Biscuiterie

PROFIL DE L'INDUSTRIE

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
108138

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 40
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust T
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écos
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

per,
erta)
STC
3) 495-4507
ouest,
ta)
575
3) 292-4578
annique
ouest,
nique)
266
4) 666-0277

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

IC 1551 (9/95)
DATE DUE - DATE DE RETOUR

Demandes de

Pour recevoir un exempla
de commerce extérieur le
avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre
ire communiquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'indu
ons de
Canada :

Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

3M

(V 6 32 01)

HD9505/.C3/I5/1990-91
Canada. Industry, Science
Industry profile.
BFGJ B2 c.2

1990–1991

BISCUITERIE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de la biscuiterie regroupe les établissements s'occupant essentiellement de la fabrication de biscuits sucrés et non sucrés, qui comprennent les biscuits ordinaires (sucrés), les biscuits-sandwich, les biscuits « enrobés » et les craquelins (nature, salés ou aromatisés).

En 1989, le Canada comptait 38 établissements de biscuiterie dont plus de 85 % se trouvaient près des grands marchés et près des sources d'approvisionnement de farine de blé tendre de l'Ontario et du Québec. Cette année-là, les biscuiteries ont réalisé 477 millions de dollars d'expéditions (figure 1) et employé 6 249 personnes.

La propriété de l'industrie est fortement concentrée. Selon les estimations, les quatre principales biscuiteries du Canada (Nabisco Brands, Culinar, Dare Foods et Beatrice Foods) réalisent 70 % de toutes les expéditions au Canada. Les petits établissements de moins de 50 employés représentent 30 % des établissements de l'industrie, mais moins de 1 % de la valeur des expéditions. Le niveau de propriété étrangère dépasse considérablement la moyenne du groupe des aliments et boissons en raison de la position dominante d'une multinationale de propriété étrangère, Nabisco.

À la suite d'une série d'acquisitions et de fusions survenues au cours des dix dernières années, Nabisco est devenue la plus grande entreprise de l'industrie canadienne. Ainsi, en 1987, Culinar et Nabisco se sont divisé l'actif d'Interbake, propriété de Weston Bakeries. Culinar a acquis la ligne de biscuits sucrés, vendus sous la marque McCormick. Nabisco (par l'intermédiaire de sa compagnie Christie Brown & Co. Division) englobe désormais la production des craquelins d'Interbake et des Biscuits Associés du Canada (marques

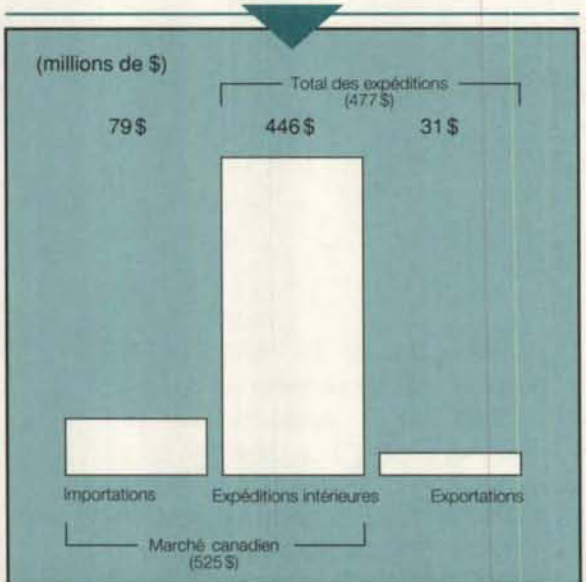

Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

Dad's, Peek Frean et David), qui appartenaient autrefois à des intérêts britanniques. On estime que Nabisco effectue maintenant plus de 40 % des expéditions de biscuits sucrés et plus de 65 % des expéditions de craquelins au Canada.

