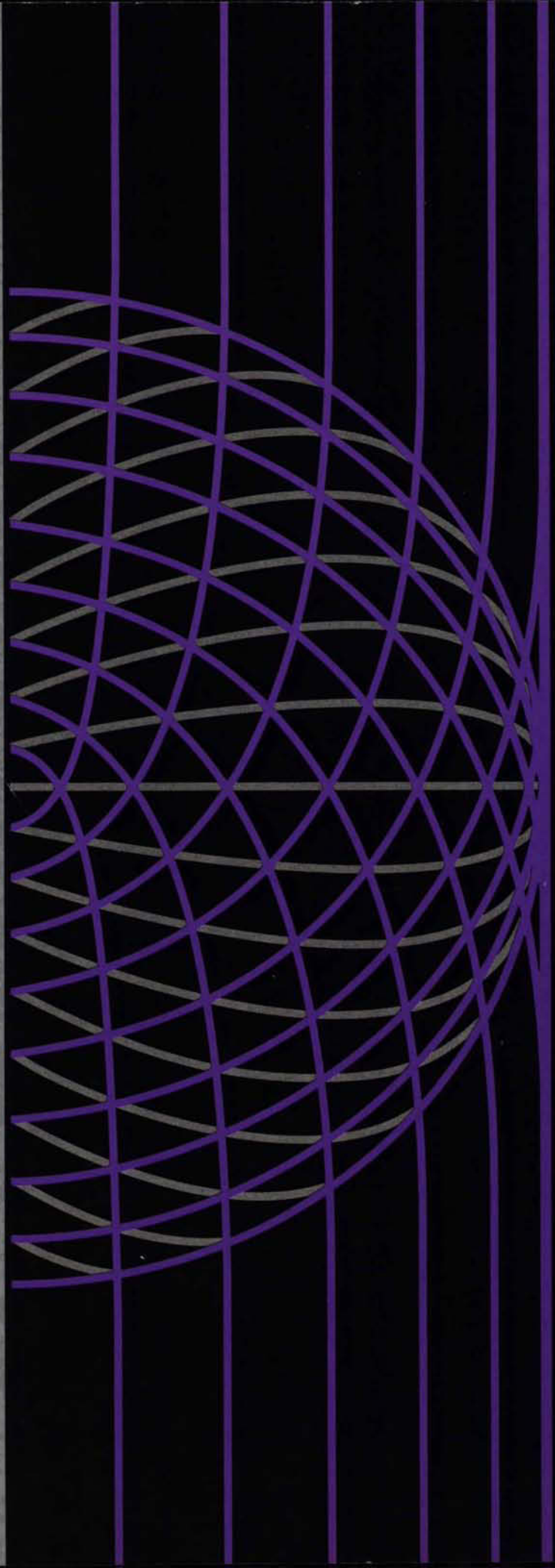
Meubles de bureau

PROFIL DE L'INDUSTRIE



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

10839G
INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA

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
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest, 4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-ISTC
Télécopieur : (416) 973-8714

Manitoba

330, avenue Portage, 8e étage
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-ISTC
Télécopieur : (204) 983-2187

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

510, 5e Rue sud-ouest,
bureau 1100
CALGARY (Alberta)
T2P 3S2
Tél. : (403) 292-4575
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique

Scotia Tower
650, rue Georgia ouest,
bureau 900
C.P. 11610
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0266
Télécopieur : (604) 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

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiquez 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 les autres publications d'ISTC :
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

Pour les publications de Commerce extérieur Canada :
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

BFGJ 01 c.2
Canada. Industry, Science
Industry profile.
HD9505/.C3/I5/1990-91

[V 6.92.02]

1990–1991

MEUBLES DE BUREAU

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

Introduction

Le secteur canadien du meuble comprend trois industries: les meubles de maison, le mobilier de bureau et les meubles divers. En 1988, l'industrie des meubles de maison effectuait 43 % des expéditions de l'ensemble du secteur; le mobilier de bureau, 24 % et les meubles divers, 33 %. Cette dernière industrie comprend des produits variés destinés au marché des hôtels, des restaurants et des institutions. Nous publions un profil distinct sur l'industrie des *Meubles de maison.*

Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne du mobilier de bureau comprend les établissements qui fabriquent des meubles de bureau en métal, en bois et en d'autres matériaux. Les meubles de bureau en métal sont essentiellement des pupitres, des fauteuils et des classeurs. Ils représentent quelque 40 % des expéditions; les écrans et les cloisons, environ 39 %; les meubles en bois et en d'autres matériaux, 21 %. Les acheteurs sont généralement des sociétés commerciales, des institutions et des administrations publiques. La demande est tributaire de la construction d'immeubles commerciaux, de la rénovation et du remplacement de matériel à grande échelle.

