Boulangerie-pâtisserie

PROFIL DE L'INDUSTRIE

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

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
108142

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 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

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

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-8
Tél

On

Dor
1, r
TOF
M5
Tél.
Tél

Ma

330
C.P
WIN
R3C
Tél.
Tél

Saskatchewan

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

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-ISTC
Télécopieur : (403) 495-4507

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

Demandes de publicati

Pour recevoir un exemplaire de l'une des pu services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie :
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

Pour
Direc
comm
Indus
Techi
235,
OTTA
K1A
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

ISTC 1551 (2/90)
DATE DUE - DATE DE RETOUR

Canada

2M

(V.6.92.04)

HD9505/.C3/I5/1990-91
Canada. Industry, Science
Industry profile.
BFGJ B3 c.2

1990–1991

BOULANGERIE-PÂTISSERIE

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 de la boulangerie-pâtisserie est constituée d'entreprises qui fabriquent du pain, des petits pains (sucrés et non sucrés), des gâteaux, des tartes, des beignes, des muffins et d'autres denrées périssables du même genre. L'industrie se divise en deux sous-secteurs, celui de la vente en gros et celui de la vente au détail. Le présent profil porte principalement sur le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros. Statistique Canada n'inclut pas les beigneries dans ce secteur d'activité.

Les boulangeries-pâtisseries de gros fabriquent des produits de grandes séries comme le pain blanc et les petits pains, qu'elles vendent en général aux épiceries, aux magasins à succursales ou au secteur de la restauration. Les grandes entreprises de gros offrent aussi des services de distribution qui, dans la plupart des cas, englobent le camionnage et l'entreposage. Maintenant, on trouve des boulangeries-pâtisseries de gros qui se sont spécialisées dans des créneaux particuliers comme ceux des pains moufflets, des bagels, des croissants, des gâteaux européens, des petits gâteaux, des pâtisseries et du pain pita.

Le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros comprend aussi des entreprises qui fabriquent des produits surgelés comme de la pâte pré-mélangée et des produits prêts à cuire, pour les petits détaillants. Ces derniers en font la cuisson finale avant de les vendre au public. Parmi ces produits, on peut mentionner les croissants, les pâtes à pain spéciales, les brioches, la pâte feuilletée, les chaussons, les pâtes à pâtisserie danoise et les mélanges à muffins surgelés. Ces entreprises fabriquent également des produits finis surgelés qu'il suffit de décongeler avant de servir.

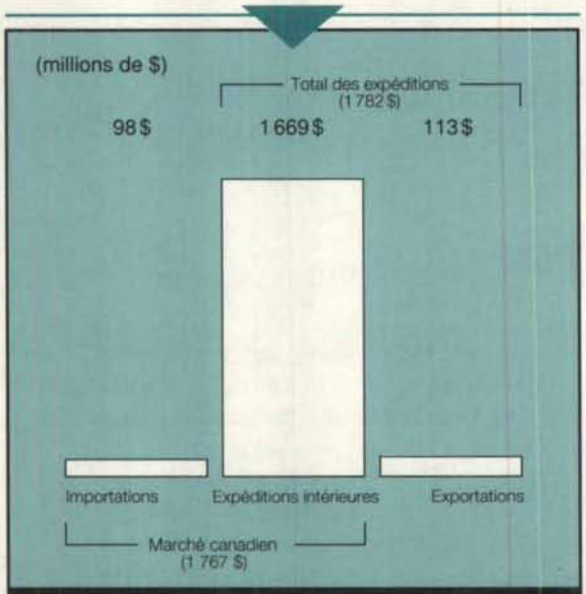

Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures des boulangeries-pâtisseries de gros, 1989

