Produits de plomberie

PROFIL DE L'INDUSTRIE

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

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
108474

Centres de services aux entreprises et Centres de commerce international

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC), et Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à la clientèle de se renseigner sur les services, les programmes et les compétences relevant de ces deux ministères. Pour obtenir plus de renseignements, s'adresser à l'un des bureaux énumérés 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

Place Assomption
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-2384

Québec

800, Tour de la place Victoria,
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185
1-800-361-5367
Télécopieur : (514) 283-3302

Saskatchewan

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

Alberta

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

510, 5e Rue sud-ouest

Yukon

300, rue Main, bureau 210
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 2B5
Tél. : (403) 667-3921
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 d'AECEC

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

Demandes de publica

Pour obtenir une publication d'ISTC
proche. Pour en obtenir plusieurs exe

entre de commerce international le plus

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

EC :

Télécopieur : (613) 952-9620

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

Canada

17P

(V.8.93.01)

HD9505/.C3/I5/1990-91
Canada. Industry, Science
Industry profile.
BFGJ P16 c.2

1990–1991

PRODUITS DE PLOMBERIE

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 des produits de plomberie regroupe les fabricants d'un large éventail de produits, destinés surtout à des immeubles résidentiels (dans les secteurs de la construction et de la rénovation), de même qu'à des bâtiments commerciaux, institutionnels et industriels. Les produits se répartissent en cinq sous-secteurs : les appareils sanitaires en acrylique et en fibre de verre; les appareils en porcelaine vitrifiée; les robinets; les appareils sanitaires en matériaux autres que l'acrylique ou la porcelaine vitrifiée; et une vaste gamme de produits divers de plomberie, comme les lunettes, les portes de douche, les drains de plancher et de toiture, les fontaines décoratives, les purificateurs d'eau et les pièces de rechange.

Ce profil ne traite pas de la tuyauterie, des tubes ni des raccords; il en sera plutôt question dans les profils correspondant au matériau dont ils sont constitués — voir les profils intitulés *Fonderies de fonte et d'acier, Produits semi-ouvrés des métaux non ferreux* et *Produits de plastique.* Le profil intitulé *Matériel de chauffage* traite des chauffe-eau domestiques.

En 1990, l'industrie des produits de plomberie comptait 121 établissements, situés principalement en Ontario et au Québec, et employait quelque 8 900 personnes. La figure 1 présente la répartition des emplois parmi les cinq sous-secteurs.

Le classement des entreprises de l'industrie des produits de plomberie, selon le nombre d'employés, met en évidence, au sommet de la liste, trois très grands fabricants qui emploient chacun plus de 1 000 personnes. Emco, détenue à plus de 50 % par des intérêts canadiens, est la plus importante entreprise. Suivent, en deuxième et en troisième place, Crane et American-Standard, appartenant toutes deux à des intérêts américains. Ensemble, ces trois fabricants exploitent 11 usines

