. La confiance est plus élevée pour les ventes à l'exportation, les ventes sur le marché intérieur et les occasions d'affaires internationales.
 - La confiance à l'égard de la **conjoncture nationale et mondiale (facteurs externes)** est moins bien classée que les autres facteurs de confiance commerciale.
2. La majorité des exportateurs **prévoient s'établir sur de nouveaux marchés** d'ici deux ans.
 - La proportion des entreprises qui commencent à exporter vers plusieurs marchés étrangers **a plus que triplé au cours des dix dernières années**.
3. Les **États-Unis continuent** d'être le marché principal, mais **l'Europe et l'Asie-Pacifique** sont les marchés sur lesquels les exportateurs misent pour la suite des choses.
 - Les exportateurs ont ciblé l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, l'Australie, le Japon et la Chine.

PRINCIPAUX THÈMES

4. La croissance est possible, mais elle dépend de la capacité des exportateurs à surmonter les **tensions tarifaires, les restrictions de financement et les règles complexes du commerce.**

- Les tarifs sont la principale préoccupation, tout comme les difficultés à trouver des clients, à naviguer dans des environnements politiques et réglementaires complexes ainsi qu'à trouver des fournisseurs, des partenaires et des distributeurs fiables.
- Un tiers des exportateurs canadiens auront **besoin de financement** au cours des deux prochaines années pour financer leurs projets de diversification des marchés, mais l'accès au financement est un obstacle majeur.
- **Les accords de libre-échange (ALE)** éliminent les principaux obstacles auxquels se butent les exportateurs, mais demeurent sous-exploités.

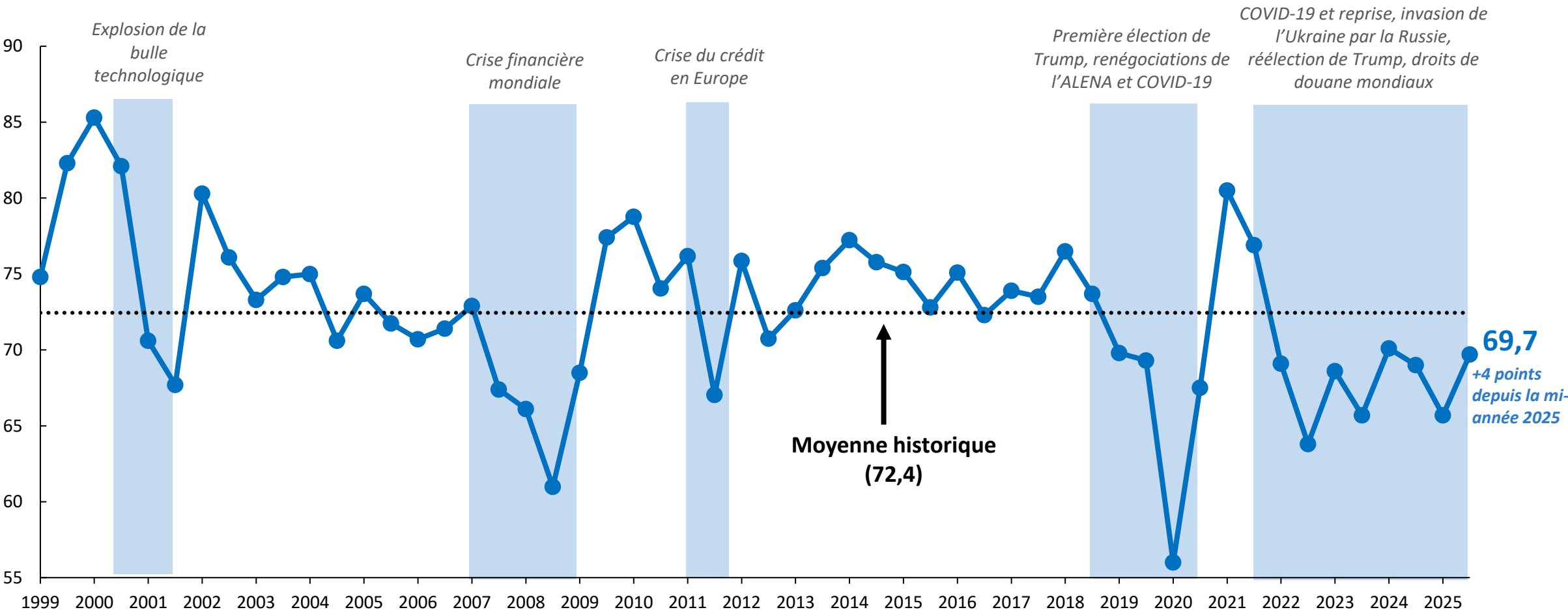
5. Les exportateurs **investissent pour demeurer concurrentiels**, ce qui renforce leur capacité au pays et leur présence à l'étranger.