En 1989, la valeur des expéditions s'élevait à environ 1,2 milliard de dollars pour l'ensemble de l'industrie (figure 1). Les exportations comptaient pour une part importante de ces expéditions, soit 319,4 millions de dollars ou 27,1 % des expéditions d'usines. Les États-Unis constituaient la principale destination des exportations de mobilier de bureau, recevant 97 % de celles-ci. Les importations, d'une valeur

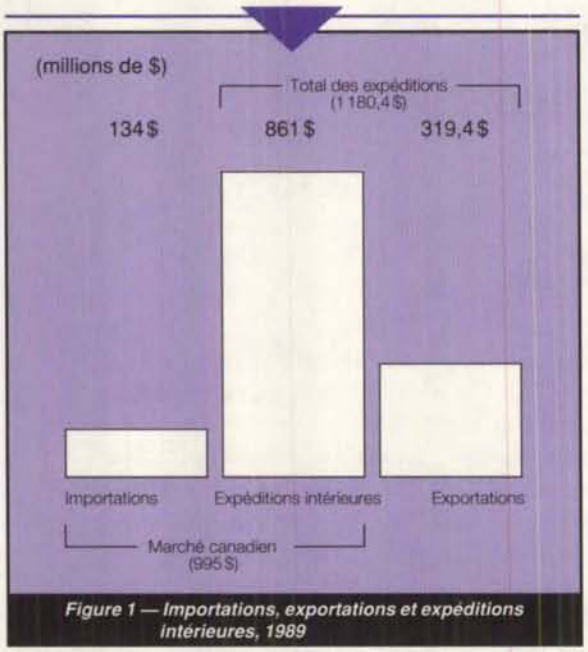


Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

de 134 millions de dollars, représentaient 13,5 % du marché intérieur. Elles provenaient principalement des États-Unis (77 %), d'Europe (16 %) et également d'Asie (7 %). Dans ce secteur, le Canada jouit présentement d'un excédent commercial qui atteint globalement plus de 185 millions de dollars et, avec les États-Unis seulement, près de 207 millions de dollars.

La plupart des fabricants de meubles de bureau se classent parmi les petites ou les moyennes entreprises. En 1989, 54 % des quelque 194 fabricants employaient moins de 20 personnes; 32 % en employaient de 20 à 100, et 14 %, plus de 100. Environ 13 usines comptaient plus de 200 employés. Cette année-là, l'effectif total du secteur était évalué à 12 544 personnes.

On estime à 90 % la proportion d'entreprises de propriété canadienne, qui assurent environ 70 % des expéditions. Un nombre croissant de gros fabricants américains de meubles de bureau exploitent des filiales canadiennes dont la production est destinée tant au marché intérieur qu'au marché d'exportation. Au moins six des sociétés canadiennes les plus prospères exploitent des usines aux États-Unis.

C'est au Québec et en Ontario que se concentrent traditionnellement les fabricants de meubles de bureau. Ainsi, l'Ontario assure-t-elle 70 % de la production, le Québec, 23 % et les provinces de l'ouest, 7 %. Cette industrie est à toutes fins utiles inexistante dans les provinces de l'Atlantique. La majorité des établissements sont situés dans les grands centres urbains.

Les meubles de bureau sont la plupart du temps vendus aux termes de marchés faisant suite à des appels d'offres. Ils servent à meubler de nouveaux bureaux ou à remplacer le mobilier de sociétés, d'institutions, de cabinets de professionnels et d'administrations publiques. Les architectes et les décorateurs ensembliers mandatés par les acheteurs et les utilisateurs jouent un rôle-clé dans le choix des produits, d'où l'importance, pour les fabricants de mobilier de bureau, d'établir, dans le cadre de la commercialisation de leurs produits, une relation de travail étroite avec les acheteurs ou leurs représentants. À cet égard, l'aménagement de salles de montre permanentes sur leurs marchés importants ou dans des centres de design, la participation aux salons annuels de design des meubles et les visites de leurs salles de montre et de leurs usines sont autant de moyens pour les fabricants de présenter leurs produits et d'accroître leur visibilité sur le marché. Les meubles de bureau sont également vendus par les magasins de détail. Dans ce cas, le prix l'emporte sur le design au chapitre des critères de choix, lequel se fait alors d'après les produits en montre ou des catalogues.

L'industrie canadienne du meuble de bureau s'articule autour de petites et de moyennes entreprises. Cette caractéristique se retrouve dans l'ensemble des pays industrialisés, y compris les États-Unis. Cependant, aux États-Unis, le secteur compte un plus grand nombre d'usines dont un fort pourcentage est plus important que les usines canadiennes. Ensemble, les deux sous-secteurs américains du meuble de bureau en bois et en métal comptent plus de 500 établissements, et effectuent des expéditions d'une valeur annuelle de quelque 7,8 milliards de dollars US. En 1988, les cinq plus gros fabricants américains de mobilier de bureau comptaient pour plus de 40 % du chiffre d'affaires du secteur, évalué dans son ensemble à 3,5 milliards de dollars US. Le premier fabricant en importance, Steelcase, une société privée, emploie 18 500 employés de par le monde, et réalise un chiffre d'affaires de plus de 1,6 milliard de dollars US. À elle seule, cette entreprise emploie plus de personnes et expédie une production plus importante que l'ensemble de l'industrie canadienne du meuble de bureau.

