

INDUSTRIE CANADA

❖ Le marché des armoires de cuisine en bois ❖

Volume 6 / 1e édition

Printemps 2000

1999 en revue

Les exportations aux États-Unis continuent sur leur lancée La production augmente en raison de la forte demande

Production

La production canadienne d'armoires de cuisine au cours du quatrième trimestre a terminé l'année sur une bonne note avec des hausses d'environ 7 pour cent par rapport à la même période en 1998. En général, la production annuelle a augmenté de 12,5 pour cent entre 1998 et 1999, entraînant les expéditions de l'industrie à s'élever à plus de 1,56 milliard de dollars. Une grande partie de la croissance de l'industrie peut être attribuée aux exportations qui ont augmenté de 25 pour cent entre 1998 et 1999. Sur une base désaisonnalisée et annualisée, la croissance du quatrième trimestre a été beaucoup plus impressionnante que celle de l'année précédente, avec un taux de croissance de 9 pour cent. Les expéditions qui s'étaient élevées à 1,48 milliard de dollars en 1998, ont atteint un total de 1,62 milliards de dollars en 1999 sur une base désaisonnalisée et annualisée.

Au Canada, le marché intérieur apparent des armoires de cuisine a augmenté de 6 pour cent entre 1998 et 1999. Cette augmentation reflète en grande partie la reprise des activités de la construction au pays. En 1999, les expéditions à destination des marchés intérieurs ont représenté 97,3 pour cent de la demande canadienne et sont restées au même niveau qu'en 1998. Le marché intérieur a légèrement ralenti au cours du quatrième trimestre de l'année, en diminuant de 3,6 pour cent par rapport aux totaux de 1998. Cependant pour la totalité de l'année, c'est une autre histoire. L'ADM en 1999 s'est élevé à



*Également dans le
présent numéro*

Analyse du logement et de la construction

ÉDITION SPÉCIALE

RÉFUTER LES MYTHES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU SEIN DE L'INDUSTRIE DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

\$

Si vous avez des commentaires ou des suggestions à faire, ou si vous voulez que votre nom soit ajouté à la liste de distribution d'Industrie Canada, veuillez vous adresser à :
Murray Hardie au
Tél.: (613) 954-3037
Télécopieur : (613) 941-8048
Courriel: hardie.murray@ic.gc.ca
ou à
Patrick Hum au
Tél : (613) 954-3048
Télécopieur : (613) 941-8048
Courriel: hum.patrick@ic.gc.ca

1,007 milliard de dollars, soit une augmentation de 6 pour cent par rapport aux 948 millions de dollars enregistrés en 1998.