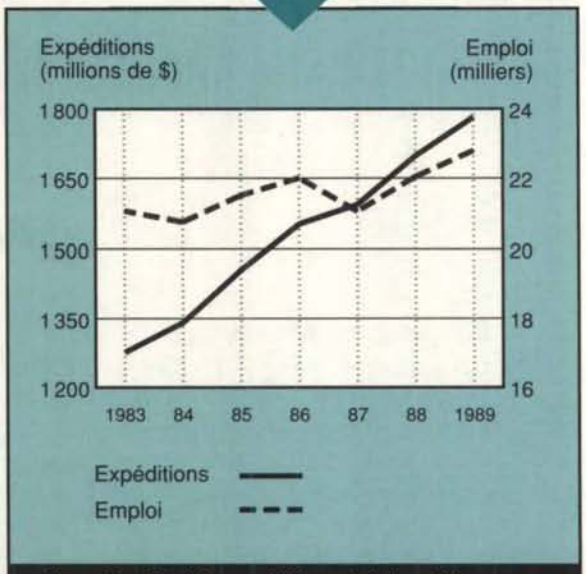

Figure 2 — Total des expéditions et de l'emploi des boulangeries-pâtisseries de gros

Le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de détail dessert le marché des produits frais, vendus au comptoir. Il fait concurrence aux boulangeries-pâtisseries de gros. Les boulangeries-pâtisseries de détail fabriquent et vendent sur place des produits frais, notamment des petits pains croustillants, diverses sortes de pain et des pâtisseries. Ces entreprises fabriquent leurs produits à partir de pâte surgelée et prête à servir préparée par des grossistes, de mélanges secs provenant de minoteries ou d'ingrédients frais. Les boulangeries-pâtisseries de détail comprennent des détaillants indépendants, des franchises et des comptoirs de boulangerie-pâtisserie installés dans les magasins. Elles peuvent généralement répondre à la demande régionale de produits très divers (bâtonnets de fromage, gâteaux que l'on sert avec le café, croissants à saveurs variées) et de produits saisonniers, frais du jour.

L'envergure des installations canadiennes de fabrication varie des petites boulangeries-pâtisseries indépendantes exploitées par deux personnes jusqu'aux grandes entreprises de gros, intégrées, comptant plus de 1 000 employés.

En 1989, on trouvait au Canada 491 boulangeries-pâtisseries de gros qui employaient près de 23 000 personnes. La valeur de leurs expéditions s'élevait à près de 1,8 milliard de dollars (figure 1). Cette année-là, les exportations, presque toutes destinées à des grands centres urbains des États-Unis, situés près de la frontière, atteignaient 113 millions de dollars; les importations se chiffraient à 98 millions de dollars.

Le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de détail comprend plus de 3 000 entreprises, et son chiffre d'affaires annuel est estimé à plus de 500 millions de dollars. Un grand nombre de comptoirs de boulangerie-pâtisserie au détail installés dans les magasins étaient à l'origine considérés comme des empêcheurs de tourner en rond bien plus que comme des sources de bénéfices. On s'attend maintenant à ce qu'ils attirent des clients et des bénéfices. Les deux sous-secteurs de cette industrie desservent surtout le marché intérieur.

Les boulangeries-pâtisseries de gros sont installées dans toutes les régions du Canada. Leur taille et leur nombre sont globalement proportionnels à la population. Comme elles doivent offrir un produit frais dont la durée de conservation est limitée, les grandes entreprises qui desservent des régions géographiques étendues, comme Ben's, Corporate Foods, Culinar, Eastern Bakeries (propriété de Corporate Foods), McGavin Foods, Multimarques et Weston Bakeries ont recours à des succursales, des filiales ou des entreprises affiliées.

Le niveau de concentration des entreprises du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros a toujours été l'un des plus faibles de l'ensemble du secteur des aliments et boissons. En 1988, les quatre principales entreprises n'ont assuré que 30 % environ des expéditions de l'ensemble du secteur, et les huit plus importantes, 47 % environ. Ces chiffres sont très inférieurs à ceux de l'ensemble du secteur des aliments et boissons, qui s'établissent à 50 et 68 %, respectivement.

