

La faible demande, les marges bénéficiaires minces et la hausse des coûts pèsent sur les PME

Les PME font tourner l'économie locale. Chaque dollar dépensé dans une PME permet de garder 0,66 \$ dans l'économie locale, comparativement à 0,11 \$ s'il est dépensé dans une multinationale¹. De plus, elles soutiennent l'emploi, les fournisseurs et les commerces des rues principales. Cependant, elles font face à des défis croissants, alors que l'incertitude tarifaire freine la demande tant au pays qu'à l'étranger. Au T3 2025, 54 % des PME ont signalé une faible demande, alors que la moyenne s'établit à 38 % entre 2015 et 2025 (figure 4). Les profits sont également affectés : 53 % des PME ont déclaré des résultats inférieurs à la normale², et 63 % ont signalé les coûts élevés des intrants, du loyer ou du financement³. Résultat : les marges se resserrent et des décisions difficiles s'imposent : report des embauches, réduction des heures, augmentation des prix ou report des investissements.

Alors que les tarifs et l'incertitude freinent l'activité économique, il faut renforcer et étendre le mouvement « Achetez canadien/local » pour aider les PME à traverser cette période difficile.

Figure 4 – Les pressions sur les profits s'intensifient tandis que la demande reste faible²



Sources

- (1) FCEI, *Petite entreprise, grandes retombées : la contribution des petits détaillants à l'économie locale*.
- (2) FCEI, Sondage *Les perspectives de votre entreprise*, de janvier 2024 à octobre 2025.
- (3) FCEI, Sondage sur les impacts de la guerre commerciale Canada-États-Unis, du 11 août au 2 septembre 2025.
- (4) FCEI, Sondage *Votre Voix*, du 6 mai au 2 juin 2025.

Hausse de l'achat local

Dans la foulée des tensions tarifaires, 43 % des PME ont lancé des campagnes d'achat local. Parmi celles-ci, près des deux tiers ont signalé une hausse des ventes de produits canadiens/locaux au détriment des produits américains. Cependant, seulement 15 % ont vu leurs revenus augmenter et à peine 9 % ont vu leurs bénéfices augmenter (figure 5), ce qui indique une substitution de produits plutôt qu'une hausse de la demande ainsi que des pressions persistantes sur les coûts. La croissance de la demande (mesurée selon les ventes et l'achalandage) s'est révélée la plus forte en Nouvelle-Écosse et à l'Île-du-Prince-Édouard. Les PME des secteurs de l'agriculture et du commerce de détail ont également noté des hausses considérables. À l'inverse, les PME du secteur de la fabrication ont tiré peu d'avantages. Dans l'ensemble des provinces et des secteurs, la hausse des bénéfices demeure au mieux modeste (tableau 3).

L'amélioration limitée de la rentabilité malgré la hausse des ventes est attribuable à 2 facteurs : les clients remplacent leurs produits par des produits canadiens au lieu d'augmenter leurs dépenses globales, et les coûts élevés des intrants et du financement grugent les marges. Surfer sur la vague de l'achat local tout en allégeant les pressions sur les coûts aiderait à transformer la hausse des ventes en une véritable augmentation de la demande et de la rentabilité.

Figure 5 – Hausse des ventes de produits canadiens, sans gain de rentabilité⁴

Depuis le début de la guerre commerciale, avez-vous observé des changements dans les domaines suivants?

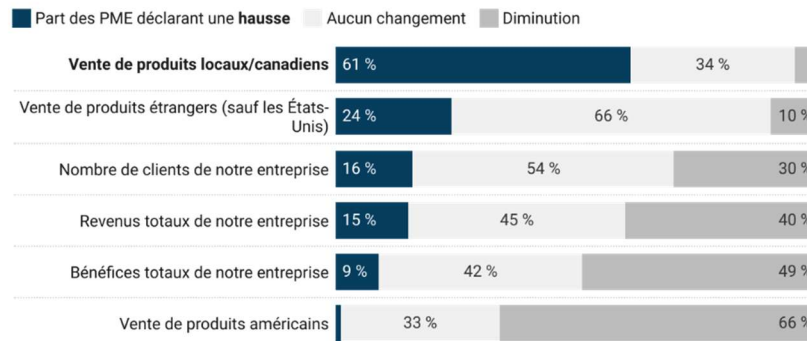


Tableau 3 – Hausse après la campagne d'achat local (% des PME)

	% signalant une hausse des ventes de produits locaux/canadiens	% signalant une hausse des clients	% signalant une hausse des bénéfices totaux
Canada	61	16	9
Île-du-Prince-Édouard*	78	33	11
Nouvelle-Écosse	72	38	13
Québec	64	14	6
Ontario	62	13	7
Terre-Neuve-et-Labrador*	62	8	0
Alberta	59	12	7
Saskatchewan*	58	25	12
Nouveau-Brunswick*	58	5	8
Colombie-Britannique	57	19	13
Manitoba	52	23	20
Assurance, immo., et finance*	90	30	10
Gestion d'entreprises	86	6	8
Agriculture	69	21	23
Services personnels	68	11	7
Construction	63	10	5
Hébergement et restauration	62	18	10
Commerce de détail	62	20	10
Services sociaux	60	13	15
Commerce de gros	59	17	7
Services professionnels	56	13	9
Transport et entreposage*	50	22	18
Fabrication	48	10	8
Arts, loisirs et information*	25	8	8
Ressources naturelles*	20	25	0
0 à 4 employés	63	16	9
5 à 19 employés	60	16	10
20 à 49 employés	54	14	10
50+ employés	70	21	6

Remarque : * Faible nombre de réponses