Les importations de 1989 provenaient surtout des États-Unis (43 %). Les importations des États-Unis comprennent toute une variété de produits bas de gamme sous étiquette maison, destinés aux grandes surfaces. Les autres grands fournisseurs étaient le Royaume-Uni, les Pays-Bas et le Danemark. Les biscuits au beurre de qualité supérieure, pour lesquels on utilise des surplus de beurre bon marché, et divers craquelins de spécialité sont typiques des produits de la Communauté européenne (CE). Les exportations sont toujours essentiellement destinées aux États-Unis qui en ont reçu 95 % du total en 1989.

Rendement

L'industrie de la biscuiterie est rentable, mais elle sert un marché intérieur arrivé à maturité. La consommation intérieure par habitant a atteint un sommet à la fin des années 1970 et est stable depuis dix ans. Cela s'explique surtout par des changements démographiques comme le vieillissement de la population et le changement d'attitude des consommateurs face à l'alimentation. Selon une enquête menée auprès de six grandes biscuiteries, représentant plus de 60 % des expéditions de l'industrie, le rendement médian de 12,9 % de l'actif (le ratio des bénéfices nets au total de l'actif), selon les résultats d'exploitation de 1987, était élevé par rapport à celui des autres industries alimentaires.

Une série d'acquisitions et de fusions mettant en cause les grands intervenants de l'industrie au cours des dix dernières années ont entraîné la rationalisation de la production de biscuits au Canada. Cette rationalisation ainsi que la modernisation du matériel de l'industrie se poursuivent. Dare Foods a fermé en 1989 son usine de Colombie-Britannique, et Culinar a fermé son usine de Winnipeg (acquise lors de l'achat de Weston) au début de 1991. Dans les deux cas, ces entreprises transfèrent leur production à des usines existantes du Canada central qui ne fonctionnent pas à pleine capacité. Nabisco a réalisé un investissement considérable dans l'industrie en modernisant ses installations de Montréal, au coût de 50 millions de dollars; les travaux ont pris fin en 1991.

Malgré la rationalisation récente, l'emploi total dans l'industrie de la biscuiterie affiche une grande stabilité depuis 1983 (figure 2). Le niveau de 1988 était presque égal à l'emploi moyen pour l'ensemble de la décennie. Malgré l'augmentation du nombre d'établissements, le nombre d'usines exploitées par des entreprises comptant plus de 50 salariés a diminué. Ainsi, la croissance du nombre d'établissements est attribuable à la prolifération des petites usines.

La concurrence des autres genres de casse-croûte et l'augmentation des importations ont également grugé le marché des producteurs nationaux. Les importations de biscuits de tous genres ont étendu leur part du marché canadien entre 1983 et 1989, passant de 6,6 à 15 %. Les importations de 1989 valaient 79 millions de dollars au total, contre 30 millions en 1983. Les biscuits sont aussi en concurrence avec une variété croissante de friandises, dont les tablettes de granola, les beignets, les bonbons et les produits frais de boulangerie-pâtisserie. Ces produits sont maintenant plus variés et offrent de nouveaux choix aux consommateurs, tout en réduisant graduellement la demande de biscuits.

La capacité excédentaire de production et le caractère statique du marché intérieur ont avivé l'intérêt pour l'exportation, le seul moyen de croissance. Le marché américain, par exemple, affiche un potentiel de croissance d'environ 2 % par an en volume. Les exportations ont d'abord augmenté régulièrement, passant de 7 % des expéditions en 1983 à un sommet de 11,9 % en 1986 et en 1987. Cependant, cette tendance s'est d'abord stabilisée, baissant à 11,6 % en 1988 et dégringolant ensuite en 1989. Les exportations totales en 1989 ont été de 31 millions de dollars, comparativement à 56 millions un an plus tôt. La balance commerciale traditionnellement positive du Canada avec les États-Unis, qui s'établissait à 32,7 millions de dollars en 1988, s'est transformée en balance négative de 4,4 millions de dollars en 1989. La valeur totale des expéditions des fabricants a chuté de 545 millions de dollars qu'elle était en 1987 à 482 millions