Dans le passé, la propriété étrangère était plutôt limitée. Cependant, l'acquisition récente de Maple Leaf Mills par Hillsdown Holdings donne à cette entreprise britannique une participation de plus de 50 % dans Bunsmaster Bakeries, Corporate Foods et Eastern Bakeries.

Rendement

Entre 1983 et 1989, la valeur des expéditions du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros est passée de près de 1,3 milliard de dollars à près de 1,8 milliard (figure 2). Après correction pour l'inflation, ce rendement représente toutefois une baisse réelle de 4 %. Le nombre des entreprises a fluctué, mais la tendance générale des années 1980 est à la baisse. Cette situation traduit le déclin de la demande relative au produit-clé du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros, le pain blanc, qui compte pour environ 45 % de la valeur des expéditions. Une capacité de production excédentaire chronique dans cette industrie a entraîné une diminution considérable du nombre des boulangeries-pâtisseries de gros au Canada durant cette période. Cette capacité excédentaire a également été à la source de plusieurs fusions de grandes sociétés.

L'augmentation du nombre de boulangeries-pâtisseries de gros en 1989 (nombre se rapprochant de celui du début des années 1980) semble attribuable à l'ouverture de nouvelles entreprises spécialisées. L'utilisation de la capacité est maintenant passée à environ 75 %, comparativement à environ 70 % il y a quelques années. Cette amélioration découle de la rationalisation de l'industrie ainsi que de l'apparition de nouvelles gammes de produits autres que le pain blanc, notamment la pâte surgelée et les produits spécialisés.

De récentes comparaisons inter-entreprises effectuées par Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) révèlent qu'en moyenne les bénéfices du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros ont tendance à être faibles, comparativement à ceux d'autres secteurs de la transformation des aliments. En effet, le rendement des investissements est tombé d'une valeur médiane relativement faible de 4,3 % en 1980 à 0,9 % en 1985. Le rendement est ensuite remonté à 5,6 % en 1988, traduisant une reprise attribuable à des marges bénéficiaires brutes plus élevées. Cette évolution découle de hausses de prix réalistes ainsi que des efforts déployés par cette industrie pour contrôler davantage le coût des ingrédients et des matières premières, ce qui a aussi aidé les entreprises à financer leur modernisation. L'efficacité augmentera également à la suite d'investissements effectués récemment dans de nouvelles techniques d'automatisation, notamment aux usines de Weston situées à Longueuil et à Calgary. Les coûts de main-d'œuvre se sont eux aussi stabilisés entre 1985 et 1988, et les frais généraux sont demeurés constants.

Les avantages de coût, enregistrés lors de l'amélioration de l'efficacité de la production, ont permis aux grandes entreprises de baisser leurs prix à un niveau que ne peuvent soutenir leurs concurrentes moins importantes. Il existe toutefois des limites aux avantages de la centralisation de la production au Canada, car l'augmentation des frais de distribution liés à cette centralisation annule les gains réalisés au moyen des économies d'échelle. Dans le secteur de la boulangerie-pâtisserie, les frais de distribution atteignent en moyenne près de 40 % du prix de vente, ce qui est beaucoup.

La consommation de pain blanc par personne est tombée d'un sommet de 42 kilos en 1961 à 28 kilos en 1986. On ne dispose pas de statistiques récentes sur la consommation annuelle de pain blanc par personne, mais on croit que la tendance à la baisse, estimée à 2 % par année, persiste toujours. La consommation d'autres produits (petits pains, pains européens, etc.) a toutefois augmenté, ce qui a stabilisé dans une certaine mesure la consommation totale par personne de produits de boulangerie-pâtisserie.