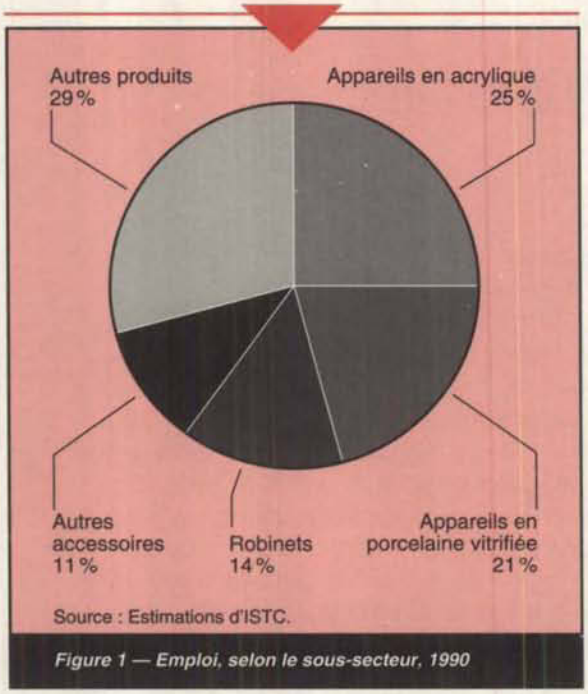


Figure 1 — Emploi, selon le sous-secteur, 1990

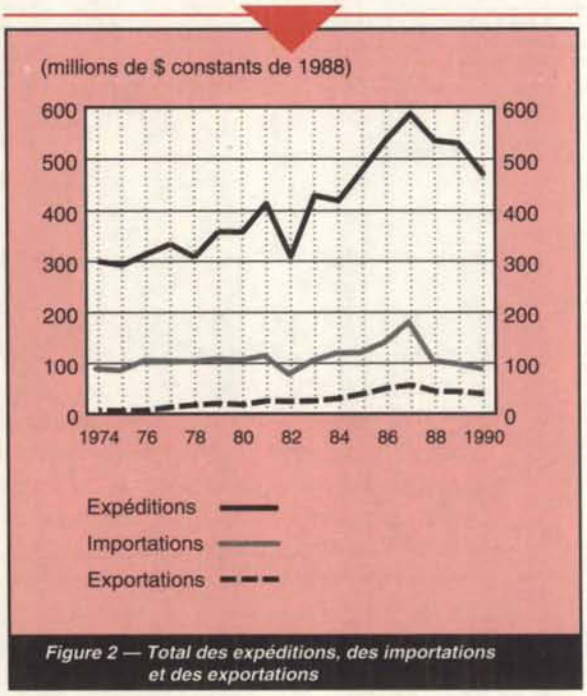


Figure 2 — Total des expéditions, des importations et des exportations

au Canada, et emploient quelque 35 % de la main-d'œuvre de l'industrie. Par ailleurs, six grandes entreprises comptent chacune de 100 à 1 000 employés, environ 50 entreprises de moyenne envergure emploient chacune de 20 à 99 personnes, et quelque 50 petites entreprises ont un effectif inférieur à 20 employés.

Un nombre important d'entreprises canadiennes de produits de plomberie appartient à des intérêts étrangers. Vingt-trois filiales de sociétés étrangères (21 américaines et 2 européennes) emploient 45 % de la main-d'œuvre de l'industrie et exploitent 40 usines de moyenne et de grande envergure, réparties dans l'ensemble du pays. Un bon nombre de ces filiales maintenant établies au Canada ont été créées, il y a plusieurs années, par des sociétés désireuses de soustraire leurs produits à de lourds tarifs à l'importation, et de fabriquer sur place, pour le marché canadien, des produits semblables à ceux faits par leur société mère.

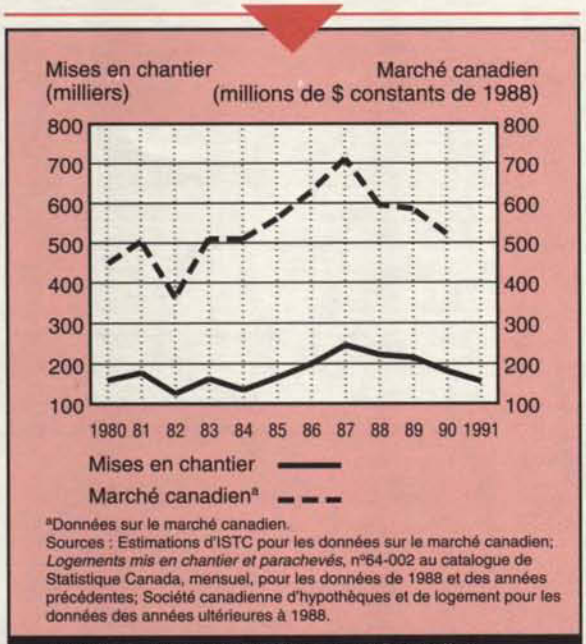
En 1990, la valeur des expéditions de cette industrie s'élevait à 538 millions de dollars. Les exportations se chiffraient à près de 44 millions de dollars, et les importations à près de 101 millions. Le marché canadien était évalué à 595 millions de dollars; environ le sixième était constitué d'importations, surtout en provenance des États-Unis. La figure 2 illustre la croissance réelle des expéditions, des importations et des exportations, en dollars constants de 1988.

L'industrie canadienne des produits de plomberie achète un large éventail de matières premières, de pièces et de composants. Mentionnons notamment l'argile à céramique, les résines plastiques, la fibre de verre, les feuilles d'acrylique, les tôles d'acier, le cuivre et le laiton, ainsi que divers accessoires et composants comme des pompes, et des rondelles et des joints d'étanchéité. La plupart de ces produits proviennent de fournisseurs canadiens.