Figure 2 — Total des expéditions et de l'emploi

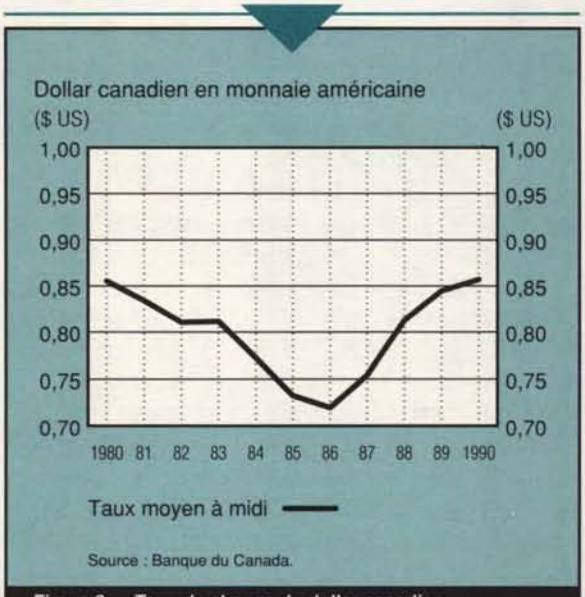

Figure 3 — Taux de change du dollar canadien

de dollars en 1988 (figure 2), pour baisser de nouveau légèrement et atteindre 477 millions de dollars en 1989.

L'industrie a exprimé son inquiétude face au niveau relativement élevé, ces derniers temps, du dollar canadien par rapport au dollar américain (figure 3). Par ailleurs, on reconnaît généralement que, dans certaines conditions économiques, une baisse sensible du dollar canadien aurait probablement un effet inflationniste. La hausse des prix et des coûts qui en découlerait sur le marché intérieur pourrait, avec le temps, annuler les avantages concurrentiels à court terme fournis par une telle baisse du dollar.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

La rationalisation de l'industrie au cours de la dernière décennie a permis aux entreprises d'augmenter leurs économies d'échelle. Les autres points forts de l'industrie sont la capacité des fabricants de cibler des créneaux particuliers et les économies qu'ils peuvent réaliser dans certains secteurs.

Les principaux coûts de production dans l'industrie de la biscuiterie sont ceux de la main-d'œuvre, de l'emballage et des ingrédients comme la farine, le lait, le beurre, le sucre et l'huile végétale. Comme les biscuits renferment généralement une mesure équivalente à 20 % de sucre et à 70 % de farine, les produits sucrés jouissent d'un avantage concurrentiel parce que les prix du sucre sont beaucoup plus bas au Canada qu'aux États-Unis. Aux États-Unis, on les maintient à un niveau élevé pour favoriser la production locale de betteraves et de canne, alors que les sucreries canadiennes fonctionnent selon les prix mondiaux. Cependant, les producteurs américains peuvent substituer au sucre, dans de nombreux produits, un sirop de maïs peu coûteux à haute teneur en fructose, et peuvent acheter du sucre aux prix mondiaux pour les produits destinés à l'exportation. D'autre part, le lait et le beurre, bien que pas tout à fait aussi importants comme matières premières, coûtent plus cher au Canada qu'aux États-Unis.

L'élimination depuis août 1988 du système des deux prix pour le blé canadien et les raffinements subséquents de la politique de prix de la Commission canadienne du blé (CCB) ont eu des retombées positives sur les prix intérieurs du blé tendre, qui sert essentiellement à la production des biscuits. Les prix du blé tendre de l'Ontario sont réglementés par la Commission ontarienne de commercialisation du blé qui les rajuste généralement en fonction des mouvements de prix annoncés par la CCB, tout en maintenant une légère prime.