Rendement

Depuis sa création, l'industrie a toujours connu une croissance soutenue. Entre 1973 et 1981, la demande de mobilier de bureau était forte tant au Canada qu'aux États-Unis. En chiffres réels, les taux de croissance se situaient en moyenne entre 5 et 6 % par année, dans les deux pays. Cette demande découlait dans une large mesure d'une activité intense dans le secteur de la construction commerciale, de la vogue de nouveaux concepts d'aménagement de l'espace de bureau (entraînant le remplacement des pupitres et des fauteuils classiques et l'élimination des cloisons fixes), ainsi que de la hausse du nombre d'emplois de cols blancs au sein de la population active des deux pays.

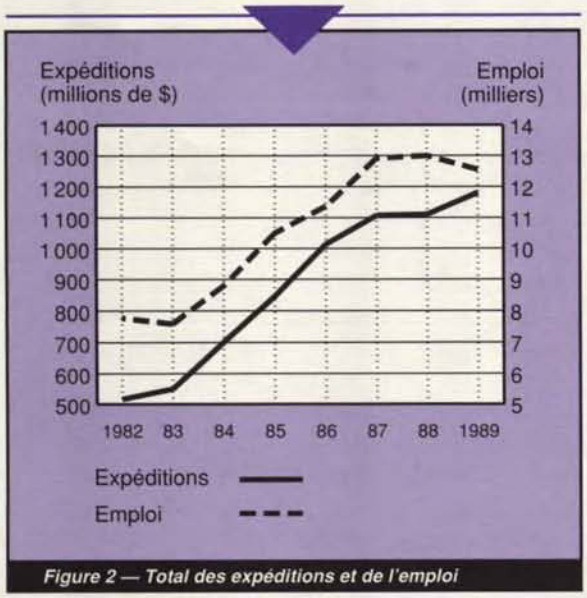


Figure 2 — Total des expéditions et de l'emploi

Cette croissance vigoureuse s'est interrompue durant la récession de 1981–1982, laquelle correspondait à un ralentissement du rythme de la construction de nouveaux édifices commerciaux. La reprise a cependant été rapide et, en dépit de la récession, la croissance réelle de la demande au Canada (mesurée par la valeur des expéditions en dollars constants de 1981), a été en moyenne de 11,2 % par année entre 1982 et 1987. La croissance de la demande sur le marché américain était semblable. La valeur du mobilier de bureau expédié par les fabricants canadiens est passée de près de 124 millions de dollars en 1973 à 1 107 millions en 1987, et a peu subi l'effet de la récession de 1981–1982 (figure 2). Les expéditions se sont ensuite stabilisées en 1988 et 1989, n'accusant qu'une faible augmentation en 1989.

Entre 1973 et 1986, les exportations canadiennes de mobilier de bureau sont passées d'à peine 15 % des expéditions totales (18,3 millions de dollars) à près de 36 % (360,6 millions). La proportion des exportations destinées aux États-Unis est demeurée relativement constante, variant entre 93 et 97 % des exportations totales. En 1989, toutefois, les exportations ont chuté à 319,4 millions de dollars, soit 27,1 % de la valeur de l'ensemble des expéditions. Cette chute est attribuable à une période de régularisation des stocks, déclenchée par le coût élevé du crédit et l'accroissement de la concurrence.

Avant 1988, les importations de mobilier de bureau avaient toujours été relativement stables, représentant de 5,6 à 7,3 % du marché intérieur. En 1988, elles ont grimpé à 10,1 % puis, en 1989, à 13,5 %. Les meubles en provenance des États-Unis ont toujours constitué la majorité des importations, mais cette part a connu une baisse constante, passant de 87 % en 1983 à 66 % en 1987. La proportion s'est ensuite remise à augmenter, atteignant 67 % en 1988 et 77 % en 1989. La présence au Canada de filiales d'entreprises américaines fait que les meubles de design américain ou de marques américaines reconnues sont bien représentés sur le marché canadien. Les importations d'origine européenne sont passées de 12 % du total des importations en 1983 à 28 % en 1987, mais elles ont chuté à 24 % en 1988, puis à 16 % en 1989, parallèlement à la croissance des importations américaines. Les importations en provenance d'Asie sont passées de 1 % en 1983 à 9 % en 1988, et sont ensuite retombées à 7 % en 1989. Les fluctuations des parts des importations européennes, asiatiques et américaines ont suivi les fluctuations des taux de change, tantôt favorables, tantôt défavorables, faisant varier les prix des biens fabriqués dans ces divers pays.