Le vieillissement de la population, la diminution du nombre d'enfants d'âge scolaire, l'augmentation du nombre de repas pris à l'extérieur du foyer, l'élargissement de l'éventail de produits et l'évolution des goûts des consommateurs ont contribué à la chute de la consommation de pain blanc. Les produits spécialisés et emballés comme les croissants, les tartes, les gâteaux et les muffins sont de plus en plus populaires depuis quelques années, à la suite de l'expansion des comptoirs de boulangerie-pâtisserie installés dans les magasins. Ces comptoirs se sont acquis une image de qualité et de fraîcheur en offrant rapidement des produits nouveaux. Cela a poussé davantage les grandes boulangeries-pâtisseries de gros à mettre au point de nouveaux produits ou à repositionner leur gamme existante de façon à suivre l'évolution de la demande. Pour faire concurrence à la production des comptoirs de boulangerie-pâtisserie des magasins, les boulangeries-pâtisseries de gros ont donc lancé des pains multigrains, à forte teneur en fibres ou des pains hypocaloriques, ainsi que des produits haut de gamme. Les boulangeries-pâtisseries de gros, qui sont aussi spécialisées, se sont créé une solide image de qualité en offrant des produits européens et d'autres produits spécialisés.

Les producteurs de pâte surgelée et prête à cuire n'effectuent pas eux-mêmes la cuisson complète des produits, mais distribuent ceux-ci surgelés aux boulangeries-pâtisseries de détail, aux comptoirs de boulangerie-pâtisserie des magasins et à d'autres services d'alimentation. Les produits finis, offerts par les boulangeries-pâtisseries de détail et d'autres entreprises, se sont conquis une part du marché traditionnel des boulangeries-pâtisseries de gros. Toutefois, un bon nombre de boulangeries-pâtisseries de gros et de fournisseurs indépendants produisent et distribuent des produits de pâte surgelée sur les marchés intérieurs et étrangers. Corporate Foods (par le biais de ses intérêts dans Dough Delight) et Weston Bakeries (par l'intermédiaire de Ready Bake Foods) produisent de la pâte surgelée et prête à cuire. Même si elles n'ont aucun lien avec des grossistes d'envergure, d'autres entreprises,

comme Pro Pastries et Rich Products, livrent une solide concurrence sur ce marché.

La prolifération des comptoirs de boulangerie-pâtisserie dans les supermarchés et les dépanneurs partout au Canada crée des débouchés supplémentaires pour les fournisseurs de pâte surgelée, tout en avivant la concurrence que doivent affronter les produits traditionnels des boulangeries-pâtisseries de gros. Ainsi, les boulangeries-pâtisseries de gros ont-elles perdu une part de leur marché et leurs grandes livraisons en vrac aux magasins à succursales ont diminué, ce qui a fait grimper leurs coûts unitaires de distribution.

Les comptoirs de boulangerie-pâtisserie au détail installés dans les magasins offrent une gamme complète de produits faits de deux façons distinctes, à partir d'ingrédients frais ou en se limitant à la cuisson de produits prêts à utiliser. Ils peuvent compléter leur gamme de marchandise en achetant d'autres produits déjà cuits. Les entreprises qui n'effectuent que la cuisson utilisent surtout des produits prêts à cuire et surgelés; elles peuvent aussi employer des mélanges de farine secs qui exigent un minimum de préparation. Les immobilisations en capital et en matériel de ces entreprises sont réduites; leurs coûts de main-d'œuvre sont faibles. Les boulangeries-pâtisseries qui produisent à partir d'ingrédients frais ont des coûts de main-d'œuvre plus élevés et ont besoin de plus d'espace, car elles préparent leurs produits à partir d'une recette de base. Elles doivent donc mélanger et amalgamer des ingrédients, les faire lever (processus de fermentation final qui permet d'assurer au pain la texture et le volume appropriés) et les faire cuire, habituellement sous la direction d'un boulanger-pâtissier chevronné. Comme les coûts fixes sont limités et qu'il n'est pas nécessaire de disposer d'un réseau de distribution, ces deux catégories d'entreprises disposent de la souplesse nécessaire pour ajuster leurs prix en fonction de l'évolution du marché. Les boulangeries-pâtisseries de gros doivent donc ajuster leurs prix chaque jour, ou risquer de perdre leur position concurrentielle.