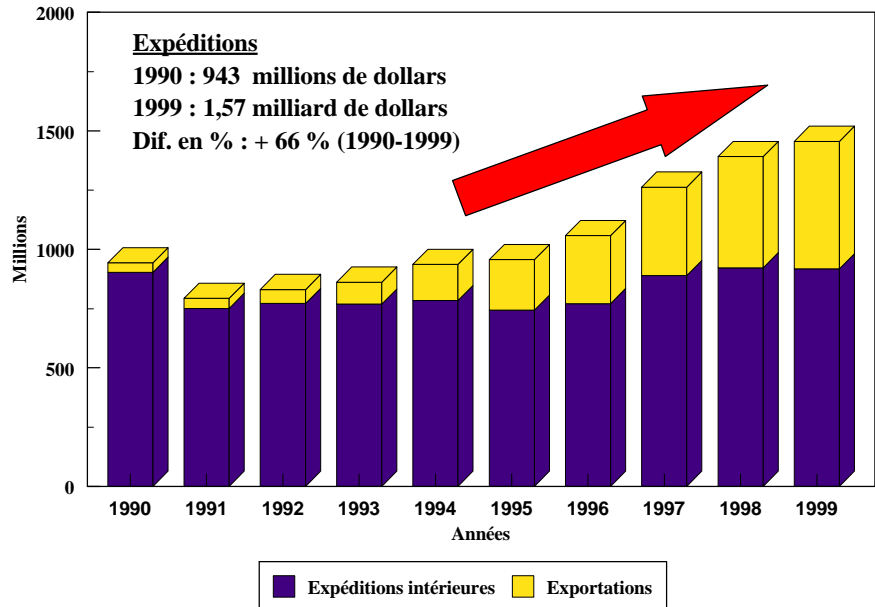
Commerce international

Les exportations de l'industrie canadienne des armoires de cuisine ont connu un quatrième trimestre particulièrement robuste en 1999, et ont augmenté de 29,7 pour cent par rapport à la même période en 1998. Les États-Unis ont continué d'être le marché principal des exportations canadiennes, alors que d'autres marchés d'exportation ont baissé en comparaison des chiffres enregistrés en 1998. Cette baisse reflète bien les récentes tendances de ces marchés. En 1999, les exportations se sont élevées à 586 millions de dollars. Ce chiffre représente une augmentation de 25 pour cent par rapport à 1998, qui avaient enregistré des ventes à l'exportation d'une valeur de 469 millions de dollars. Les exportations canadiennes ont représenté 37,6 pour cent de la production 1999, alors qu'elles représentaient 36 pour cent en 1998 et seulement 4,7 pour cent en 1988.

Exportations aux États-Unis

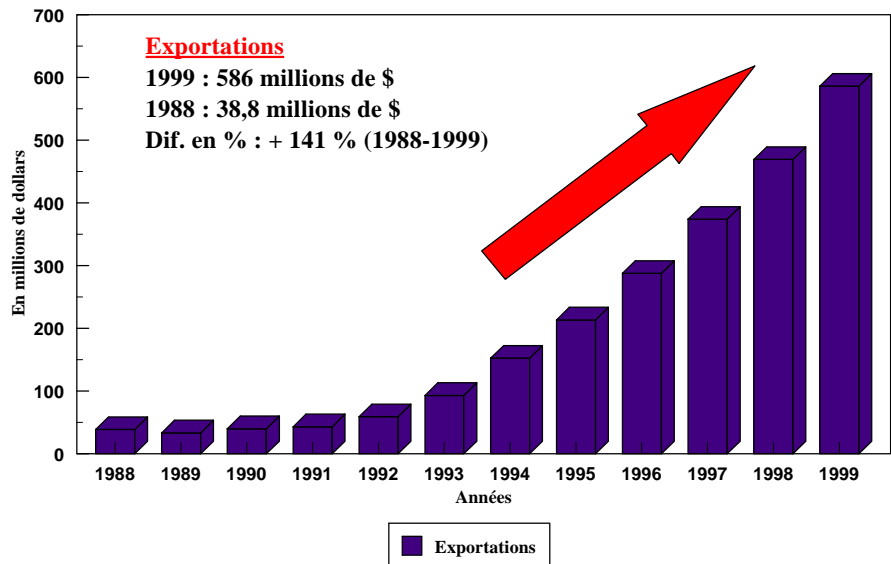
Les États-Unis continuent d'être la destination principale des exportations de l'industrie canadienne d'armoires de cuisine. En 1999, environ 99,1 pour cent de nos exportations ont eu pour destination les États-Unis. Au cours de l'année, la valeur de ces exportations s'est élevée à 580 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 25,4 pour cent par rapport aux 462 millions de dollars enregistrés en 1998. Les exportations du quatrième trimestre ont été particulièrement vigoureuses avec des ventes de 159 millions de dollars, soit une hausse de 30,4 pour cent par rapport

Expéditions d'armoires de cuisine 1990-1999



Source : Statistiques Canada 2000

Exportations d'armoires de cuisine (1988-1999)



Source : Statistiques Canada 2000

 * CETTE ÉTUDE EST AUSSI DISPONIBLE SUR *
 * INTERNET *
 * Notre adresse Internet : <http://strategis.ic.gc.ca/pfmc> *
 * STRATEGIS *
 * Produits forestiers, de métal et de construction *
 * Prenez-en note ! *

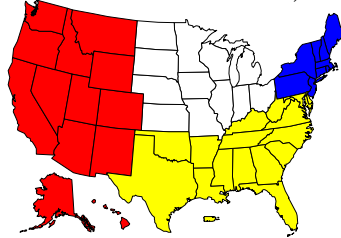
à la même période en 1998. Toutes les principales régions des États-Unis ont connu des taux de croissance appréciables.