Malgré une hausse de l'activité, la structure de l'industrie n'a pas connu de changement notable depuis 1971. Ainsi, la part des expéditions effectuées par des entreprises employant moins de 20 personnes est-elle demeurée stable à 3 %, tandis que la part de celles dont l'effectif dépasse 100 employés a baissé très légèrement par rapport à son niveau de 70 %. Alors que la moyenne des expéditions par établissement et par employé est à la hausse au Canada comme aux États-Unis, et suit des courbes similaires dans les deux pays, les niveaux sont cependant nettement plus élevés aux États-Unis. Au Canada, la valeur moyenne des expéditions, en dollars constants de 1981, s'élevait à 3,3 millions de dollars par établissement en 1982 et à 4,5 millions de dollars en 1987. Calculée par employé, cette valeur atteignait 62 200 $ et 63 200 $ respectivement. Par comparaison, aux États-Unis, la valeur moyenne des expéditions était de 5,7 millions de dollars US par établissement en 1982 et de 6,2 millions de dollars US en 1987. Par employé, elle atteignait 67 700 $ US et 75 500 $ US respectivement.

Cette industrie est généralement rentable, même si elle a subi une perte équivalant à 0,5 % de son chiffre d'affaires en 1983. Les bénéfices après impôts étaient de 3 % du chiffre d'affaires en 1982, puis ont grimpé à 4,4 % en 1985 et à 4,6 % en 1986, et sont retombés à 2,4 % en 1987. Pendant la période de cinq ans qui s'est terminée en 1986, les investissements représentaient en moyenne 3 % de la valeur des expéditions, comparativement à 6 % pour l'ensemble du secteur manufacturier canadien.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Sur le marché canadien du meuble de bureau, les facteurs déterminants de la compétitivité sont le design,

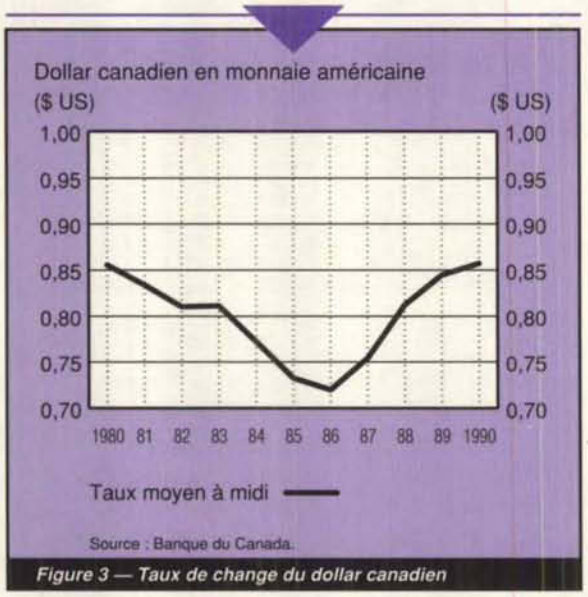


Figure 3 — Taux de change du dollar canadien

la qualité, le délai de livraison, le service et, dans une moindre mesure, le prix. Mais le poids relatif de chacun de ces facteurs peut varier considérablement d'une catégorie de produits à l'autre. Ainsi, le prix revêt-il souvent une importance primordiale dans la gamme des produits bon marché, tandis que le design, la qualité, le délai de livraison et le service l'emportent souvent sur le prix des produits haut de gamme. Si on les compare à leurs concurrents américains, les fabricants canadiens ont un plus grand esprit d'entreprise et une meilleure capacité de s'adapter aux spécifications des clients en matière de design. Ils sont également plus habiles à exploiter les créneaux haut de gamme du marché. Pour leur part, les entreprises américaines offrent des produits de bonne qualité et d'un design fonctionnel, et misent sur une commercialisation énergique. Elles sont plus concurrentielles sur le marché de la production en grandes séries, où la compétition quant au prix est très vive, où les produits sont davantage normalisés, et où le prix est un élément déterminant.

Les matériaux et la main-d'œuvre représentent la majeure partie des coûts de l'industrie du mobilier de bureau, soit 71 % de la valeur des expéditions au Canada et 61 % aux États-Unis. Les traitements et les salaires comptent pour environ le quart de la valeur des expéditions, dans les deux pays. L'industrie canadienne du mobilier de bureau demeure moins concurrentielle que l'industrie américaine au chapitre des coûts de fabrication et de la valeur ajoutée résiduelle par dollar d'expédition.

En 1987, chaque dollar d'expédition de l'industrie canadienne du meuble de bureau se répartissait comme suit : matériaux, 45 cents; traitements et salaires, 26 cents; autres dépenses et bénéfices, 29 cents. Aux États-Unis, on observait une répartition différente de ce dollar, soit : matériaux, 37 cents; traitements et salaires, 24 cents; autres dépenses et bénéfices, 39 cents. Aux États-Unis comme au Canada, ce sont les matériaux qui représentaient la plus grosse part du dollar d'expédition. Les frais liés aux matériaux et aux salaires et traitements étaient plus élevés pour les fabricants canadiens que pour les américains; l'écart était sensiblement plus grand au chapitre des matériaux, ce qui plaçait le Canada en situation de net désavantage. Les entreprises américaines bénéficiaient donc d'une bien plus grande marge pour les autres dépenses et les bénéfices.