Le commerce international ne joue pas un rôle important dans cette industrie. Même si elles ne représentent qu'une petite fraction de la production totale, les exportations de produits de boulangerie-pâtisserie ont toujours été supérieures aux importations, ce qui génère chaque année un faible excédent commercial. Entre 1983 et 1989, la valeur des exportations canadiennes est passée de 52 millions de dollars à 113 millions, en grande partie à la suite de la mise au point de produits surgelés et prêts à cuire qui ont réussi à se créer une clientèle américaine. Ces produits sont moins périssables que les produits frais, et ils se prêtent mieux au transport sur de longues distances, ce qui permet de desservir les entreprises qui n'effectuent que la cuisson, ces dernières étant de plus en plus nombreuses aux États-Unis.

Les importations ont atteint une valeur moyenne d'environ 40 millions de dollars entre 1983 et 1987, mais elles ont presque doublé en 1988 et maintiennent ce haut niveau en 1989. Cette augmentation semble toutefois partiellement imputable à la mise en œuvre, en 1988, du Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (voir note au bas du tableau sur les statistiques commerciales). Au cours des dernières années, les États-Unis ont continué de fournir une portion relativement stable de 74 % des importations. Il s'agit en grande partie de pâtisseries et de produits cuits, vendus sur les marchés canadiens proches de la frontière américaine. De même, la majeure partie des exportations canadiennes de produits de boulangerie-pâtisserie est expédiée aux États-Unis.

L'intrant le plus important de ce secteur d'activité est la farine, qui représente en moyenne 40 % du coût des matières premières. Entre 1985 et le milieu de 1988, les prix du blé au Canada étaient plus élevés que les cours mondiaux. Les prix intérieurs plus élevés n'ont toujours eu qu'une incidence relativement limitée sur le rendement global de l'industrie, car la pénétration des importations de produits de boulangerie-pâtisserie était relativement faible dans la plupart des régions du Canada. Les exportations de produits finis contenant d'importantes quantités de farine étaient aussi admissibles à des réductions de prix.

Dans le contexte de la mise en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), le 1er janvier 1989, la Commission canadienne du blé (CCB) a modifié les prix du blé sur le marché intérieur afin de s'ajuster aux cours nord-américains. Depuis le 2 janvier 1991, la CCB a commencé à fixer une fois par jour le prix intérieur du blé de mouture. De plus, l'ALE fait en sorte que depuis le 3 mai 1991, les permis d'importation pour le blé et les produits du blé ne soient plus nécessaires.

Grâce à ces modifications, les prix canadiens peuvent suivre de plus près les fluctuations américaines et les boulangeries-pâtisseries seront en mesure de livrer une meilleure concurrence à leurs rivales américaines.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

La compétitivité de ce secteur d'activité est déterminée par la nature périssable des produits, les caractéristiques régionales du marché canadien et les frais de transport et de distribution. La plupart des produits de boulangerie-pâtisserie perdent leur fraîcheur en quelques jours. En outre, ils sont souvent volumineux ou fragiles, de sorte que les frais de transport sont élevés par rapport à leur valeur. Les grandes boulangeries-pâtisseries canadiennes ont donc tendance

à acquérir de petites entreprises régionales plutôt que de transporter ces produits par camion depuis des usines centralisées jusqu'aux centres urbains environnants. Cependant, le marché évolue. On y offre de plus en plus de produits spécialisés de plus grande valeur, ce qui, conjugué à la nécessité d'accroître la productivité, semble favoriser la centralisation de certaines activités.