La région du Sud, avec un total de 186,8 millions de dollars en 1999, s'est classée en tête. Les exportations vers cette région ont connu une augmentation de 30,1 pour cent par rapport aux 143,5 millions de dollars enregistrés en 1998. Les mises en chantier de résidences privées de cette région ont atteint 761 300 unités en 1999 et les plus importants marchés ont été les États de la Géorgie, de la Caroline du Nord et de la Floride. Les exportations d'armoires de cuisine vers la région de l'Ouest américain ont été considérables au cours du quatrième trimestre et ont atteint une valeur de 36 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 38,6 pour cent par rapport au même trimestre de l'année précédente. Pour la totalité de l'année, les exportations vers la côte Ouest américaine se sont élevées à 121,5 millions de dollars, une hausse de 24,8 pour cent par rapport aux chiffres de 1998. La Californie a persisté d'être le plus grand importateur de la région avec 50 millions de dollars pour l'année.

Les expéditions canadiennes à destination de la région du Nord-Est des États-Unis ont augmenté de 26,5 pour cent par rapport à celles de 1998 avec un total d'une valeur de 164,4 millions de dollars en 1999. New York continue d'être la principale destination, alors que le Massachusetts démontre des possibilités de croissance avec des augmentations de 52 pour cent par rapport aux exportations de 1998 et des ventes de 29,2 millions de dollars pour l'année. La région du Midwest qui a terminé l'année avec des hausses de 29 pour cent au cours du quatrième trimestre, a enregistré des gains plus modestes en 1999. Le total des expéditions vers cette région ont atteint 101,9 millions de dollars en 1999, soit une augmentation de 11,1 pour cent par rapport aux 91,6 millions de dollars enregistrés l'année précédente. L'Illinois, le plus grand marché du Midwest, a seulement augmenté de 5 pour cent entre 1998 et 1999, alors que l'augmentation du Michigan était de 103 pour cent. Cet

Exportations aux 25 principaux États américains 1999

(En milliers de dollars canadiens)



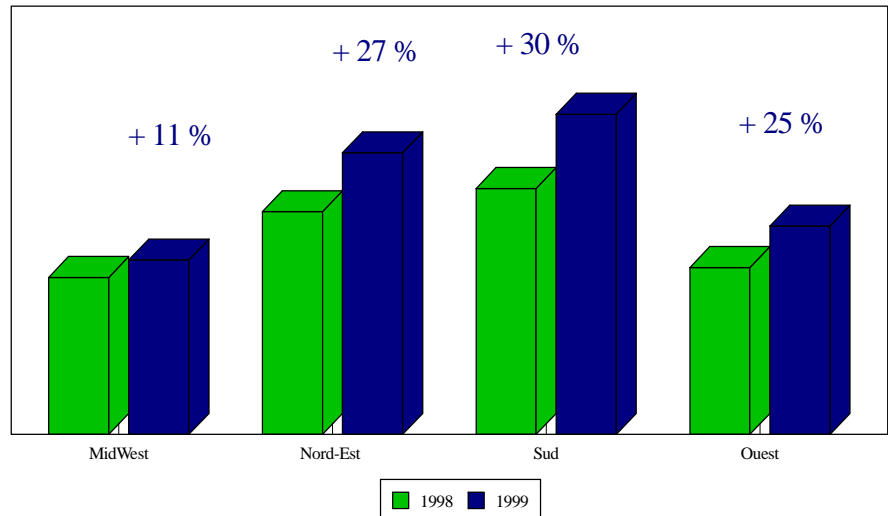
Source: Industrie Canada selon les données de Statistiques Canada 2000