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 contre, on reconnaît généralement que, dans certaines conditions économiques, une baisse sensible du dollar canadien aurait probablement un effet inflationniste. La hausse des coûts et des prix 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.

Grâce à leur vaste marché intérieur, les grandes usines américaines ont réussi à réaliser des économies d'échelle en produisant de plus grandes séries et en utilisant davantage de matériel automatisé. Les usines américaines sont généralement plus avancées, sur le plan de la technologie, que les usines canadiennes. Cependant, les gros fabricants canadiens ont réussi, au moyen d'une technologie passablement moderne, à demeurer relativement rentables. Quant aux PME caractéristiques de l'industrie canadienne, elles se révèlent davantage aptes à répondre aux besoins et aux goûts de leurs clients, sur les plans de la qualité, du design et de la quantité. Les représentants des acheteurs, comme les architectes, les décorateurs ensembliers, les concepteurs d'espaces fonctionnels, les acheteurs pour les grandes sociétés, les directeurs d'institutions ainsi que les grands établissements de vente au détail constituent des intermédiaires importants entre les fabricants de meubles de bureau et les utilisateurs. Le produit peut passer par plusieurs mains – grossiste, marchand, décorateur ensembliер – avant d'arriver chez le consommateur. Mais les fabricants ont de plus en plus tendance à vendre leurs produits directement aux utilisateurs, par le truchement de commerces qui s'adressent à un marché de masse. Ils pratiquent également, selon la qualité de leurs produits, la publicité directe par courrier ou la commercialisation de masse, évitant ainsi les intermédiaires. Pour les fabricants de meubles bon marché, le prix revêt une importance toute particulière. Le mode de distribution du mobilier de bureau est en grande partie fonction de sa qualité et donc de son prix.

L'essentiel du marché du meuble de qualité est constitué des catégories de produits suivants : meubles en système, sièges, pupitres et rallonges, tables, mobilier pour systèmes informatiques, armoires de rangement et classeurs. Un bon nombre de meubles canadiens en système et de modèles haut de gamme, en bois de fabrication canadienne, se sont acquis une solide réputation à l'échelle du continent pour la qualité de leur fini, leur design et leur rendement. Un autre signe de la popularité des meubles en bois est la vogue des stratifiés au grain imitant le noyer ou le chêne.

Les fabricants canadiens continuent de dominer le marché intérieur. Ils ont de plus réussi une percée intéressante sur le marché américain. Certaines sociétés vendent également à d'autres pays mais, dans l'ensemble, l'industrie ne s'est pas encore lancée à la recherche active de débouchés outre-mer.

Facteurs liés au commerce

Les tarifs sur les meubles de bureau importés au Canada sont fonction du matériau ou de l'élément principal qui les compose. Le tarif imposé sur les produits provenant de pays jouissant du statut de la nation la plus favorisée (NPF) est de 12,6 % pour les meubles en métal, de 12,7 % sur les classeurs et de 15 % sur les autres meubles, y compris les meubles en bois. Le tarif sur les produits provenant des pays en développement admissibles au tarif de préférence général est de 8 % pour les meubles en métal et de 10 % pour les meubles en bois.

Les tarifs douaniers sur le commerce des meubles entre nos deux pays sont maintenant régis par l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE). L'ALE prévoit l'élimination progressive de tous les tarifs sur les meubles finis, en cinq étapes annuelles et égales depuis la date d'entrée en vigueur de cet accord, le 1er janvier 1989. Les tarifs sur un bon nombre de matières premières importées des États-Unis et utilisées par l'industrie, y compris un certain nombre d'articles de quincaillerie, sont graduellement éliminés en 10 étapes annuelles et égales se terminant le 1er janvier 1998. Par contre, les produits finis des fabricants américains pourront entrer en franchise au Canada dès le 1er janvier 1993. Une enquête portant sur ces disparités tarifaires, commandée par le Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCI) et publiée en octobre 1990, indique toutefois que, sauf pour ce qui est des textiles, les différents calendriers portant sur l'élimination des tarifs sur les matières premières et sur les produits finis ne contribuent pas de façon importante aux difficultés économiques qu'éprouve l'industrie, et n'occasionnent aux fabricants que des coûts minimes. Les tarifs sur les textiles devaient également, à l'origine, être éliminés en 10 étapes; toutefois, on a mis en place un calendrier accéléré qui prévoit l'élimination en cinq étapes des tarifs sur 60 tissus d'ameublement.

Les exportations canadiennes de meubles et de composants vers les pays de la Communauté européenne (CE) sont assujetties à un tarif NPF de 5,6 %, et les exportations vers le Japon sont frappées d'un tarif de 3,8 %.