La nature des produits de boulangerie-pâtisserie et leur production régionale ont par ailleurs servi à isoler les boulangeries-pâtisseries de gros du Canada contre la plus grande partie de la concurrence internationale. Le commerce international des produits frais de boulangerie-pâtisserie n'est important que dans les grands centres urbains situés à proximité des frontières.

Facteurs liés au commerce

Le pain conditionné pour la vente au détail entre aux États-Unis en franchise. Aux termes de l'ALE, les tarifs sur les autres produits de boulangerie-pâtisserie sont en voie d'élimination. Ils disparaîtront en 10 étapes annuelles et égales se terminant le 1er janvier 1998. Ainsi, depuis le 1er janvier 1992, le tarif canadien sur la pâte surgelée et prête à cuire est-il de 6 %. Il est de 9,3 % sur les gâteaux, les tartes et les pâtisseries non congelés.

Il y a relativement peu de barrières non tarifaires (BNT) dans le commerce de l'industrie de la boulangerie-pâtisserie. D'ailleurs, le Canada et les États-Unis n'ont plus besoin de permis pour importer du blé et des produits contenant de la farine (dont le pain fini, les brioches, les bagels, les petits pains, les pâtisseries, les gâteaux et les muffins) de l'un ou l'autre de ces pays.

Facteurs technologiques

Même si ce secteur canadien compte certaines grandes usines modernes, il comprend surtout des installations plus petites dont le matériel vieillit. La rationalisation amorcée récemment dans ce secteur a incité certaines entreprises à adopter des systèmes informatisés de contrôle des ingrédients et de levage sur convoyeurs, ainsi que des systèmes d'emballage automatisés. L'objectif de ces entreprises est de remplacer une partie de leurs effectifs par des machines qui peuvent être adaptées facilement à plusieurs genres de produits. L'automatisation assure aussi un produit fini uniforme et de plus grande qualité.

Les boulangeries-pâtisseries des États-Unis construisent des usines plus grandes, plus automatisées, plus efficaces, et situées dans des zones à forte croissance démographique. Ces usines sont beaucoup plus grandes que les installations que l'on trouve actuellement au Canada, où des marchés plus restreints et plus dispersés limitent leur taille. Les entreprises canadiennes actuelles semblent plutôt mettre l'accent sur la hausse de la productivité tout en maintenant la diversité des produits et en faisant des efforts de consolidation.

Les entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie peuvent habituellement se procurer les machines dont elles ont besoin chez des fournisseurs de matériel, et les utiliser sans modification. L'industrie a effectué de nouveaux investissements, et l'on s'attend à ce qu'elle cherche dans l'avenir à réduire ses coûts de main-d'œuvre et à utiliser davantage la technologie afin d'accroître la qualité et la souplesse de sa production.

Autres facteurs

L'industrie aura un défi d'envergure à relever, soit celui du Protocole national sur l'emballage adopté par le Conseil canadien des ministres de l'Environnement qui prévoit une réduction volontaire de 50 % des déchets d'emballage solides d'ici l'an 2000, à partir des calculs de 1988.

Les corbeilles d'expédition réutilisables et consignées sont répandues dans l'industrie depuis des années. Même si elles représentent un investissement coûteux, ces corbeilles constituent un moyen de distribution économique tout en aidant à réduire les déchets d'emballage. Les produits endommagés et les produits retournés sont transformés en aliments pour animaux, ce qui aide à réduire encore davantage les déchets.

Ce secteur d'activité a de plus en plus besoin d'effectifs possédant les connaissances spécialisées qui sont nécessaires pour faire fonctionner un matériel automatisé. À mesure qu'elles s'automatiseront, les grandes boulangeries-pâtisseries de gros auront de moins en moins besoin des vieilles connaissances spécialisées comme celles des recettes, du mélange et de la cuisson. Par ailleurs, ces compétences traditionnelles de la boulangerie-pâtisserie demeureront en demande dans les boutiques qui offrent des produits spécialisés.