- Près d'un tiers des exportateurs ont des investissements à l'étranger.
- Un peu moins d'un quart des exportateurs investissent dans l'amélioration de la productivité propice au commerce.

Les exportateurs abordent les six prochains mois avec une prudence mesurée plutôt qu'avec une confiance absolue, et se préparent à une volatilité persistante.

Indice de confiance commerciale

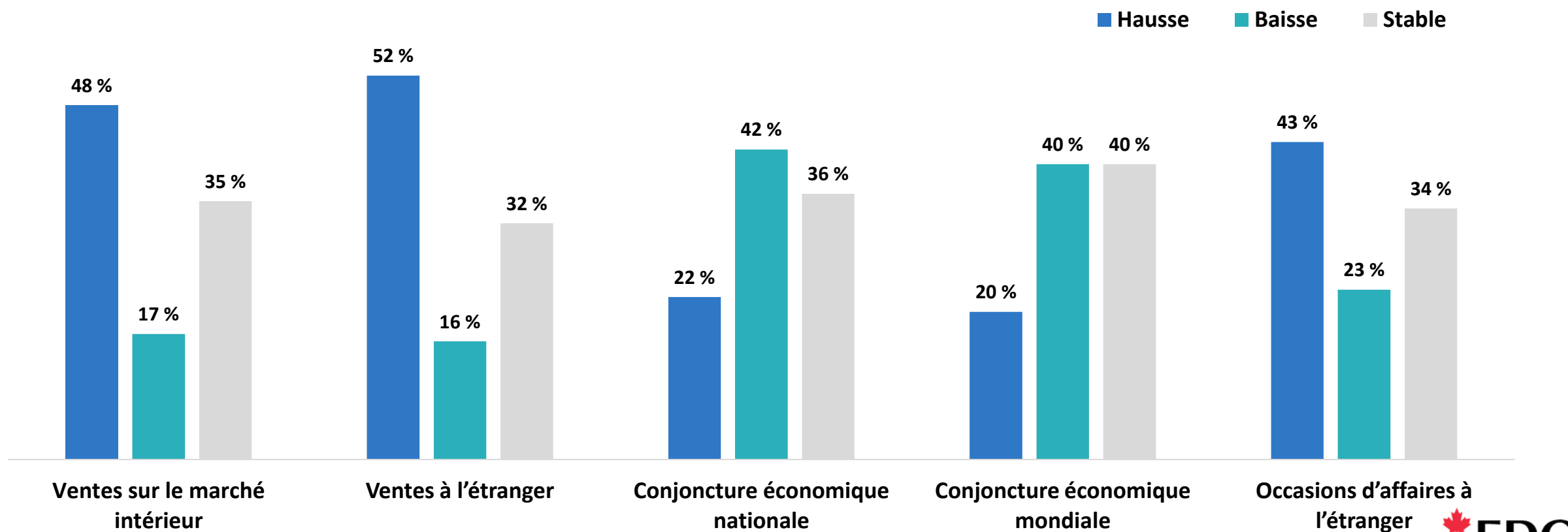
Résultat de l'indice—ligne bleue continue; résultat moyen historique—ligne noire pointillée



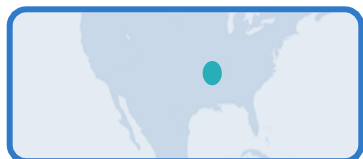
Les exportateurs découvrent des domaines de croissance où ils peuvent influencer sur les résultats, qu'il s'agisse d'affiner les stratégies de vente, de se concentrer sur les marchés clés ou de renforcer les partenariats. Les turbulences économiques et l'incertitude relative aux politiques commerciales, en particulier les risques tarifaires, demeurent des obstacles majeurs qui alimentent le doute.