La plupart des fabricants canadiens vendent leurs produits sur le marché intérieur, notamment à des grossistes, qui les distribuent à leur tour à des détaillants et à des entrepreneurs. La plupart de ces produits sont installés par des plombiers et des entrepreneurs. Quelques produits sont installés par les consommateurs eux-mêmes, qui les achètent dans des quincailleries et des chaînes de magasins spécialisés dans la rénovation domiciliaire.

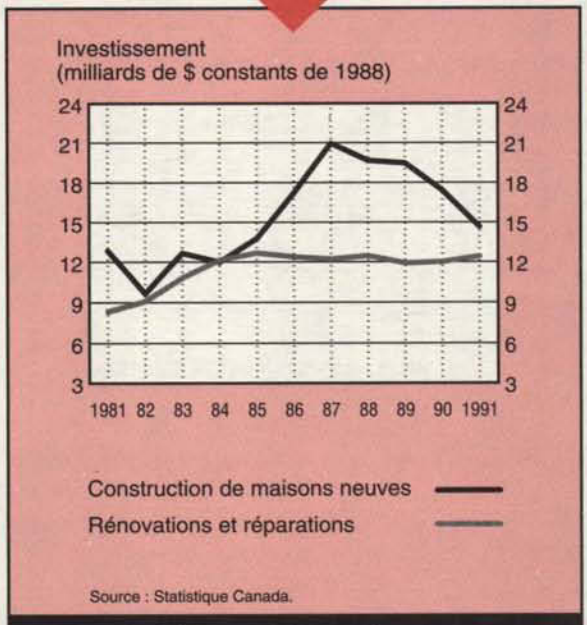
Les marchés de la construction et de la rénovation domiciliaires exigent du fournisseur qu'il se plie à la grande variété des goûts des consommateurs. Afin d'offrir une gamme complète de produits, la plupart des grandes entreprises fabriquent un large éventail d'articles, répartis dans plusieurs catégories de prix. Pour leur part, les petits fabricants ont tendance à se spécialiser dans des créneaux précis tels les appareils en acrylique pour salle de bains, les lunettes, les drains de plancher et les éviers en acier inoxydable. Les fabricants canadiens de produits spéciaux et de produits courants se sont adaptés rapidement à l'évolution de la demande.

Les fabricants canadiens d'appareils sanitaires en porcelaine vitrifiée, d'accessoires de salle de bains et de robinets en métal exploitent les usines les plus anciennes. Par contre,



[a]Données sur le marché canadien.
Sources : Estimations d'ISTC pour les données sur le marché canadien; *Logements mis en chantier et parachevés*, n°64-002 au catalogue de Statistique Canada, mensuel, pour les données de 1988 et des années précédentes; Société canadienne d'hypothèques et de logement pour les données des années ultérieures à 1988.

Figure 3 — Mises en chantier, marché canadien et produits de plomberie



Source : Statistique Canada.

Figure 4 — Dépenses relatives aux logements

les fabricants d'appareils sanitaires en acrylique, qui connaissent depuis peu la faveur populaire, ont tendance à posséder des usines plus modernes. Dans la plupart des cas, les usines canadiennes, à l'exception de celles qui fabriquent des produits en acrylique, sont plus petites que les installations américaines et étrangères correspondantes qui exportent leurs produits au Canada.

Les importations se regroupent en trois grandes catégories : les produits importés par les entreprises de fabrication multinationales et les grossistes de grande envergure qui visent à compléter leur éventail de produits; les articles haut de gamme, comme les éviers et les robinets européens; et les appareils en porcelaine vitrifiée, les lunettes et les robinets de laiton fabriqués par les pays nouvellement industrialisés (PNI). La plupart des exportateurs canadiens sont des entreprises de moyenne envergure fabriquant des produits spéciaux ou destinés à des marchés spécialisés, comme des appareils en acrylique, des éviers et des robinets en acier inoxydable, ainsi que des drains de plancher et de toiture.

Rendement

La demande de produits de plomberie est très cyclique; elle est fortement tributaire de l'activité dans les domaines de la construction de maisons neuves et de la rénovation domiciliaire. Ces deux marchés comptent pour 70 % de la demande des produits de plomberie. La demande dépend également, mais dans une mesure beaucoup moindre, de l'activité dans le secteur de la construction de bâtiments commerciaux, industriels et institutionnels. La figure 3 illustre le rapport entre le nombre de mises en chantier de logements et la valeur, en dollars réels, des produits de plomberie au sein du marché canadien.