L'emballage, qui représente habituellement 20 % du coût de production, a toujours coûté plus cher au Canada qu'aux États-Unis. Les prix des matériaux d'emballage commencent maintenant à s'égaliser dans les deux pays avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) le 1er janvier 1989. Les salaires canadiens, avantages sociaux compris, semblent légèrement supérieurs à ceux des États-Unis. Les producteurs américains obtiennent dans l'ensemble une plus grande productivité par salarié, essentiellement parce qu'ils opèrent à plus grande échelle.

Pour obtenir la faveur des consommateurs, l'industrie ne cesse de proposer de nouvelles recettes ou de nouveaux parfums, qui font habituellement l'objet de vigoureuses campagnes publicitaires. La plupart des nouveaux produits ou des nouveaux goûts des consommateurs prennent naissance sur le marché américain, puis s'étendent rapidement au Canada. Les produits canadiens, cependant, peuvent présenter de subtiles différences de goût, par exemple en étant moins sucrés. Même les multinationales adaptent certaines de leurs recettes aux préférences des consommateurs locaux.

La publicité joue un grand rôle dans la conquête et le maintien des parts de marché des produits de marque. L'industrie consacre à la publicité une moyenne de 1,5 % de la valeur totale des expéditions. Ces dernières années, les fabricants ont intensifié leurs programmes de promotion auprès des secteurs du détail et de l'alimentation en offrant des articles de promotion en magasin, des rabais en fonction du volume ou des allocations de promotion, reflet de la concurrence entre entreprises se disputant l'espace d'étalage. Les petites et moyennes entreprises font moins de publicité que les grandes, mais, en général, elles servent les marchés régionaux en s'adaptant aux préférences locales, ou visent des créneaux spécialisés. De cette façon, elles évitent d'affronter directement les grandes entreprises qui ont l'avantage d'offrir des marques bien connues.

Facteurs liés au commerce

Les biscuits entrent aux États-Unis en franchise de douane. La CE impose des droits de douane d'environ 13 % ad valorem sur les biscuits et diverses taxes variables sur leurs ingrédients. Ces droits et taxes constituent une protection tarifaire efficace de 30 à 60 % ad valorem, selon le genre de biscuit. Des tarifs de 5 % ad valorem imposés par la CE s'appliquent aux importations canadiennes de produits semblables, selon la formule de la nation la plus favorisée (NPF).

Aux termes de l'ALE, les droits de douane sur tous les genres de biscuits disparaîtront en 10 étapes égales sur une période de dix ans se terminant en 1998; le tarif ALE de 1991 pour les biscuits américains entrant au Canada se situe à 3,5 %. L'accord exempte également le Canada des contingentements dont les États-Unis pourraient éventuellement frapper les aliments ayant une teneur en sucre de 10 % ou moins, au poids. Pour contingenter ainsi des produits canadiens, les États-Unis devraient arriver à prouver que les importations de produits contenant du sucre contreviennent à leur politique sur le sucre.

Facteurs technologiques

La mise en place de technologies de production efficaces est un processus permanent pour les moyens et grands fabricants. Elle est essentielle au maintien de leur compétitivité sur les marchés canadien et d'exportation. Les entreprises n'ont aucune difficulté à se procurer une grande partie du matériel de transformation, qui est standard, mais elles doivent normalement y apporter d'importantes adaptations en fonction de leurs besoins individuels. Des innovations technologiques débouchant sur l'amélioration des parfums et l'utilisation de divers autres ingrédients dans les biscuits peuvent aider les entreprises à mettre au point des produits de qualité supérieure, même nouveaux. D'autres innovations, comme les matériaux d'emballage d'avant-garde et les technologies connexes, peuvent accroître la durée de conservation et éviter le bris des biscuits. Ces facteurs ont une grande priorité dans un marché où les distances d'expédition sont considérables et où la clientèle se préoccupe vivement des conséquences écologiques d'un surcroît d'emballage.

