

Contexte

Cette section analyse les PME qui servent principalement des consommateurs (B2C) par rapport à celles qui servent principalement d’autres entreprises (B2B). Les PME qui desservent à la fois des consommateurs et des entreprises ont été exclues afin de brosser un portrait clair, leurs indicateurs se situant généralement entre les deux extrêmes.

Statistique Canada détermine le profil B2B ou B2C selon le secteur. Par exemple, le commerce de gros, la fabrication et les services professionnels servent souvent des entreprises (B2B), tandis que le commerce de détail et les services personnels s’adressent généralement aux particuliers (B2C).

Selon les données du sondage auprès des membres de la FCEI :

- 36 % des PME sont B2C
- 31 % sont B2B
- 33 % servent les deux – des individus et d’autres entreprises.

Au moins la moitié des entreprises des secteurs de la fabrication, du commerce de gros, du transport, des services professionnels et de l’agriculture sont B2B. La construction et la finance, les assurances, l’immobilier, etc. présentent un profil mixte (près de 50 % des entreprises), tout comme certains services professionnels (38 %). Les entreprises B2C sont concentrées dans la santé et l’éducation (83 %), l’hébergement et la restauration, les arts et loisirs, ainsi que le commerce de détail (près de 60 %).

La composition des deux catégories varie selon la taille et l’âge de l’entreprise. En général, les petites entreprises (0 à 4, 5 à 19 employés) sont plus susceptibles de servir des particuliers (B2C), tandis que les plus grandes visent davantage d’autres entreprises (B2B). Les jeunes PME sont plus souvent B2C, alors que les entreprises établies sont plutôt B2B.

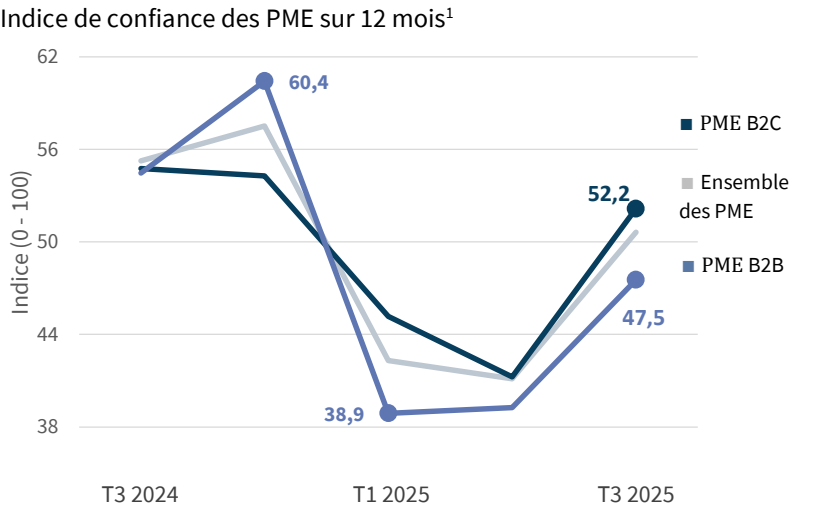
Source

(1) FCEI, sondage - Les perspectives de votre entreprise, de juillet 2024 à septembre 2025, données trimestrielles. Nombre de réponses : 1 329 (T3 2024), 1 740 (T4 2024), 2 147 (T1 2025), 1 208 (T2 2025), 1 413 (T3 2025). De juin 2024 à septembre 2025, le sondage comprenait une nouvelle section sur les caractéristiques de chaque entreprise, comme ses principaux clients, la nature de son offre (biens ou services), les tendances saisonnières, etc. Depuis octobre 2025, ces questions supplémentaires sont regroupées dans un sondage distinct portant sur le profil d’entreprise. fcei.ca/barometre

Confiance

Au départ, les entreprises B2B étaient plus optimistes que les entreprises B2C, l’indice de confiance de la FCEI ayant atteint 60,4 au T4 2024, ce qui est bien au-dessus de la moyenne tous secteurs confondus. Toutefois, l’optimisme s’est effondré après l’escalade des tarifs et des tensions commerciales au T1 2025, faisant chuter la confiance des B2B à 38,9 – sous celle des B2C et de l’indice global. Bien que les entreprises B2C aient également connu un recul, elles ont rebondi plus rapidement et dépassé la moyenne tous secteurs confondus au T3 2025 (52,2 contre 50,6), tandis que les B2B sont restées à 47,5, ce qui indique une reprise plus lente (figure 4).

Figure 4 – Les entreprises B2C et B2B ont perdu beaucoup d’optimisme au T1 2025; toutefois, les B2C ont retrouvé plus rapidement leur niveau de confiance, qui dépasse maintenant la moyenne tous secteurs confondus.



Défis

Les taxes, la réglementation et les assurances exercent la principale pression sur les coûts de toutes les entreprises, mais les B2C sont davantage affectées par les coûts salariaux. Les B2B sont quant à elles beaucoup plus préoccupées par les coûts liés aux équipements et aux technologies (tableau 3).

Tableau 3 – Pressions sur les coûts pour les entreprises B2C et B2B

T3 2025 (% de réponses)	Toutes les firmes	B2C	B2B
Coûts fiscaux et réglementaires	65	63	65
Coûts d’assurance	65	64	64
Charges salariales	63	67	62
Coûts d’occupation	49	55	44
Coûts des intrants	43	43	43
Coûts de l’électricité	39	42	35
Coûts des carburants	37	31	33
Coûts du matériel et de la technologie	35	28	40
Coûts d’emprunt	32	31	34
Autres coûts de l’énergie	16	17	12

Le manque d’espace physique nuit plus aux B2C, tandis que la demande insuffisante, la pénurie de main-d’œuvre qualifiée et les contraintes de distribution touchent plus fortement les entreprises B2B (tableau 4).

Tableau 4 – Facteurs limitant la croissance selon le type d’entreprise

T3 2025 (% de réponses)	Toutes les firmes	B2C	B2B
Demande insuffisante	53	52	62
Pénurie de main-d’œuvre qualifiée	42	33	44
Manque de fonds de roulement	26	25	22
Contraintes d’espace physique	23	27	19
Contraintes de distribution	19	15	19
Pénurie de main-d’œuvre non qualifiée	18	17	16
Manque d’intrants	10	9	9