		1999	1998	Dif. en % 1998/1999
1	Floride	58 877	45 979	28,10 %
2	New York	55 015	47 242	16,50 %
3	Californie	49 710	39 697	25,20 %
4	Illinois	34 414	32 484	5,90 %
5	Caroline du Nord	33 868	23 313	45,30 %
6	Michigan	30 611	15 062	103,20 %
7	Georgie	30 041	26 605	12,90 %
8	Massachusetts	29 213	19 219	52,00 %
9	New Jersey	24 642	15 253	61,60 %
10	Washington	22 706	14 520	56,40 %
11	Colorado	19 122	15 507	23,30 %
12	Pennsylvanie	18 578	9 374	98,20 %
13	Texas	16 091	14 590	10,30 %
14	New Hampshire	14 509	14 043	3,30 %
15	Ohio	13,895	9 287	49,60 %
16	Maryland	13 617	6 332	115,00 %
17	Virginie	10 164	12 109	-16,10 %
18	Indiana	9 794	4 791	-51,10 %
19	Connecticut	9 109	4 985	82,70 %
20	Wisconsin	9 100	10 603	-14,20 %
21	Caroline du Sud	8 060	4 885	65,00 %
22	Nevada	7 832	8 089	-3,20 %
23	Maine	6 575	4 024	63,40 %
24	Arizona	5 837	7 822	-25,40 %
25	Vermont	5 708	15 192	-62,40 %

Exportations d'armoires de cuisine aux États-Unis Comparaison par région (1998/1999)

1998 : 463 millions de dollars
 1999 : 581 millions de dollars
 Différence en % =25,4 %

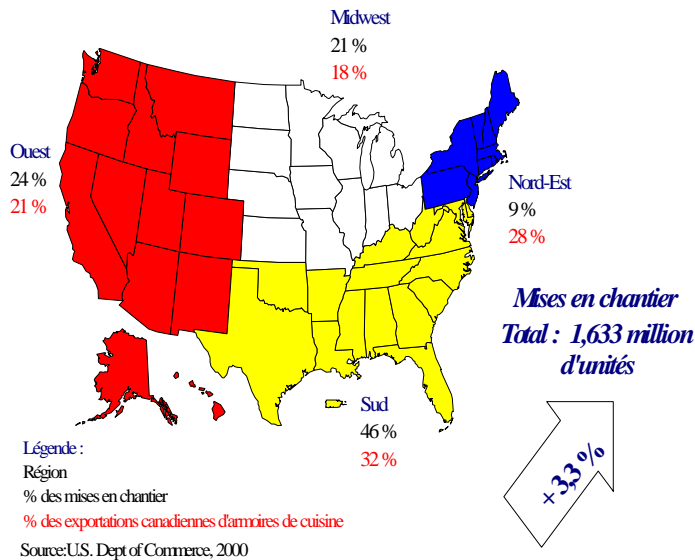
En millions de \$ Cdn



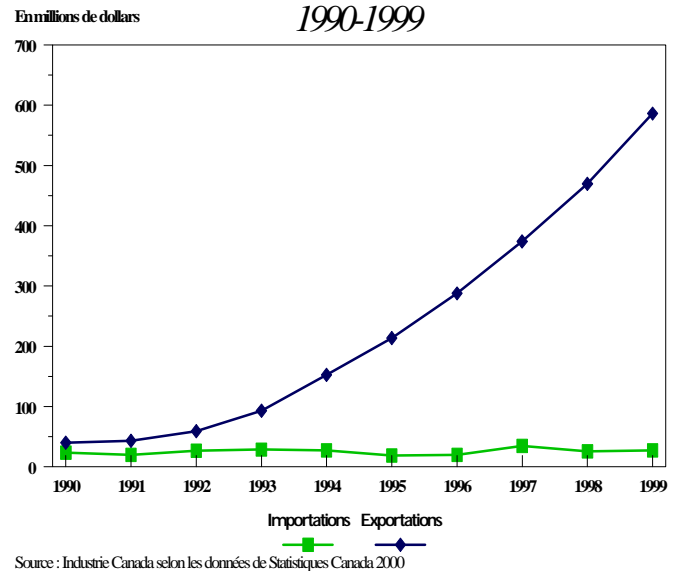
Source : Industrie Canada selon les données de Statistiques Canada 2000

État figure parmi les dix principaux marchés d'exportation américains d'armoires de cuisine fabriquées au Canada.