Évolution du milieu

Les principaux problèmes auxquels l'industrie de la boulangerie-pâtisserie en gros fait face, et qui devraient demeurer, sont une baisse générale de la demande et l'évolution des goûts des consommateurs. La faible croissance de la population, l'évolution de la structure démographique, de la population active, de la composition ethnique et des habitudes alimentaires, sans oublier l'intérêt que les consommateurs portent à leur santé, accentuent ces problèmes. De plus en plus, ces boulangeries-pâtisseries ont diversifié leur production afin d'offrir un éventail élargi de produits, de façon à suivre l'évolution de la demande du marché et à utiliser la capacité disponible. Une souplesse accrue et un matériel moderne

peuvent donner un coup de pouce, mais la production de masse demeurera à la base de l'activité générale de ces entreprises.

Les produits cuits sur place et vendus frais au comptoir sont de plus en plus populaires chez les consommateurs. Jumelée à la demande de produits spécialisés répondant à des besoins particuliers au niveau de la santé, de la variété et de la qualité, cette tendance a avantagé les boulangeries-pâtisseries de détail et les comptoirs de boulangerie-pâtisserie des magasins. Les boulangeries-pâtisseries de gros, qui fournissent aux comptoirs de détail la pâte surgelée et prête à cuire, ont aussi pu profiter de cette croissance. Elle n'a toutefois pas réussi à contrebalancer complètement les ventes perdues et la baisse du niveau d'utilisation de la capacité de production de leur produit principal, le pain blanc.

La récession qui vient d'avoir lieu n'a eu que peu d'effet sur l'industrie de la boulangerie-pâtisserie. L'industrie de l'alimentation est généralement à l'abri des récessions, surtout lorsqu'il s'agit de produits essentiels comme le pain.

Évaluation de la compétitivité

Le sous-secteur canadien de la boulangerie-pâtisserie de gros a réglé ses problèmes de capacité excédentaire et d'évolution de la demande en réinvestissant dans ses installations et en rationalisant ses lignes de production. Ce sous-secteur a amélioré sa productivité et sa rentabilité.

Les boulangeries-pâtisseries de gros qui distribuent des produits frais et traditionnels ont dû subir la concurrence croissante de produits semblables fabriqués par les comptoirs de boulangerie-pâtisserie des magasins. Ces pressions compétitives ont été partiellement contrebalancées par le fait que certaines boulangeries-pâtisseries de gros se sont lancées dans la production de pâte surgelée pour les comptoirs de vente.

Le marché canadien des produits frais de boulangerie-pâtisserie demeurera toutefois en grande partie protégé contre les importations, à cause de la durée limitée des produits frais et des longues distances sur lesquelles il faudrait transporter ces denrées volumineuses de valeur relativement faible. Maintenant que les permis d'importation de blé et de farine ne sont plus nécessaires pour les États-Unis, les boulangeries-pâtisseries canadiennes pourront avoir la possibilité d'utiliser des mélanges de farine provenant du Canada ou des États-Unis, selon les prix. Ces changements fourniront à l'industrie la compétitivité globale dont elle aura besoin pour relever les défis de l'avenir.

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

Direction générale des produits alimentaires
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Boulangerie-pâtisserie
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3090
Télécopieur : (613) 941-3776

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1973[b]	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	1 690	493	485	473	479	437	473	491
Emploi	17 789	21 061	20 748	21 506	22 000	21 051	22 039	22 793
Expéditions (millions de $)	598	1 276	1 341	1 455	1 552	1 593	1 698	1 782

[a]Voir *Industries des aliments*, nº 32-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 1072 (Industrie du pain et autres produits de boulangerie-pâtisserie). Les données s'appliquent seulement aux boulangeries-pâtisseries de gros.

[b]Les données relatives à 1973 ne sont pas parfaitement comparables à celles des autres années dont il est ici question, en raison de changements apportés à la définition de cette industrie dans la version révisée de la *Classification type des industries, 1980*, nº 12-501 au catalogue de Statistique Canada.