Les matières premières importées au Canada par l'industrie du meuble et provenant de pays autres que les États-Unis sont assujetties à des tarifs divers. Le bois et le bois de charpente non transformés sont généralement exempts de droits. Le tarif NPF sur les panneaux de particules est de 6 %. Ce tarif est de 10,2 % sur la plupart des ferrures, et il s'élève habituellement à 25 % sur les tissus d'ameublement.

Selon le chapitre de l'ALE traitant des règles d'origine, parmi les meubles faisant l'objet d'un commerce entre les États-Unis et le Canada, seuls sont admissibles aux réductions tarifaires le travail à valeur ajoutée. Ce travail, réalisé dans l'un ou l'autre pays, doit équivaloir à au moins 50 % de la valeur totale du meuble fini. Cette valeur comprend la main-d'œuvre, les matières premières et les pièces. Certaines matières premières ou composantes importées de pays tiers peuvent également être admissibles aux dispositions tarifaires de l'ALE, si elles sont incorporées à des produits finis qui respectent la règle du 50 % de la valeur ajoutée.

En général, les barrières non tarifaires ne jouent pas un rôle important dans le commerce international du meuble.

Facteurs technologiques

Les progrès technologiques, dans le secteur canadien du meuble, ont trait principalement à la vitesse et à la précision des nouvelles machines et du nouveau matériel. L'industrie canadienne du mobilier de bureau peut se procurer des machines et du matériel modernes, incorporant la technologie de pointe, auprès de fournisseurs répartis un peu partout dans le monde. Cependant, seules quelques grandes usines ont un niveau de production suffisant pour justifier les lourds investissements qu'exige le matériel automatisé et à haut rendement devenu relativement courant dans les usines américaines plus nombreuses et plus grandes.

L'industrie du meuble de bureau demeure l'une des activités à plus haute intensité de main-d'œuvre du secteur canadien de la fabrication, surtout aux étapes de l'ajustement et de la finition du meuble en bois. La plupart des fabricants canadiens de meubles de bureau utilisent encore des machines et des outils classiques, mais d'autres ont fait l'acquisition d'outillage de pointe, comme des toupies et des scies à chantourner à commande numérique et à commande numérique informatique. Les usines de construction récente sont équipées des machines les plus modernes. Celles qui fabriquent des meubles en métal ont recours à des machines normalisées

pour le découpage et l'estampage. Les finis à la poudre électrostatique cuite au four sont de plus en plus courants, même si les procédés classiques de pulvérisation de la peinture et de la laque sont encore largement utilisés. C'est dans les nouvelles usines de mobilier en système que l'on trouve les machines et l'outillage les plus modernes.

L'élargissement de la base industrielle résultant de l'entrée en vigueur de l'ALE devrait inciter les entreprises canadiennes à investir dans les techniques de fabrication de pointe qui leur permettraient d'améliorer leur productivité et leur rentabilité. En effet, les fabricants canadiens feront face à une concurrence plus vive de la part des fabricants américains qui profitent d'une base industrielle plus grande, et qui sont en mesure de réaliser des économies d'échelle en utilisant une technologie de pointe. La conception et la fabrication assistées par ordinateur (CAO/FAO) et la fabrication intégrée par ordinateur (FIO) nécessitent des investissements accrus. Cela peut causer des difficultés à certaines entreprises canadiennes, mais il s'agit d'une étape logique vers une productivité accrue.

Évolution du milieu

En partie à cause d'une diminution du nombre de mises en chantier d'immeubles commerciaux, institutionnels et industriels, tant au Canada qu'aux États-Unis, on s'attend à ce que la demande de mobilier de bureau sur les marchés traditionnels subisse une baisse par rapport aux dernières années. Toutefois, la croissance des secteurs des services, qui emploient une forte proportion de cols blancs, devrait se poursuivre au début des années 1990, et contribuer à soutenir la demande. En outre, l'utilisation croissante des meubles en système devrait stimuler les ventes, au fur et à mesure que les meubles classiques sont remplacés et que les locaux existants sont réaménagés et meublés à neuf. Le marché canadien devrait suivre le marché américain à cet égard. Toutefois, malgré une hausse du chiffre d'affaires en dollars courants, on s'attend à ce que la croissance réelle du marché (en dollars constants de 1981) soit plus lente que celle observée pendant les années 1970 et 1980.

Les meubles en système continueront vraisemblablement à accroître leur part du marché, car de plus en plus de travailleurs de bureau partagent des locaux qui étaient autrefois meublés d'éléments de mobilier spécialisés ou traditionnels. Les progrès dans le design des meubles en système, offrant flexibilité, adaptabilité et intimité, permettront à ceux-ci d'occuper une part croissante du marché. Les gros fabricants de systèmes, au lieu d'enrichir et d'améliorer leurs gammes de produits, auront tendance à concevoir et à commercialiser de nouveaux systèmes, comme le font les fabricants d'ordinateurs et d'autre matériel électronique.