Mises en chantier aux États-Unis en 1999



Exportations canadiennes d'armoires de cuisine versus les importations 1990-1999



Commerce d'outre-mer

Les exportations à destination du Japon et de l'Union européenne, les plus grands marchés canadiens après les États-Unis, ont baissé au cours du quatrième trimestre et au cours de l'année. Les expéditions en outre-mer ont représenté seulement 0,9 pour cent du total des exportations du Canada en 1999. Ce chiffre qui a progressivement chuté au cours des années, était de 2,8 pour cent en 1997. L'essor économique des États-Unis et la crise économique du Japon ont contribué à ce résultat. Le Japon a connu un quatrième trimestre relativement faible, avec des baisses de 33,2 pour cent par rapport aux chiffres de 1998, et des ventes de 294 000 dollars. En général, les expéditions à destination du Japon qui avaient atteint 1,9 million de dollars en 1998 ont chuté pour atteindre 1,59 million de dollars en 1999. En 1999, les exportations à destination de l'EU ont également chuté pour atteindre 270 000 dollars.

Importations

En 1999, les importations se sont élevées à 27,5 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 7,6 pour cent par rapport au total de l'année précédente qui était de 25,5 millions de dollars. Alors que les États-Unis étaient traditionnellement et continuent de l'être, la source principale des importations d'armoires de cuisine, il est intéressant de noter que l'Allemagne a augmenté de dix fois ses expéditions au Canada pour passer de 149 000 dollars en 1998 à 1,54 million de dollars en 1999. Le quatrième trimestre de 1999 a connu une montée subite des importations, avec des augmentations de 48 pour cent par rapport à la même période en 1998, malgré une diminution de 3,6 pour cent de la demande intérieure apparente. L'Ontario demeure et de loin, le plus grand importateur d'armoires de cuisine. En 1999, cette province a importé 58 pour cent du total des importations canadiennes d'armoires de cuisine en bois, représentant une valeur de 16 millions de dollars.

Nouvelles de l'industrie

L'Association canadienne des cabinets de cuisine (ACCC) tiendra sa réunion régionale les 14 et 15 juin 2000 à St.-Jean-sur-Richelieu, Québec. La réunion inclura des visites de Formica Canada, Richelieu Hardware et de Sedan Industries. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec : Suzanne Cardinal, personne-ressource de l'ACCC au : 613 233-6205, télécopieur : 613 233-1929 ou par courriel : scardinal@ckca.on.ca

Analyse de la construction et du logement

Construction au Canada



Après avoir connues une croissance économique saine, les mises en chantier canadiennes ont augmenté de plus 12 500 unités en 1999, ce qui représente une hausse annuelle de 9 pour cent par rapport à 1998. Le total des mises en chantier en 1999 a atteint 149 968 unités. Le quatrième trimestre a été particulièrement actif pour l'industrie de la construction. Durant cette période, l'inflation est demeurée faible et la devise canadienne a bénéficié de gains marginaux. Le nombre de permis de construire émis en 1999 a surpassé de 11 000 permis ceux de 1998. En 1999, Toronto a continué d'être le plus grand marché canadien de la construction, avec une augmentation de 22 pour cent et un total pour l'année de 36 585 permis de construire. Montréal, avec un total de 13000 permis de construire, a également connu une hausse cette année, par rapport à l'année précédente, pour devenir le deuxième plus grand marché d'une industrie traditionnellement dominante dans les villes de l'Ouest du Canada. Certains plus petits marchés tels qu'Halifax, Oshawa et Kitchener ont connu d'importantes hausses. Leurs augmentations respectives ont été de 32, 37 et 35 pour cent par rapport aux chiffres de l'année précédente. Bien que ces villes soient encore de grands marchés, Calgary et Vancouver ont connu une légère baisse. Vancouver a affiché de bons résultats au cours des derniers mois de l'année, et Calgary est resté à des niveaux inférieurs de ceux enregistrés en 1998. Le marché de nouvelles habitations pour l'an 2000, jouira de la croissance de l'économie du Canada et de la prospérité des États-Unis, et augmentera en conséquence. Selon les prévisions des analystes, les projections à court terme concernant les mises en chantier sont favorables.