COMPOSANTES DE L'ICC : en fonction de la perception d'une hausse, d'une baisse ou d'une stabilité*

% d'exportateurs ayant répondu aux cinq questions de l'ICC



Les entreprises qui exportent au-delà des États-Unis affichent une plus grande confiance commerciale et ont une vision plus positive de la conjoncture économique mondiale, des occasions d'affaires internationales et des ventes à l'exportation.



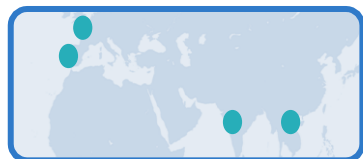
Confiance commerciale à l'égard des exportations vers les **États-Unis uniquement**
La confiance des exportateurs qui exportent uniquement vers les États-Unis est inférieure de 3,9 points à la moyenne générale.

65,8



Confiance commerciale à l'égard des exportations vers les **États-Unis et d'autres pays**
La confiance commerciale est en hausse de 0,7 point chez les entreprises qui exportent vers les États-Unis et d'autres pays.

70,4



Confiance commerciale à l'égard des exportations vers des pays **autres que les États-Unis.**
La confiance commerciale est en hausse de 3,3 points chez les entreprises qui exportent exclusivement en dehors des États-Unis.

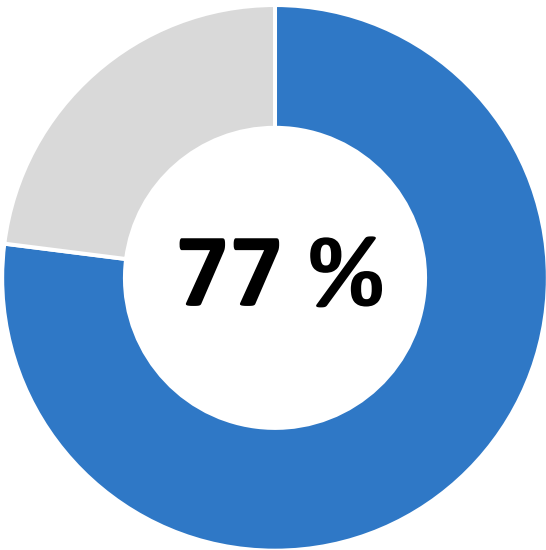
73

Confiance commerciale globale (base de référence pour tous les exportateurs)

69,7

Plus des trois quarts des exportateurs citent les États-Unis comme leur principal marché, ce qui souligne la persistance des dépendances. Toutefois, ils manifestent également une nette préférence pour l'Europe et l'Asie-Pacifique.

Cette répartition met en évidence une forte dépendance à l'égard des États-Unis et une pénétration relativement faible sur les autres marchés mondiaux.