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1973[a]	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]
Exportations[c] (millions de $)	9	52	57	63	73	90	110	113
Expéditions intérieures (millions de $)	589	1 224	1 284	1 392	1 479	1 503	1 588	1 669
Importations[d] (millions de $)	6	34	35	39	42	47	89	98
Marché canadien (millions de $)	595	1 258	1 319	1 431	1 521	1 550	1 677	1 767
Exportations (% des expéditions)	1,5	4,1	4,3	4,3	4,7	5,6	6,5	6,3
Importations (% du marché canadien)	1,0	2,7	2,7	2,7	2,8	3,0	5,3	5,5

[a]Les données relatives à 1973 ne sont pas parfaitement comparables à celles des autres années dont il est ici question, en raison de changements apportés à la définition de cette industrie dans la *Classification type des industries, 1980*, nº 12-501 au catalogue de Statistique Canada.

[b]Il importe de noter que les données de 1988 et de 1989 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 de 1989 ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des exportations et des importations, 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.

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

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

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

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	61	68	77	73	72	75	79	81
Communauté européenne	16	29	17	21	21	19	13	11
Asie	3	1	1	1	1	1	3	4
Autre	20	2	5	5	6	4	5	4

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

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

	1973	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	98	97	96	97	97	92	90	92
Communauté européenne	1	1	1	1	1	–	1	1
Asie	–	–	–	–	–	–	4	4
Autre	1	2	3	2	2	8	5	3

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

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

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	6,1	37,8	30,6	15,0	10,5
Emploi (% du total)	6,7	37,3	38,8	9,6	7,6
Expéditions (% du total)	6,1	35,1	41,2	10,4	7,2

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

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Ben's Limited	Canada	Moncton (Nouveau-Brunswick) Halifax (Nouvelle-Écosse)
Produits Alimentaires C.F.L. Ltée	Royaume-Uni	Toronto (Ontario) London (Ontario) Ottawa (Ontario) Saint-Jean (Nouveau-Brunswick) Moncton (Nouveau-Brunswick) Woodstock (Nouveau-Brunswick) Berwick (Nouvelle-Écosse) St. John's (Terre-Neuve)
Culinar Inc.	Canada	Sainte-Marie-de-Beauce (Québec) Montréal (Québec) Aurora (Ontario)
McGavin Foods Limited	Canada	Langley (Colombie-Britannique) Edmonton (Alberta) Winnipeg (Manitoba)
Multimarques Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Les boulangeries Weston (Québec) Inc.	Canada	Longueuil (Québec) Kitchener (Ontario) Kingston (Ontario) Kirkland Lake (Ontario) Orillia (Ontario) Toronto (Ontario) Winnipeg (Manitoba) Regina (Saskatchewan) Calgary (Alberta) Edmonton (Alberta) Vancouver (Colombie-Britannique)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Atlantic Provinces Bakers Association
100, promenade Mark
SAINT-JEAN (Nouveau-Brunswick)
E2L 3Z2
Tél. : (506) 633-2500
Télécopieur : (506) 633-9837

Bakers Association of British Columbia
2892, 24e Avenue ouest
VANCOUVER (Colombie-Britannique)
V6L 1R4
Tél. : (604) 291-6045
Télécopieur : (604) 434-9635

Conseil canadien de la boulangerie
885, chemin Don Mills, bureau 301
DON MILLS (Ontario)
M3C 1V9
Tél. : (416) 510-8041
Télécopieur : (416) 510-8043

Bakery Production Club of Ontario
32, croissant Baybrook
SCARBOROUGH (Ontario)
M1H 2R6
Tél. : (416) 431-9214

Conseil de la boulangerie du Québec
2950, rue Masson, bureau 402
MONTRÉAL (Québec)
H1Y 1X4
Tél. : (514) 729-8311
Télécopieur : (514) 729-8311

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.