La décennie 1980, en particulier les années suivant la récession de 1981-1982, a été très difficile pour les fabricants de produits de plomberie. En 1982, par exemple, on enregistrait moins de 130 000 mises en chantier de logements. Par contre, l'année 1987 a été la plus active : 246 000 mises en chantier, soit le nombre le plus élevé depuis 1976. De 1984 à 1987, la progression du nombre de mises en chantier s'est traduite par une croissance moyenne réelle de 11,8 % par année (mesurée en dollars constants de 1988) de l'ensemble du marché canadien des produits de plomberie. En 1987, le marché canadien atteignait 712 millions (en dollars constants de 1988). Au cours de ces trois années, les expéditions intérieures de produits de fabrication canadienne ont augmenté à un taux annuel réel de 10,8 %, et s'établissait, en 1987, à 531 millions (en dollars constants de 1988). En 1988, le nombre de mises en chantier diminuait de 9 %. Au cours de cette même année, Statistique Canada a adopté un nouveau système de classification des statistiques commerciales, ce qui a entraîné une forte révision à la baisse des données sur les importations. L'adoption de ce nouveau système de classification a produit un recul apparent d'environ 16 % (en chiffres réels) du marché canadien des produits de plomberie, de 1987 à 1988.

L'autre facteur déterminant de la demande de produits de plomberie est le degré d'activité dans le secteur de la rénovation domiciliaire. De 1984 à 1991, les sommes consacrées chaque année aux améliorations domiciliaires (réparations et rénovations) se sont élevées à quelque 12 milliards de dollars. En chiffres réels, ce montant était supérieur ou presque égal aux sommes consacrées aux nouvelles constructions en 1982, en 1984 et en 1991 (figure 4), années où les mises en chantier ont été relativement peu nombreuses. Les fabricants offrent une gamme de produits beaucoup plus vaste au marché de la rénovation domiciliaire qu'à celui de la construction de maisons neuves. Les fabricants portent une grande attention à un design de qualité supérieure, aux couleurs et à la facilité d'installation.

Les fabricants canadiens ont dû élargir leurs gammes de produits pour salle de bains, cuisine et buanderie, afin de s'adapter à l'évolution marquée de l'architecture des maisons et du mode de vie des Canadiens au cours des trente dernières années. L'éventail des matériaux utilisés pour la fabrication de ces produits a également augmenté au cours de cette période, à mesure que s'accentuait la fonction décorative de ces produits.

Avant 1970, la grande majorité des maisons canadiennes ne comportait qu'une salle de bains, pourvue d'une baignoire en acier émaillé, d'un cabinet en porcelaine vitrifiée et d'un lavabo en céramique ou en acier émaillé. À ce moment, et encore aujourd'hui, la fabrication d'accessoires de salle de bains au moyen des matériaux précités exigeait de lourds investissements en matériel de production. Mais le marché des appareils sanitaires a commencé à se transformer au début des années 1970, avec l'arrivée des baignoires et des cabines de douche en acrylique revêtues d'un enduit gélifié. Dès la fin des années 1970 et au début des années 1980, les baignoires en acrylique étaient en demande et les bains tourbillons en acrylique gagnaient également en popularité. En même temps, les lavabos faits de matériaux autres que la porcelaine vitrifiée ou l'acier émaillé étaient lancés : le consommateur avait désormais le choix entre le similimarbre, l'acrylique, les enduits gélifiés, les produits de revêtement massifs ou les matériaux composites de granite et de résine. De tels lavabos sont maintenant fabriqués par un grand nombre de petites et moyennes entreprises canadiennes. La salle de bains, la cuisine et la buanderie sont aujourd'hui des pièces qu'il est possible de décorer selon ses goûts, grâce à la vaste gamme de couleurs, de modèles et de matériaux offerts par les fabricants canadiens d'appareils sanitaires.

La mode en matière d'habitation a également évolué au cours de la décennie se terminant en 1988. Ainsi, la proportion des ménages disposant de plus d'une salle de bains complète a constamment augmenté, passant de 16 à 24 % de 1979 à 1988. En 1979, seulement 27 % des ménages possédaient plus d'un cabinet; en 1988, environ 39 % des maisons en avaient plus d'un et 25 % d'entre elles en avaient plus de deux. Dans un bon nombre de cas, ces cabinets supplémentaires étaient installés dans des demi-salles de bains. Au cours des années 1980 est née la mode des cabines de douche. De nouveaux produits ont connu une popularité croissante, comme les robinets de couleur ou ceux à monocommande, les robinets sans rondelle d'étanchéité, les pommes de douche à main, les bains tourbillons en acrylique, et les bacs à lessive de fantaisie. Même l'évier de cuisine, traditionnellement fabriqué en acier émail-porcelaine ou en acier inoxydable, est maintenant fabriqué au Canada à partir de matériaux de pointe. Certains fabricants ont aussi commencé à produire des bidets, appareils de plus en plus courants dans les salles de bains canadiennes.