Construction aux États-Unis



En 1999, les mises en chantier aux États-Unis ont augmenté de 3,3 pour cent par rapport à l'année précédente, malgré le léger ralentissement des activités de construction durant les deux derniers mois de l'année. La croissance des permis de construire a légèrement baissé par rapport à la normale, avec un taux de croissance de 2 pour cent et 1,6402 million de permis par rapport aux 1,6123 million de permis, émis en 1998. L'augmentation des mises en chantier aux États-Unis est restée proportionnelle à la croissance économique du pays. Le PIB a augmenté de 4 pour cent en 1999. Les mises en chantier ont augmenté proportionnellement pour passer de 1,617 million en 1998 à 1,665 million en 1999. Après avoir connu un mois de novembre particulièrement fort, la région du Midwest a terminé l'année avec un taux de croissance de 8 pour cent par rapport à l'année précédente, alors que les régions du Sud et du Nord-Est connaissaient des taux de croissance de 2,5 et 3,6 pour cent, respectivement. La région de l'Ouest a connu une légère baisse par rapport à l'année précédente. Comme d'habitude, la majorité des activités de construction aux États-Unis ont lieu dans les régions du Sud et du Midwest. On prévoit que le risque d'inflation au cours du premier semestre de l'an 2000 et une hausse des prix des produits de consommation, auront des répercussions sur les mises en chantier. La plupart des analystes prévoient une diminution des activités du marché de la construction durant l'année en cours.



Construction au Japon



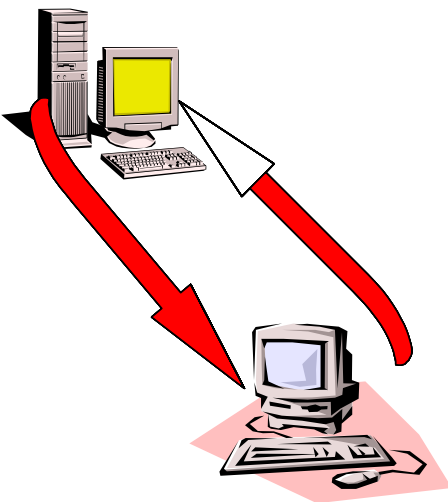
Malgré une recrudescence des mises en chantier en novembre, décembre 1999 a connu une rechute qui a atteint des niveaux inférieurs à ceux de 1998. Bien que la croissance du PIB japonais ait augmenté de 0,6 pour cent, ce résultat est très faible, considérant que l'année dernière, le PIB a chuté de 2,8 pour cent par rapport à celui de 1997. Le nombre de mises en chantier s'est élevé de 1,179 million d'unités à 1,214 million d'unités, ce qui représente une croissance d'environ 3 pour cent au cours de 1999. Les mises en chantier de 2X4 ont connu une croissance d'environ 11 pour cent l'année dernière et les maisons préfabriquées ont augmenté de 2 pour cent par rapport à l'année précédente. Cette croissance peut être attribuée à la déflation ainsi qu'à la baisse des taux d'intérêt, menée par la banque du Japon qui a baissé ses taux d'intérêt à 0 pour cent. Bien que la plupart des analyses économiques prévoient une croissance modeste du PIB ainsi que des mises en chantier, un autre trimestre consécutif de croissance négative du PIB entraînera le Japon à tomber de nouveau dans une récession. Cependant, certains analystes prévoient, que les mises en chantier au cours de l'an 2000 se développeront lentement à court terme, à moins que le gouvernement encourage l'investissement dans l'économie.