**des exportateurs interrogés
sont actifs aux États-Unis.**

**PRINCIPALES RÉGIONS D'EXPORTATION EN DEHORS DES
ÉTATS-UNIS**

% d'exportateurs

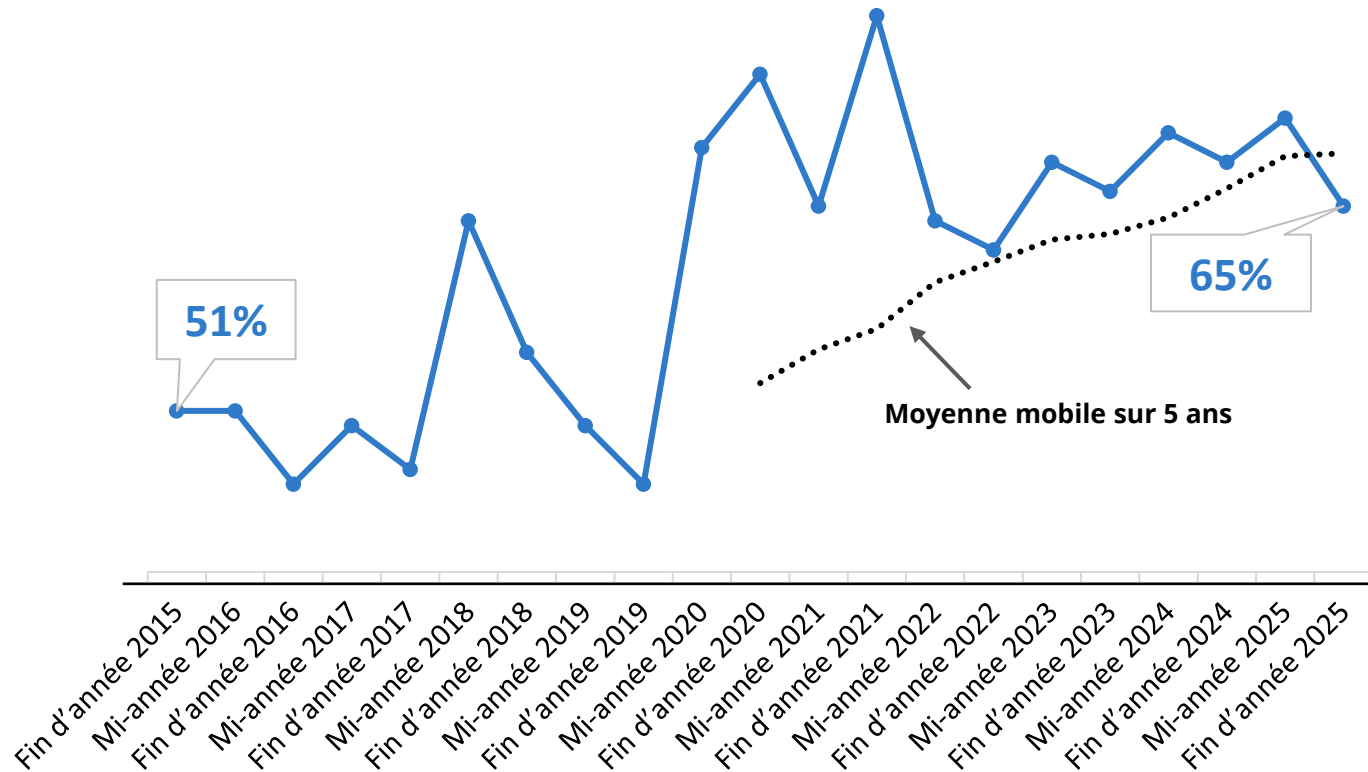
- 1. Europe (45 %)
- 2. Asie-Pacifique (30%)
- 3. Amérique latine et Caraïbes (20 %)
- 4. Mexique (18 %)
- 5. Moyen-Orient et Afrique (17 %)

Nota – Les totaux ne donnent pas 100 %, car les réponses multiples étaient acceptées.. 

La dépendance à l'égard des États-Unis est forte, mais la volonté de diversification l'est tout autant. La plupart des exportateurs canadiens (65 %) prévoient de percer de nouveaux marchés, y compris ceux qui dépendent traditionnellement des États-Unis.

INTENTION DE SE DIVERSIFIER

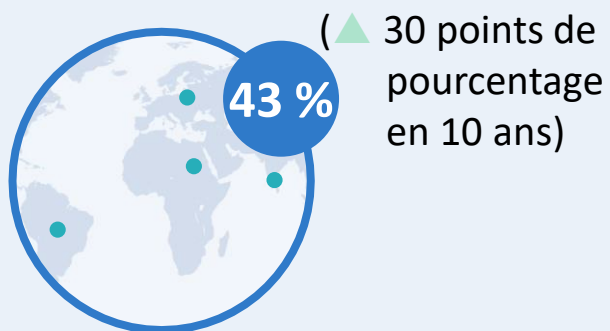
% d'exportateurs



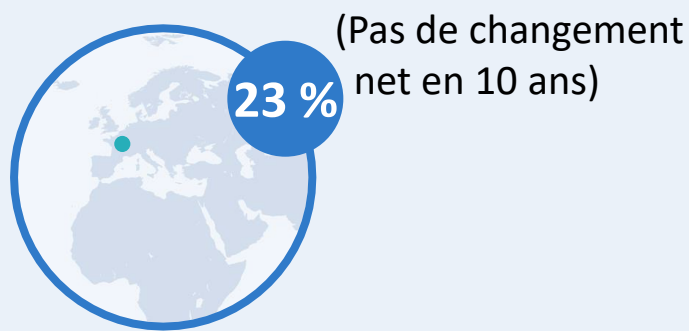
- La volonté de diversification se stabilise après des années de fluctuations dues à l'évolution des conditions économiques mondiales, aux mesures incitatives du gouvernement et à l'augmentation des coûts et de la concurrence aux États-Unis.
- Malgré une baisse entre le milieu de l'année et la fin de l'année 2025, la ligne de tendance montre que le désir de percer de nouveaux marchés atteint une nouvelle normalité après la pandémie de COVID-19.

