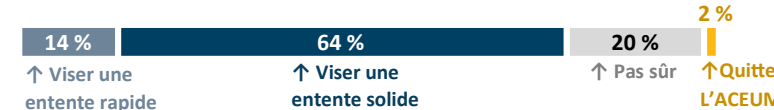


■ Les PME privilégient un accord ACEUM solide plutôt qu'un accord rapide

Dix-huit mois d'incertitude tarifaire et commerciale ont miné la confiance des entreprises canadiennes : seulement 41 % d'entre elles considèrent désormais les États-Unis comme un partenaire commercial fiable.¹ Dans ce contexte, l'administration américaine a choisi de ne pas renouveler l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) à l'échéance du 1^{er} juillet 2026. L'accord demeure en vigueur, mais fera l'objet de révisions annuelles jusqu'en 2036, laissant aux parties le temps de parvenir à un consensus. Environ 35 % des PME canadiennes jugent qu'il est trop tôt pour évaluer l'incidence sur leurs plans d'affaires, signe de l'incertitude entourant le processus.²

Face à cette incertitude persistante, les PME canadiennes privilégient clairement un accord plus solide plutôt que plus rapide. La majorité des propriétaires d'entreprise (64 %) estiment que le gouvernement devrait prendre le temps nécessaire pour conclure le meilleur accord ACEUM possible (figure 3), en privilégiant la stabilité et la prévisibilité commerciales à long terme plutôt qu'une entente rapide et possiblement moins avantageuse.

Figure 3 – Les PME estiment que le Canada devrait privilégier un accord ACEUM plus solide plutôt qu'un résultat plus rapide³



■ Sources

1) FCEI, sondage Votre Voix – février 2026, 5 au 25 février 2026, [résultats finaux](#).
2) FCEI, sondage Vos perspectives d'affaires, juillet 2026, n=370. [Baromètre des affairesMD mensuel](#).
3) FCEI, sondage Votre Voix – juin 2026, 4 au 29 juin 2026, [résultats finaux](#). Question : *Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre point de vue sur la révision de l'ACEUM? (Sélectionner une réponse)*
4) Statistique Canada. [Tableau 12-10-0175-01 : Commerce international de marchandises par province](#).
5) FCEI, sondage Votre Voix – avril 2026, 9 au 27 avril 2026, [résultats finaux](#). Question : *Quels obstacles ou barrières votre entreprise a-t-elle rencontrés en se tournant vers de nouveaux marchés à l'extérieur du Canada? (Sélectionner toutes les réponses pertinentes)*
6) FCEI, [L'état du commerce intérieur : bulletin de coopération interprovinciale du Canada \(2025\)](#).

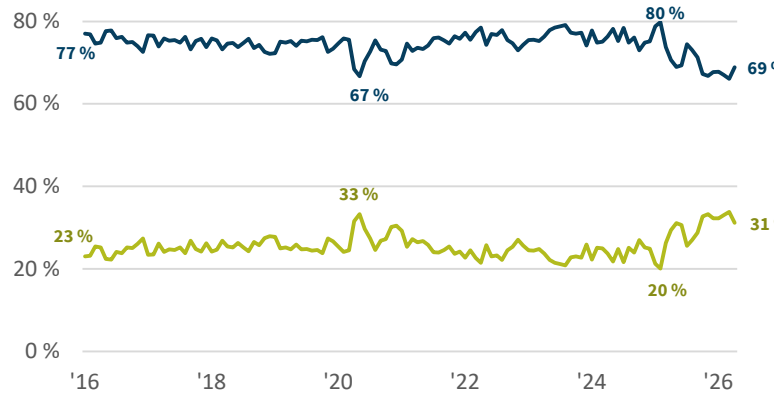
■ Le Canada élargit ses horizons au-delà du marché américain

Ce besoin de certitude se reflète aussi dans l'évolution du commerce canadien. Même si les États-Unis demeurent le principal partenaire commercial du Canada, les données récentes indiquent un élargissement des marchés d'exportation (figure 4). De 2016 à 2024, environ 75 % des exportations canadiennes allaient aux États-Unis, contre 25 % au reste du monde. Depuis l'instauration des tarifs en 2025, cette répartition est passée à environ 69 % et 31 % respectivement.

Ce changement ne s'explique pas par un effondrement des exportations vers les États-Unis. En avril 2026, celles-ci atteignaient environ 46 milliards de dollars, un niveau supérieur à la moyenne mensuelle de 2022 à 2024. Le véritable changement tient plutôt à la vigueur des autres marchés : les exportations vers le reste du monde sont passées d'environ 14 milliards de dollars par mois, de 2022 à 2024, à 21 milliards en avril 2026.

La diversification commerciale du Canada repose donc sur une croissance plus forte des marchés non américains, plutôt que sur un retrait du marché américain.

Figure 4 – La diversification commerciale du Canada prend de l'ampleur⁴



■ Nouveaux marchés, nouvelles occasions, nouveaux défis

Les données de la FCEI d'avril 2026 montrent que près de la moitié (49 %) des entreprises qui commercent avec les États-Unis se sont tournées vers des fournisseurs ou des clients non américains au cours de la dernière année.⁵ Les destinations les plus fréquentes sont le Canada (74 %), l'Asie (40 %) et l'Union européenne (39 %).

Toutefois, ces occasions s'accompagnent de défis. Pour les entreprises qui se redirigent vers d'autres marchés au Canada, les barrières interprovinciales demeurent un obstacle, même si des efforts sont en cours pour les réduire. D'ailleurs, 58 % des entreprises estiment que leur élimination créerait de nouvelles occasions d'affaires.⁶ Au-delà du Canada et des États-Unis, les principaux freins à l'expansion sont les coûts d'expédition élevés (65 %), les retards à la frontière (38 %) et la complexité des procédures douanières et commerciales (38 %) (figure 5).

À mesure que les PME se diversifient au-delà des États-Unis, réduire les barrières commerciales internes et améliorer l'accès aux marchés internationaux seront essentiels pour transformer ces efforts en occasions de croissance durable.

Figure 5 – La diversification est freinée par les coûts, les délais et les procédures⁶