En 1987, année où le nombre de mises en chantier de logements atteignait 246 000, l'industrie canadienne des produits de plomberie marchait à plein régime. Incapables de répondre à la demande, les fabricants et les grossistes canadiens ont décidé de recourir aux importations, surtout en provenance des États-Unis, pour combler leurs besoins. Ainsi, en 1987, les importations atteignaient le chiffre record de 170 millions de dollars; elles ont ensuite diminué au rythme de la demande, et se sont établies à 101 millions en 1990.

À part le déclin amorcé en 1988, la pénétration du marché canadien par les importations a peu fluctué à long terme : celles-ci ont représenté de 20 à 25 % du marché pendant toute la décennie ayant pris fin en 1988. À l'heure actuelle, plus de 60 % des importations sont constituées de robinets et d'accessoires de plomberie en laiton. Viennent ensuite les cuvettes et les réservoirs de cabinets, qui comptent pour 10 % de toutes les importations de produits de plomberie.

Les produits de plomberie sont aussi en demande dans le secteur des immeubles commerciaux, industriels et institutionnels. L'essor considérable des industries de services au Canada, pendant les années 1970 et 1980, a donné lieu à une prolifération des tours à bureaux et des parcs industriels. Toute cette construction a créé une demande pour des appareils sanitaires de qualité supérieure à ceux qu'on fabriquait jusque-là dans les usines plus anciennes. Ainsi les grandes entreprises canadiennes fabriquent des produits de modèle différent pour ce créneau, et plusieurs petites sociétés manufacturent aussi des produits conçus en fonction de celui-ci.

Pendant presque toutes les années 1970 et 1980, les fabricants canadiens de produits de plomberie approvisionnaient plus de 75 % du marché intérieur. De 1983 à 1988, la valeur des exportations a augmenté de 14,1 % par année, atteignant 56 millions de dollars (constants de 1988) en 1987, ce qui représentait environ 10 % des expéditions. Toujours en 1987, les importations se chiffraient à quelque 181 millions de dollars, soit environ 25 % du marché canadien, évalué à

quelque 712 millions. De 1973 à 1988, le taux annuel moyen réel de croissance des importations a été de 2,8 %. Mais les exportations ainsi que les importations ont fléchi chaque année par la suite. Ainsi, de 1988 à 1990, les importations ne constituaient plus que 17 % environ du marché canadien, tandis que les exportations comptaient pour seulement 8,2 % des expéditions.

Comparativement au sommet de 1987, les expéditions ont décliné en 1990, passant de 587 à 472 millions de dollars (constants de 1988), et les marchés d'exportation se sont repliés, leur valeur passant de 56 à 39 millions. Les importations ont fortement régressé, passant de 181 millions de dollars en 1987 à 89 millions en 1990, conséquence de la baisse du marché intérieur qui est passé pendant cette période de 712 à 522 millions.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Quatre grossistes dominent la vente des produits de plomberie au Canada : Crane, Emco, Ideal et Westburne. Au cours de la dernière décennie, ces importants grossistes ont racheté de nombreuses petites sociétés indépendantes; les autres ont formé des groupes d'achat afin de tirer avantage des rabais liés aux achats en grande quantité. Les grossistes canadiens sont organisés de manière à couvrir l'ensemble du pays. Par comparaison, la plupart des grossistes américains sont beaucoup plus petits, et doivent faire face à un grand nombre de concurrents sur chaque marché régional. Les fabricants canadiens ont donc un accès relativement plus facile à un marché beaucoup plus vaste. Par ailleurs, ils sont plus dépendants de la fidélité des grossistes à leur égard qu'ils ne le seraient s'ils écoulaient leurs produits sur le marché américain.

Seules dix entreprises canadiennes fabriquent des appareils sanitaires et des robinets en porcelaine vitrifiée, surtout en raison des frais de démarrage élevés. Les changements de modèles sont également coûteux, car ils nécessitent de nouvelles matrices et de nouveaux moules, ainsi que de longues heures de travail de la part d'ouvriers et de techniciens spécialisés. Sur le marché intérieur, ces entreprises sont concurrentielles dans le domaine des produits de grande série. Mais les importations leur livrent une vive concurrence, notamment dans le secteur de la rénovation, où les consommateurs exigent une grande variété d'appareils sanitaires et de robinets décoratifs.