Un nombre croissant d'entreprises diversifient leurs activités ou se lancent dans l'exportation au-delà des États-Unis, ce qui témoigne d'une évolution importante à long terme des stratégies d'accès aux marchés. Plutôt que de considérer les États-Unis comme une première étape, les entreprises adoptent de plus en plus une stratégie axée sur une présence mondiale dès le départ.

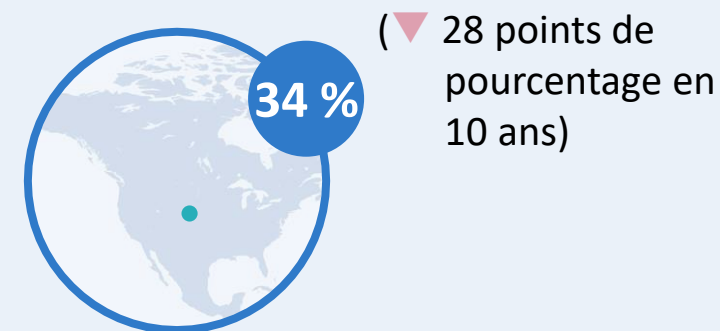
LES SCHÉMAS D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ ONT CHANGÉ DEPUIS 2015



ont commencé par
plusieurs marchés
étrangers



ont commencé par un
marché autre que les
États-Unis



ont commencé aux
États-Unis

Les exportateurs ont tendance à chercher à diversifier progressivement leurs marchés, en commençant par prendre des mesures peu contraignantes qui aident à valider les possibilités avant d'engager des ressources. Les mesures prises par une entreprise varient en fonction de son empreinte mondiale.

L'approche d'une entreprise en matière de diversification des marchés dépend de sa stratégie de croissance, de sa confiance et de son exposition aux marchés internationaux.



EXPORTATEURS VERS LES ÉTATS-UNIS UNIQUEMENT

Exportateurs exportant uniquement vers les États-Unis

Principales mesures de diversification des marchés :

- Conclure des ententes avec de nouveaux partenaires
- Demander une subvention publique ou profiter d'un incitatif gouvernemental
- Obtenir du financement à l'exportation



AUTRES MARCHÉS UNIQUEMENT

Exportateurs actifs exclusivement sur les marchés autres que les États-Unis

Principales mesures de diversification des marchés :

- Participer à des expositions virtuelles ou des salons professionnels internationaux
- Embaucher des représentants ou de distributeurs locaux sur les marchés cibles
- Déterminer l'avantage concurrentiel de l'entreprise



ÉTATS-UNIS ET AUTRES MARCHÉS

Exportateurs actifs aux États-Unis et sur d'autres marchés

Principales mesures de diversification des marchés :

- Participer à des expositions virtuelles ou des salons professionnels internationaux
- Conclure des ententes avec de nouveaux fournisseurs ou partenaires étrangers
- Embaucher des représentants ou de distributeurs locaux sur les marchés cibles

La diversification n'est pas concentrée dans une seule « meilleure » région, mais répartie entre plusieurs options. L'Europe et l'Asie-Pacifique sont les deux principales régions citées pour une expansion à court terme. De nombreuses entreprises continuent à rechercher une croissance progressive sur des marchés familiers et se trouvant à proximité.

PRINCIPALES RÉGIONS D'EXPORTATION PRÉVUES AU COURS DES DEUX PROCHAINES ANNÉES

% d'exportateurs

1. Europe (28 %)

2. Asie-Pacifique (19%)

3. Moyen-Orient et Afrique (16 %)

4. États-Unis (16 %)