Autres facteurs

Jusqu'à tout récemment, les biscuiteries étaient entravées, dans leur compétitivité à l'importation, par la politique des deux prix du blé de la CCB. Les biscuiteries fabriquant des produits contenant de la farine et destinés à l'exportation pouvaient depuis toujours se procurer du blé canadien à un prix assez comparable à celui du blé américain. Cependant, par suite des modifications de la politique de prix de la CCB et de la Commission ontarienne de commercialisation du blé, la farine utilisée dans les biscuits destinés au marché intérieur se vend désormais à des prix plus près des prix américains. Les licences d'importation pour les produits du blé et de la farine ne sont plus nécessaires. Les règlements canadiens touchant le blé font l'objet de modifications aux termes de l'ALE, à la suite d'une récente résolution voulant que l'aide gouvernementale américaine pour le blé soit égale ou inférieure aux niveaux d'aide du gouvernement canadien. Ainsi, les transformateurs peuvent-ils importer librement leur farine s'ils le désirent.

Comme les autres industries canadiennes, le secteur de la biscuiterie devra accorder une attention particulière aux questions d'environnement et à leurs incidences sur la compétitivité. De nombreuses administrations resserreront vraisemblablement la réglementation concernant les effluents, les émissions atmosphériques, les emballages et d'autres pratiques des industries manufacturières. Même si les opérations de transformation de l'industrie sont généralement considérées comme « propres », le resserrement de la réglementation canadienne pourrait avoir des conséquences sur la compétitivité internationale de l'industrie. De nombreuses entreprises ont déjà pris des mesures pour modifier leur matériel afin de se conformer à la réglementation ou d'en surpasser les exigences.

Un enjeu important pour l'industrie consistera à relever le défi que constitue le Protocole national en matière d'emballage. Ce protocole a été mis au point par le Conseil canadien des ministres de l'environnement, et prévoit une réduction volontaire de 50 % des déchets solides d'emballage d'ici l'an 2000. Bien que l'industrie ait déjà pris des mesures pour atteindre ce but, elle doit aussi se conformer aux autres normes de santé et de sécurité auxquelles ses produits sont soumis, tout en répondant aux préférences des consommateurs. C'est l'orientation que donnent à l'industrie certaines innovations récentes : des plateaux à biscuits en plastique recyclable ont fait leur apparition sur le marché, alors que de nombreuses boîtes de biscuits et de craquelins ainsi que des contenants d'expédition du produit fini ou en vrac sont déjà, ou sont sur le point d'être, faits de matériaux recyclés.

L'industrie a attiré l'attention des autorités fédérales de réglementation sur la question des importations mal étiquetées. C'est une question de compétitivité qui se traduit par la nécessité d'uniformiser les règles du jeu commercial au Canada. À long terme, l'ALE prévoit que les deux pays travailleront à uniformiser toutes les normes, y compris les normes relatives à l'emballage et à l'étiquetage, et des comités ont été formés afin d'examiner ces questions.

Évolution du milieu

Au Canada, le plongeon de 1988 mis à part, la consommation de biscuits par habitant est demeurée statique ces dernières années : seules quelques catégories de biscuits secs et certains genres de craquelins ont affiché une croissance, en délogeant des produits plus traditionnels de l'industrie. L'absence de croissance de la consommation est surtout attribuable au changement des caractéristiques démographiques du Canada et à la faiblesse de l'accroissement de la population. La population plus âgée se soucie de l'apport calorique, alors qu'une population d'âge scolaire réduite a besoin de moins de repas à emporter. Un autre élément important de la stagnation du marché est l'augmentation de la proportion des dépenses alimentaires que les familles consacrent aux repas pris dans les restaurants, où les biscuits ne sont normalement pas au menu.

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de la biscuiterie ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur ce secteur industriel dépendra du rythme même de la relance.