Par ailleurs, plus de 30 sociétés canadiennes fabriquent des appareils sanitaires en acrylique, notamment des baignoires, des cabines de douche et des bains tourbillons. Ces fabricants, qui font face à peu de concurrence étrangère, approvisionnent les marchés régionaux, car leurs frais de démarrage sont faibles et leurs coûts de transport élevés; toutefois, une demi-douzaine de fabricants canadiens approvisionnent l'ensemble du pays à partir d'usines situées dans une seule province. Ces fabricants compensent les coûts élevés associés au transport de ces appareils légers mais volumineux en ajoutant à leurs chargements des produits de plomberie plus lourds et de plus grande valeur.

Facteurs liés au commerce

Les États-Unis sont le principal partenaire commercial du Canada dans le secteur des produits de plomberie. En 1990, quelque 92,4 % des exportations canadiennes étaient destinées à notre voisin du Sud. Parmi les autres destinataires des exportations canadiennes, mentionnons la Communauté européenne (CE) (3,8 %), l'Asie (1,6 %) et les autres pays (2,2 %). Cette même année, 75,2 % des importations canadiennes provenaient des États-Unis, 11,2 % de la CE, 6,5 % de l'Asie et 7 % de divers autres pays.

En 1992, presque tous les produits de plomberie importés des États-Unis étaient sujets à des droits d'environ 6,8 %. Les dispositions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), en vigueur depuis le 1er janvier 1989, prévoient la diminution, en dix étapes annuelles égales, de la plupart des droits imposés sur ces produits, et leur élimination complète le 1er janvier 1998. Les robinets de fabrication américaine font toutefois exception; en 1992, ils étaient soumis à des droits de 2 % seulement et, conformément à un programme de suppression des tarifs, réalisé en cinq étapes annuelles égales, ils ont été abolis le 1er janvier 1993.

L'élimination des tarifs en dix étapes annuelles donne suffisamment de temps à la plupart des fabricants canadiens de produits de plomberie pour adapter leurs activités de production à la concurrence accrue qui accompagnera la libéralisation des marchés. Quant aux fabricants canadiens de robinets, ils ont modernisé leurs installations et leurs procédés de production à un rythme beaucoup plus rapide, en prévision de l'élimination des tarifs sur ces produits en cinq étapes annuelles.

Environ le quart des importations canadiennes de produits de plomberie proviennent de pays autres que les États-Unis. Les importations en provenance d'un pays jouissant du statut de nation la plus favorisée (NPF), comme les pays membres de la CE ou le Japon, sont soumis à des droits d'environ 11 %. Les produits comparables importés de pays en voie d'industrialisation, notamment du Mexique, sont soumis à un Tarif de préférence général (TPG) de l'ordre de zéro à 7,5 %.

Le tableau 1 donne un aperçu des droits perçus en 1992 sur certains produits de plomberie importés. Comme les trois-quarts des importations proviennent des États-Unis,

Tableau 1 — Tarifs canadiens sur certains produits de plomberie, 1992

(%)

	ALE	NPF	TPG
Appareils en porcelaine vitrifiée	7,6	11,4	0 à 7,5
Appareils en acrylique	7,6	11,4	7,5
Appareils en métal	6,1 à 7,6	10,2 à 11,4	5,0
Robinets	2,0	9,2	6,5

Source : Revenu Canada, Douanes et Accise.

Tableau 2 — Tarifs imposés sur les produits de plomberie fabriqués au Canada et exportés à l'étranger, 1992

(%)

	États-Unis	Mexique	CE	Japon
Appareils en porcelaine vitrifiée	4,3	20	10	franchise
Appareils en acrylique	3,8	20	8,4	5,8
Appareils en métal	1,8 à 2,3	15 à 20	5,3 à 7	0 à 4,6
Robinets	0,8	15	4,6	franchise

Source : Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

les tarifs, dont les répercussions sont les plus importantes sur les fabricants canadiens, sont ceux qui s'appliquent aux produits fabriqués aux États-Unis.