5. Amérique latine et Caraïbes (15 %)

6. Mexique (13 %)

PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION PRÉVUS AU COURS DES DEUX PROCHAINES ANNÉES

% d'exportateurs

1. Allemagne (13 %)

2. France (12 %)

3. Royaume-Uni (R.-U.) (12 %)

4. Australie (8 %)

5. Japon (7 %)

6. Chine (7 %)

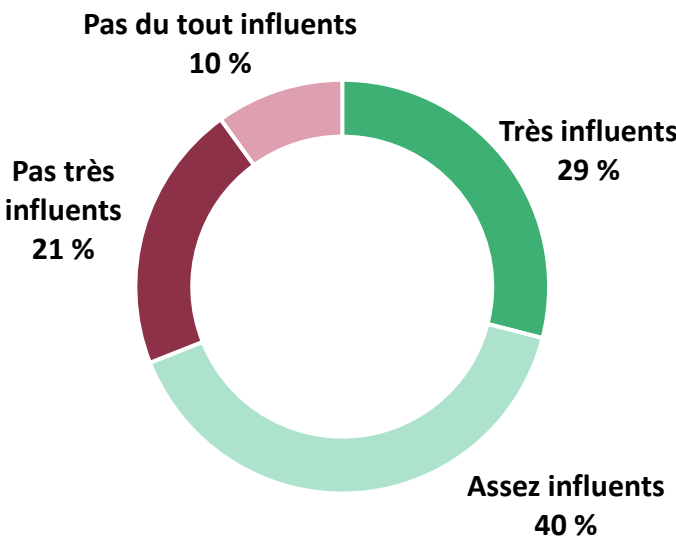
La plupart des exportateurs (69 %) déclarent que les ALE ont une certaine influence sur le choix des marchés, ce qui souligne leur rôle de catalyseur de l'entrée sur le marché et de la diversification des marchés.

Les accords de libre-échange (ALE) réduisent ou éliminent les droits de douane sur les marchandises, ce qui donne aux exportateurs canadiens un avantage concurrentiel. Pour les fournisseurs de services, les ALE facilitent le passage des frontières. Le Canada a conclu 15 accords de libre-échange avec 51 pays, permettant ainsi l'accès à plus de 1,5 milliard de consommateurs dans le monde. **La plupart des exportateurs ont recours à une forme ou une autre d'accord commercial**, l'ACEUM étant cité le plus souvent.

Les ALE contribuent à réduire les obstacles que les exportateurs ont le plus de mal à surmonter, notamment les droits de douane, les frictions commerciales et la complexité de la réglementation. **Pourtant, 29 % des exportateurs admissibles n'ont pas recours aux ALE, malgré leur rôle dans la réduction des barrières commerciales.**

INFLUENCE DES ALE

% d'exportateurs



ALE EXPLOITÉS

% d'exportateurs

- 64 %** des exportateurs admissibles qui vendent actuellement aux États-Unis ont recours à l'ACEUM
Accord économique et commercial global entre le Canada, les États-Unis et le Mexique
- 50 %** des exportateurs admissibles qui vendent actuellement à l'Union européenne ont recours à l'AECG
Accord économique et commercial global. Seuls les pays ayant ratifié cet accord sont inclus, à l'exclusion de l'Estonie, de la Lituanie, du Luxembourg et de Malte.
- 24 %** des exportateurs admissibles qui vendent actuellement à l'Asie-Pacifique ont recours au PTPGP
Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste. Seuls les pays ayant ratifié cet accord sont inclus, à l'exclusion du Chili et du Pérou.
- 29 %** des exportateurs admissibles n'ont recours à aucun ALE

Les exportateurs canadiens sont pressés de part et d'autre : les tensions financières augmentent, tandis que les obstacles non financiers compliquent l'exécution et le développement des projets d'expansion à l'international.

L'imprévisibilité de l'environnement commercial entraîne l'augmentation des coûts d'exploitation, la baisse de la rentabilité et la réduction des flux de trésorerie.

DÉFIS FINANCIERS DES EXPORTATEURS

% d'exportateurs



Composer avec la hausse des dépenses d'entreprise

33 %



Maintenir la rentabilité

31 %



Maintenir un flux de trésorerie suffisant

30 %



Composer avec la volatilité du dollar canadien

22 %



Obtenir les paiements dus

20 %

Les droits de douane demeurent la principale préoccupation des exportateurs canadiens, qui font également face à des défis liés à la conjoncture économique mondiale et à la recherche de clients.

DÉFIS NON FINANCIERS DES EXPORTATEURS

% d'exportateurs



Surmonter les difficultés liées aux tarifs étrangers

30 %



Composer avec la conjoncture économique mondiale

26 %



Cerner de nouveaux clients potentiels et établir des liens avec eux

24 %



Gérer les risques politiques/liés au climat des affaires

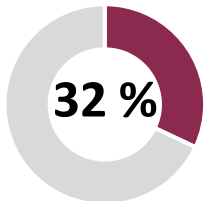
23 %



Trouver des fournisseurs, des partenaires ou des distributeurs potentiels et établir des liens avec eux