Reconnaissant que les consommateurs se préoccupent de plus en plus de la qualité de leur alimentation, les biscuiteries ont déjà introduit une gamme de craquelins de blé entier, légèrement salés ou sans cholestérol. Un substitut synthétique du gras, approuvé récemment aux États-Unis, pourrait jouer un rôle dans la mise au point de produits à faible teneur en calories et en matières grasses et répondrait à la demande d'aliments plus sains. La même chose pourrait se produire à la suite de l'homologation prévue d'édulcorants artificiels à faible teneur en calories qui sont thermostables et peuvent donc être utilisés en boulangerie. Les fabricants de ces additifs ont déjà demandé au Canada des approbations pour leurs produits qui pourraient contribuer à élargir le marché.

Évaluation de la compétitivité

On prévoit une plus grande rationalisation de l'industrie : les grandes biscuiteries pourront réaliser de plus grandes économies d'échelle, et les petites et moyennes biscuiteries tireront parti, pour faire face à la concurrence, de la rapidité et de la souplesse d'une production axée sur des spécialités et des créneaux particuliers. Le marché canadien est protégé dans une certaine mesure par la fidélité aux marques connues, par l'allégeance locale envers les petites entreprises et par la variété des recettes adaptées aux préférences régionales. Les biscuiteries canadiennes ont leur sucre à meilleur marché, ce qui, avec des prix concurrentiels pour la farine, aide à rendre les coûts de production au Canada compétitifs avec ceux des producteurs américains.

Si elle veut regagner et conserver son avantage concurrentiel sur les producteurs américains, l'industrie devra, à court terme, maintenir son rythme actuel de modernisation et de mise au point de produits.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale des produits alimentaires
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Biscuiterie
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3090
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	40	27	30	31	34	33	38	38
Emploi	7 862	6 449	6 445	6 369	6 268	6 424	6 512	6 249
Expéditions (millions de $)	187	454	490	494	520	545	482	477

[a] Voir *Industries des aliments*, nº 32-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 1071 (Industrie des biscuits).

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988[a]	1989[a]
Exportations[b] (millions de $)	16	32	39	54	62	65	56	31
Expéditions intérieures (millions de $)	171	422	451	440	458	480	426	446
Importations[c] (millions de $)	7	30	41	46	50	53	64	79
Marché canadien (millions de $)	178	452	492	486	508	533	490	525
Exportations (% des expéditions)	8,3	7,0	8,0	10,9	11,9	11,9	11,6	6,5
Importations (% du marché canadien)	3,9	6,6	8,3	9,5	9,9	9,9	13,0	15,0

[a] Il importe de noter que les données de 1988 et des années ultérieures se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME) et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 et des années ultérieures ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs dans les totaux de 1988 et de 1989.

[b] Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[c] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	33	26	22	24	28	34	43
Communauté européenne	56	62	68	66	60	50	30
Asie	5	5	5	4	3	4	4
Autres	6	7	5	6	9	12	23

[a] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	95	98	97	97	97	96	95
Communauté européenne	0,4	1,0	0,1	0,2	0,1	1,0	2,5
Asie	–	–	1,1	1,0	1,0	0,1	0,3
Autres	4,5	1,0	1,8	1,8	1,9	3,0	2,2

[a] Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel. Les chiffres ayant été arrondis, le total des colonnes peut ne pas donner 100.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	3	24	52	9	12
Emploi (% du total)	X	30	57	X	X
Expéditions (% du total)	X	35	43	X	X

[a] Voir *Industries des aliments*, nº 32-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Beatrice Foods Inc.	Canada	Kitchener (Ontario) Cambridge (Ontario) Edmonton (Alberta)
Culinar Inc.	Canada	Montréal (Québec) Saint-Lambert (Québec) London (Ontario)
Dare Foods Limited	Canada	Kitchener (Ontario)
Nabisco Brands Ltée	États-Unis	Montréal (Québec) Joliette (Québec) Toronto (Ontario)
W & H Voortman Limited	Canada	Burlington (Ontario)

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE

Association canadienne des manufacturiers de biscuits
885, Don Mills Road, bureau 301
DON MILLS (Ontario)
M3C 1V9
Tél. : (416) 510-8036
Télécopieur : (416) 510-8043

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.