Le 12 août 1992, le Canada, le Mexique et les États-Unis s'entendaient sur un Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Lorsqu'il aura été ratifié par chacun des trois pays, cet accord entrera en vigueur le 1er janvier 1994. L'ALENA permettra d'abolir graduellement les tarifs sur les exportations canadiennes destinées au Mexique. La majorité d'entre eux seront éliminés en dix ans, les autres en quinze ans. L'ALENA abolira également la plupart des conditions d'octroi de licences d'importations mexicaines et élargira l'accès aux principaux marchés publics du gouvernement mexicain. Il rendra les procédures douanières plus rationnelles, plus précises et moins sujettes à une interprétation unilatérale. Enfin, la politique du Mexique en matière d'investissements sera libéralisée, ce qui ouvrira la porte aux investisseurs canadiens.

Des articles supplémentaires de l'ALENA libéraliseront le commerce dans des domaines comme le transport par voie de terre et d'autres secteurs de services. L'ALENA est le premier accord commercial comportant des dispositions visant la protection des droits à la propriété intellectuelle. Il clarifie aussi les règlements touchant le contenu nord-américain et empêche les responsables américains et canadiens des règlements en matière d'énergie de briser leurs contrats. L'entente améliore les mécanismes de règlement des différends contenus dans l'ALE et réduit le recours aux normes en tant qu'obstacles au commerce. L'ALENA prolonge de deux ans l'utilisation des régimes de remboursement à l'exportation des droits d'entrée, reportant à 1996 la date d'élimination prévue par l'ALE. Ce régime fera ensuite place à un système de remboursement permanent.

Le Canada exporte moins du dixième de sa production de produits de plomberie; en 1990, plus de 92,4 % de ces exportations étaient destinés aux États-Unis. À l'entrée dans ce pays, la plupart de ces produits sont soumis à un tarif de 2 à 5 % (tarif NPF), à l'exception des robinets fabriqués au Canada, sur lesquels l'ALE prévoit l'imposition de droits de 0,8 % seulement. Comme dans le cas des exportations vers le Canada, l'ALE a éliminé tout droit sur ces robinets depuis le 1er janvier 1993. Sur presque tous les autres produits de plomberie fabriqués au Canada, les droits seront abolis à compter du 1er janvier 1998. Le tableau 2 indique les tarifs imposés en 1992 sur les produits de plomberie fabriqués au Canada et exportés vers les marchés étrangers.

Les produits fabriqués par l'industrie canadienne des produits de plomberie sont conformes aux normes de l'Association canadienne de normalisation (CSA) et aux autres codes nationaux du bâtiment et des incendies. Les États-Unis comptent toutefois plusieurs organismes possédant chacun leur code de normalisation dans le domaine des produits de plomberie. En conséquence, tout comme leurs concurrents américains, les fabricants canadiens, ainsi que tous les exportateurs désirant pénétrer sur le marché américain, doivent soumettre leurs produits aux essais et obtenir les approbations exigées par les organismes de normalisation reconnus dans chaque région visée.

Avant 1991, les normes nationales des États-Unis et du Canada divergeaient en ce qui a trait au débit des robinets. Pour que chacun puisse avoir accès au marché de l'autre, les fabricants canadiens et américains devaient s'adapter à ces divergences en ajoutant des modèles à leurs gammes respectives de produits. Cependant, par suite de l'harmonisation, en 1991, des normes de la CSA avec celles du U.S. Underwriters Laboratory, la plupart des robinets fabriqués aux États-Unis sont maintenant conformes aux exigences canadiennes. Quant aux robinets de fabrication canadienne conformes aux anciennes normes de la CSA, ils satisfont toujours aux exigences américaines, à l'exception des robinets économiseurs d'eau, dont la conception devra être revue. Les nouvelles normes de la CSA obligent donc les fabricants canadiens de robinets à rééquiper plusieurs de leurs chaînes de fabrication pour pouvoir continuer à alimenter à la fois le marché canadien et le marché américain, alors que les fabricants américains peuvent maintenant

vendre leurs produits sur le marché canadien sans avoir à assumer de frais de rééquipement.

Le commerce de produits de plomberie entre le Canada et l'Europe est très peu développé. Outre des tarifs relativement élevés, les barrières non douanières, notamment les normes, font obstacle à ces échanges. Les entreprises européennes n'approvisionnent que le vingtième environ du marché canadien, et les fabricants canadiens manifestent peu d'intérêt à l'égard du marché européen, morcelé par une foule de normes nationales. Avant 1980, les fabricants canadiens exportaient rarement plus de 0,5 % de leur production totale vers l'Europe. Cependant, des négociations ont été entreprises en vue d'établir une norme commune pour l'ensemble des produits de plomberie européens, en prévision de l'unification économique de la CE (Europe 1992). Quelques fabricants canadiens ont entrepris des travaux de mise au point et de rééquipement en prévision de ces nouvelles normes.