21 %

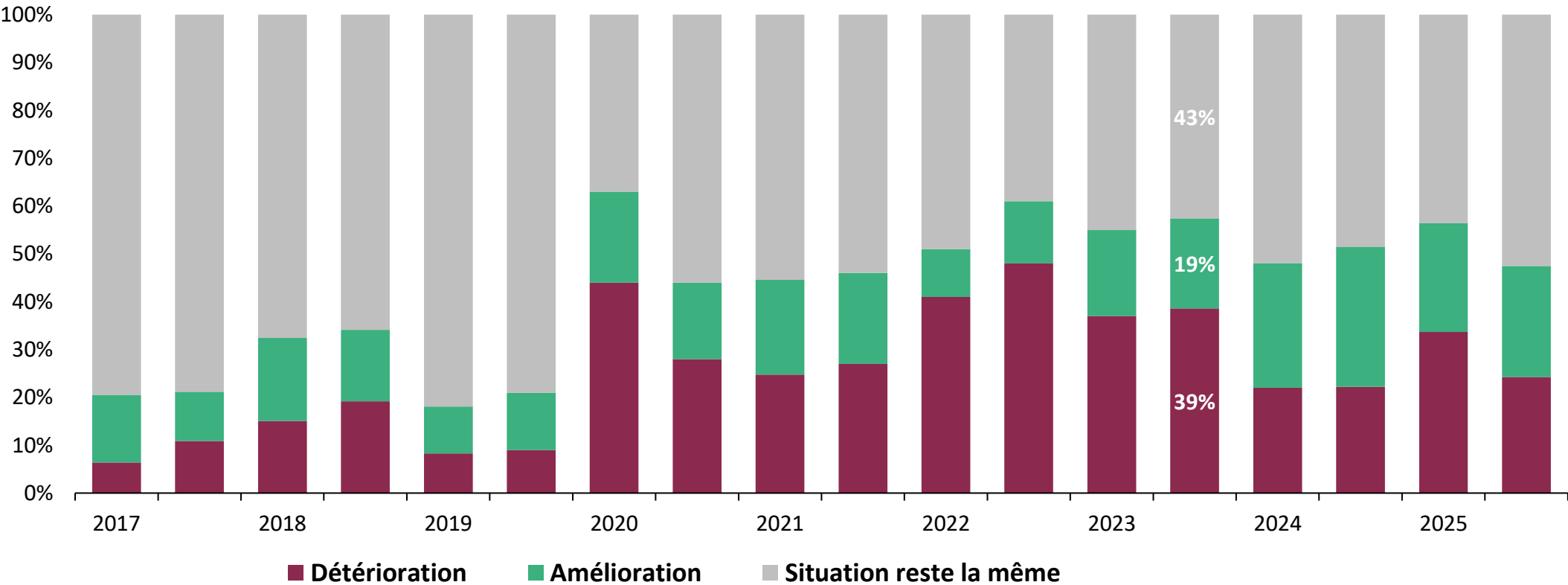
Un tiers des exportateurs auront besoin de financement au cours des deux prochaines années pour financer leurs projets de diversification internationale. Toutefois, la plupart d'entre eux s'attendent à ce que les modalités de financement continuent d'être un obstacle.



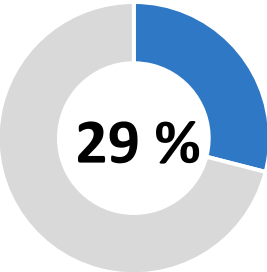
des exportateurs indiquent avoir besoin d'un financement au cours des deux prochaines années pour mettre en œuvre leurs projets de diversification

ATTENTES CONCERNANT LES CONDITIONS DE FINANCEMENT AU COURS DES SIX PROCHAINS MOIS

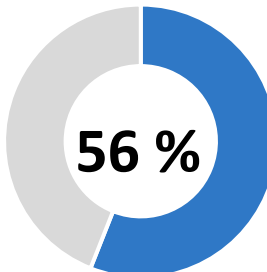
% d'exportateurs



Les exportateurs utilisent des investissements pour compenser les risques et la demande du marché.



Près du tiers (29 %) des exportateurs ont actuellement des investissements étrangers (en légère hausse par rapport au milieu de l'année 2025, qui était de 27 %).