ÉDITION SPÉCIALE

RÉFUTER LES MYTHES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU SEIN DE L'INDUSTRIE DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

En novembre 1999, Industrie Canada a retenu les services de Decima Research Inc., un leader dans le domaine de la recherche, pour identifier quelles barrières ou perceptions empêchaient l'industrie des matériaux de construction à adopter le commerce électronique. Decima a organisé des sessions de groupes de discussion à Toronto et Montréal avec 22 cadres de sociétés qui n'avaient pas encore adopté le commerce électronique. Voici un sommaire des résultats obtenus.

Bien que plusieurs entreprises consultées ont leur propre site sur Internet, Decima a constaté que tous les participants considéraient l'Internet comme un outil de marketing, capable de fournir un accès universel, en temps réel, aux informations des produits et services de leurs entreprises. De nombreux participants sont convaincus que leur site Web est un outil d'affaires effectif et qu'il leur a permis d'attirer des clients qu'ils n'auraient pas eu autrement.



Les participants ont relaté que les principales barrières suivantes empêchaient leurs entreprises d'adopter le commerce électronique :

- la majorité de leurs fournisseurs, clients et utilisateurs étaient dépourvus d'ordinateurs;
- de nombreux cadres supérieurs n'étaient pas ou très peu familiers avec la technologie Internet et de ses capacités;
- les coûts associés à l'adoption du commerce électronique;
- la nature personnalisée de leurs produits s'apprête mal à la vente de leurs produits sur Internet;
- de nombreux participants ont peur que leur capacité de production soit inapte à satisfaire l'augmentation de la demande que l'Internet apporterait.

De nombreux participants ont également indiqué que les achats et les ventes sur Internet élimineraient les relations personnelles avec les acheteurs et que leurs produits ne pourraient pas être vendus en direct en utilisant une carte de crédit. Certains étaient également concernés au sujet des questions de fraude, des intrus et des virus électroniques.

Voici ce que Decima a répondu au sujet de ces obstacles perçus :

« Plusieurs obstacles perçus exprimés par les participants des groupes de discussion sont **plus imaginaires que réels**. Des solutions actuelles répondant aux besoins spécifiques peuvent être mises en oeuvre pour effectuer des transactions électroniques entre entreprises (B2B) et les processus ne sont pas limités aux achats et à la vente de l'entreprise aux

consommateurs (B2C). Des dessins de production détaillés et des cotes de prix spéciaux peuvent maintenant être transmises en toute sécurité par le biais de l'Internet. Le commerce électronique sur l'Internet n'est pas limité aux prix standards établis. Dans une entreprise ouverte, tous les clients et fournisseurs n'ont pas besoin d'être reliés pour que de gros avantages soient réalisés en l'adoptant. Le commerce électronique peut servir à améliorer les communications personnelles avec les fournisseurs et les clients, plutôt que d'éliminer les notes personnelles. La vérification en ligne de crédit est possible et les termes de paiement ayant cours dans l'industrie peuvent être conciliés avec les solutions actuelles de commerce électronique entre les entreprises. Il eut réduire considérablement les coûts, augmenter les bénéfices, attirer de nouveaux clients, augmenter les transactions avec les clients actuels, attirer et garder les bons employés et établir un avantage concurrentiel pour les entreprises canadiennes. »

Si vous désirez obtenir des copies du Rapport, ou si avez des questions concernant l'adoption du commerce électronique dans vos affaires, veuillez communiquer avec notre analyste en matière de commerce électronique, George Schoenhofer.
Courriel : schoenhofer.george@ic.gc.ca
Tél : 613-954-3127.

Visiter notre site sur le commerce électronique à l'adresse suivante :
<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/fb01296f.html>