L'utilisation du bois pour la fabrication de pupitres, de bahuts et de tables de réunion conçus pour les cadres et les cabinets de professionnels, est à la hausse. De tout temps, le bois constitue le matériau de choix pour les meubles destinés aux cadres supérieurs. Mais son utilisation s'étend maintenant à tous les échelons de la hiérarchie. Les pupitres destinés aux usages courants sont généralement construits en métal, leur surface, recouverte de stratifié, et les bordures, de bois ou de plastique.

L'adjonction de l'ordinateur à toutes les fonctions du travail de bureau a créé le marché des meubles pour ordinateurs. Ce mobilier dit « ergonomique » peut être entièrement adapté aux besoins particuliers de l'utilisateur, qu'il s'agisse de la hauteur de la surface de travail et des tablettes, ou de la hauteur et de l'inclinaison du clavier. Les meubles pour appareils électroniques doivent pouvoir accueillir un micro-ordinateur, un écran, un clavier, une imprimante, des bacs et des fentes pour le papier en continu, et offrir en plus une surface de travail et de l'espace de rangement pour le papier. Compte tenu des dimensions extrêmement variables des divers appareils électroniques, les fabricants de meubles se doivent d'entretenir des relations étroites avec les constructeurs et les utilisateurs d'appareils de bureautique. Les fabricants peuvent ainsi suivre de près l'évolution du marché et recueillir des données précieuses pour la conception et la commercialisation de leurs produits. La compétitivité de l'industrie canadienne sur le marché intérieur et sur les marchés d'exportation continuera de dépendre de son aptitude à établir des relations fécondes avec les fabricants de produits de bureautique et les utilisateurs. Par contre, le nouveau matériel bureautique est de moins en moins bruyant, et le marché des couvercles insonorisants a rétréci en conséquence.

L'arrivée des ordinateurs dans les foyers a créé un marché, important et en plein essor, de meubles conçus pour ces appareils. Il s'agit la plupart du temps de meubles bon marché et prêts-à-assembler, dont une bonne partie se trouve également sur le marché commercial.

Les fabricants canadiens de meubles de bureau jouissaient d'un accès assez facile au marché américain avant l'entrée en vigueur, le 1er janvier 1989, des dispositions de l'ALE libéralisant le commerce entre les deux pays. Les ventes de meubles canadiens aux États-Unis étaient fondées sur leur design, sur la qualité de leur fabrication et sur le service aux clients. En faisant valoir ces aspects de ses produits et en participant aux salons du meuble de bureau tenus aux États-Unis ou en prenant part aux missions commerciales, l'industrie

canadienne a réussi à acquérir pour ses produits une réputation de fiabilité et de qualité. L'ALE devrait aider à consolider la pénétration des meubles canadiens de qualité sur le marché américain. Il devrait également inciter les fabricants canadiens à s'engager plus avant sur ce marché, et encourager de nouveaux exportateurs à s'y lancer. Les ventes au secteur public américain représentent en outre des débouchés intéressants, puisque l'ALE permet aux fabricants canadiens de participer aux appels d'offre concernant un nombre accru de produits achetés par le gouvernement américain.

Les fabricants américains n'ont eu à procéder qu'à des réorganisations mineures pour profiter des débouchés résultant de l'ouverture du marché canadien fournie par l'ALE. Certains fabricants canadiens ont étendu leur exploitation ou ont ouvert de nouvelles usines aux États-Unis, et ils y exportent des composantes et des demi-produits, afin de tirer davantage parti des débouchés offerts par le marché américain. À mesure que le marché américain sortira de la récession, les entreprises pourront profiter des autres avantages offerts par l'ALE.

La concurrence de plus en plus vive des fabricants américains pousse les entreprises canadiennes à adopter des techniques de fabrication de pointe qui leur permettent d'automatiser davantage leurs procédés, sans pour autant renoncer à leurs méthodes de production flexibles grâce auxquelles ils sont en mesure de s'adapter aux besoins particuliers de leurs clients en matière de design et de quantité. Les entreprises canadiennes devraient, grâce à une productivité accrue, devenir plus concurrentielles à long terme.

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 commande diminuer, les entreprises du secteur des meubles de bureau 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. On s'attend toutefois à ce que l'industrie connaisse, au cours des prochaines années, un rythme de croissance plus lent qu'au cours des dernières années, qui ont été marquées par une activité intense dans le secteur de la construction commerciale. Néanmoins, tous les secteurs de l'industrie devraient continuer de croître, à des rythmes divers et avec une rentabilité plus ou moins grande.