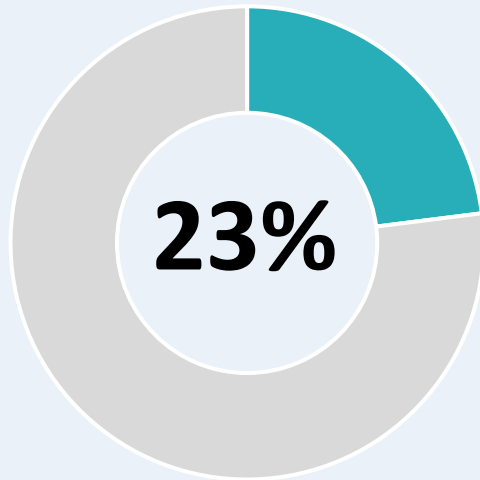


56 % des exportateurs ayant déjà des investissements étrangers (29 %) prévoient les augmenter au cours des six prochains mois.

MARCHÉS OÙ LES EXPORTATEURS PRÉVOIENT D'AUGMENTER LEURS INVESTISSEMENTS

1. États-Unis	
2. Mexique	
3. Royaume-Uni	
4. Chine	
5. Allemagne	
6. Australie	

Les exportateurs canadiens n'investissent pas seulement sur les marchés internationaux dans l'intérêt du Canada; ils investissent au Canada pour faciliter le commerce.



des exportateurs canadiens investissent dans les **améliorations de la productivité propice au commerce** (p. ex. télécommunications, services publics, centres de données)

Méthodologie

- L'**indice de confiance commerciale (ICC)** d'EDC sert à créer un indice composite dérivé des réponses à cinq questions prospectives sur les conditions économiques nationales et mondiales ainsi que les débouchés commerciaux.
- Les **cinq composantes de l'indice évaluent les attentes concernant** les ventes à l'exportation, les ventes sur le marché intérieur, les conditions économiques mondiales, les conditions économiques nationales et les occasions d'affaires internationales.
- **Répondants** : Décideurs, influenceurs et administrateurs de produits financiers connaissant les activités d'exportation de leur entreprise. Seuls les exportateurs directs et les entreprises prêtes à exporter ont été inclus dans le sondage.
- **Taille de l'échantillon** : 1 326 répondants au total, dont 872 ont répondu aux cinq questions de l'ICC utilisées pour calculer l'indice global.
- **Méthodologie du sondage** : Sondage en ligne mené en français ou en anglais, selon la préférence du répondant.
- **Collecte des données** : du 4 décembre 2025 au 15 janvier 2026

Méthodologie (suite)

- **Méthodes d'échantillonnage** : Échantillonnage de commodité tiré des bases de données d'EDC et d'un partenaire externe (1 100 réponses). L'échantillon d'EDC ne comprenait pas les invités actuels au sondage Net Promoter Score (NPS) ni les participants récents à d'autres recherches d'EDC effectuées au cours des 30 derniers jours.
- **Pondération** : Les réponses ont été pondérées en fonction de la taille de l'entreprise, de sa région et du statut commercial du marché potentiel total d'EDC des exportateurs directs et des entreprises prêtes à exporter.
- **Nota** – Les réponses « Ne sait pas » sont exclues des calculs, s'il y a lieu.
- **Personne-ressource** : Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter Jennifer Topping à JTopping@edc.ca ou au 613-598-2992.

UN MONDE À CONQUÉRIR



AVIS

This document is also available in English.

Le présent document ne vise aucunement à donner des conseils précis et ne devrait pas être consulté dans cette optique. Il s'agit uniquement d'un aperçu. Il ne doit pas être considéré comme une source sûre. Il serait malavisé d'agir ou de prendre une décision sans avoir fait une recherche indépendante approfondie et obtenu les conseils d'un professionnel.

Bien qu'Exportation et développement Canada (EDC) ait déployé des efforts commercialement raisonnables pour s'assurer de l'exactitude des renseignements contenus dans le présent document, elle ne garantit d'aucune façon leur exactitude, leur actualité ou leur exhaustivité. Les informations présentées pourraient se périmier, en tout ou en partie, à n'importe quel moment. Il incombe donc à l'utilisateur de vérifier les renseignements qu'il contient avant de s'en servir. EDC n'est aucunement responsable des pertes ou dommages découlant d'une inexactitude, d'une erreur ou d'une omission dans le présent document. Le présent document ne vise aucunement à donner des avis juridiques ou fiscaux et ne doit pas servir à cette fin. Pour obtenir de tels avis, le lecteur doit consulter un professionnel qualifié. 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 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, 2026. Tous droits réservés.