Évaluation de la compétitivité

Au plan de la compétitivité, l'industrie canadienne du mobilier de bureau est en train d'effectuer la transition entre un petit marché intérieur et le vaste marché nord-américain. Les dimensions gigantesques des plus grandes usines américaines, ainsi que l'énorme marché au cœur duquel elles sont implantées, donnent à l'industrie de ce pays une belle occasion d'accroître sa part de marché et de réaliser ainsi des économies d'échelle supplémentaires. Nombre de fabricants canadiens devront encore se tailler des marchés nord-américains s'ils veulent profiter d'économies d'échelle.

Les marchés d'exportation vers les États-Unis offrent des débouchés aux entreprises dont la réputation est bien établie et à celles qui ont réussi à se tailler leur propre créneau. En même temps, la concurrence accrue sur le marché canadien oblige les fabricants d'ici à accroître leur productivité, s'ils veulent être en mesure de soutenir la concurrence des importations américaines.

Pour être concurrentiels, les fabricants canadiens devront se hausser au niveau des meilleurs utilisateurs du monde des techniques de fabrication flexible. Pour relever le défi de la concurrence et améliorer à long terme la compétitivité de l'industrie, ils devront être dynamiques et se doter de moyens de production hautement performants, afin de pouvoir mettre sur le marché rapidement, efficacement et de façon rentable, des produits fiables et de qualité.

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

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Meubles de bureau
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3094
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	145	172	168	168	188	182	191	194
Emploi	7 768	7 583	8 795	10 498	11 369	12 915	12 996	12 544
Expéditions (millions de $)	517,1	550,3	700,6	845,6	1 013,5	1 107,0	1 110,1	1 180,4
PIB[b] (millions de $ constants de 1981)	200,0	228,8	259,4	304,9	333,9	376,8	402,7	406,2
Investissements[c] (millions de $)	11,5	3,9	9,7	33,4	28,8	27,7	34,9	22,0
Bénéfices après impôts[d] (millions de $)	13,5	-1,8	27,7	28,6	31,5	17,7	n.d.	n.d.
(% des revenus)	3,0	-0,5	4,2	4,4	4,6	2,4	n.d.	n.d.

[a]Pour les établissements, l'emploi et les expéditions, voir *Industries du meuble et des articles d'ameublement*, nº 35-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 2641 (Industrie des meubles de bureau en métal) et 2649 (Autres industries de meubles de bureau).

[b]Voir *Produit intérieur brut par industrie*, nº 15-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[c]Voir *Dépenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, nº 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

[d]Voir *Statistique financière des sociétés*, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988[a]	1989[a]
Exportations[b] (millions de $)	166,3	203,9	270,9	300,4	360,6	356,9	347,8	319,4
Expéditions intérieures (millions de $)	350,8	346,4	429,7	545,2	652,9	750,1	762,3	861,0
Importations[c] (millions de $)	24,4	25,4	33,7	37,4	38,6	46,9	86,0	134,0
Marché canadien (millions de $)	375,2	371,8	463,4	582,6	691,5	797,0	848,3	995,0
Exportations (% des expéditions)	32,2	37,1	38,7	35,5	35,6	32,2	31,3	27,1
Importations (% du marché canadien)	6,5	6,8	7,3	6,4	5,6	5,9	10,1	13,5

[a]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.

[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	87	82	73	68	66	67	77
Europe	12	15	24	27	28	24	16
Asie	1	2	2	5	6	9	7
Autres	–	1	1	–	–	–	–

[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	93	95	95	95	94	97
Europe	1	–	–	3	3	2	2
Asie	–	1	1	–	–	–	–
Autres	4	6	4	2	2	4	1

[a]Voir *Exportations par marchandise*, 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[b] (% du total)	< 0,5	28	54	12	6
Emploi (% du total)	X	24	65	X	X
Expéditions (% du total)	X	23	70	X	X

[a]Voir *Industries du meuble et des articles d'ameublement*, nº 35-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

[b]Ces nombres ont été arrondis.

X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Artopex Inc.	Canada	Laval (Québec) Montréal (Québec) Toronto (Ontario)
Global Upholstery Co. Inc.	Canada	Downsview (Ontario)
Joyce Furniture Inc.	États-Unis	Laval (Québec) Scarborough (Ontario)
Steelcase Canada Ltd.	États-Unis	Markham (Ontario)
Westinghouse Canada Inc.	États-Unis	Montréal (Québec) Toronto (Ontario)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

L'Association des manufacturiers de meubles commerciaux
et institutionnels du Canada (AMMCIC)
1, rue Yonge, bureau 1400
TORONTO (Ontario)
M5E 1J9
Tél. : (416) 363-7261
Télécopieur : (416) 363-3779

L'Association des manufacturiers canadiens (AMC)
1, rue Yonge, bureau 1400
TORONTO (Ontario)
M5E 1J9
Tél. : (416) 363-7261
Télécopieur : (416) 363-3779

Association canadienne des produits de bureau (ACPB)
1243, avenue Islington, bureau 911
TORONTO (Ontario)
M8X 1Y9
Tél. : (416) 239-2737
Télécopieur : (416) 239-1553
Télécopieur sans frais : 1-800-267-7524

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.