Facteurs technologiques

Le niveau de la technologie de production varie grandement d'un sous-secteur à l'autre de cette industrie.

La technologie utilisée pour fabriquer des baignoires, des éviers, des cabines de douche et des bains tourbillons en acrylique est relativement peu coûteuse et facile à obtenir. Le coût peu élevé du matériel nécessaire à la production est l'un des facteurs expliquant le grand nombre d'entreprises canadiennes productrices de baignoires en acrylique. Lorsque l'activité de mise en chantier de logements est intense, le nombre d'entreprises augmente dans ce sous-secteur. Mais chaque fois que l'activité ralentit, la concurrence s'intensifie, et bon nombre de fabricants sont forcés de fermer leurs usines.

Les quelques fabricants canadiens d'appareils sanitaires en porcelaine vitrifiée utilisent des procédés de production alliant des machines simples à des techniques de fabrication de pointe. Par exemple, les fabricants européens ont accompli ces dernières années des progrès importants dans les techniques de moulage de la céramique. De plus, la nouvelle technologie utilisée pour les fours a considérablement réduit la consommation de combustible, principalement de gaz naturel. Bien qu'elles soient plus coûteuses, les nouvelles techniques ont réduit radicalement les délais de production et les frais de démarrage; un réservoir de cabinet peut maintenant être coulé, émaillé et cuit en huit heures, comparativement à six jours selon l'ancienne méthode. Certaines usines canadiennes et américaines adoptent progressivement ces nouvelles techniques, cherchant ainsi à réduire leurs coûts de production unitaires et à demeurer compétitifs.

Afin de préserver leur position concurrentielle, les fabricants de robinets incorporent de nombreuses techniques de fabrication de pointe à toutes les étapes de la production : centres polyvalents de fabrication, et chaînes de montage et machines à travailler les métaux automatisées. Une bonne partie de leur nouveau matériel est conçu sur mesure; il est donc très coûteux. Ces fabricants intègrent également la nouvelle technologie au produit lui-même; par exemple, certains robinets fabriqués au Canada et destinés aux cabinets publics sont maintenant munis de détecteurs et de minuteries électroniques.

Les deux derniers sous-secteurs, soit celui des appareils fabriqués à partir d'autres matériaux et celui des autres produits de plomberie, regroupent un grand nombre de petites et moyennes entreprises. La plupart d'entre elles ont recours à des techniques de fabrication classiques plutôt qu'à des techniques de pointe. Ces entreprises ont peu de ressources à investir dans les techniques de production, de sorte qu'elles ont tendance à acheter de l'équipement pouvant être obtenu facilement, lequel est conçu en vue d'un usage général; elles l'utilisent pour la fabrication de leurs produits spécialisés. Quelques entreprises d'envergure moyenne, notamment celles fabriquant des éviers en nouvelles résines plastiques, ont conclu avec des sociétés européennes des accords de fabrication sous licence, accords ayant entraîné l'achat de matériel de production spécialisé.

Le Canada est très actif dans le domaine de la conception de produits, car les fabricants s'efforcent ainsi de conserver leur position dans leurs créneaux respectifs. Seules quelques entreprises, habituellement les plus importantes, font appel à la conception assistée par ordinateur. À l'étape de la production, la fabrication assistée par ordinateur est pratiquement inexistante.

Autres facteurs

En ce qui a trait aux conditions de travail, les fabricants de produits de plomberie participent à des programmes préconisant la sécurité en milieu de travail. Ils appliquent le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail pour renseigner les travailleurs sur la bonne manière de manipuler celles-ci. En outre, les fabricants ont instauré les mesures d'assainissement nécessaires pour rendre le milieu de travail sécuritaire.

La plupart des procédés de production ont peu de répercussions sur l'environnement et ne sont donc pas assujettis à de nouvelles réglementations sévères. Les fours qu'utilisent les fabricants d'appareils en porcelaine vitrifiée et les fonderies de laiton consomment beaucoup d'énergie. Mais les entreprises de ces deux sous-secteurs s'efforcent de diminuer leur consommation énergétique en installant les meilleurs systèmes de contrôle et, dans certains cas, en se procurant les fours les plus rentables.

Évolution du milieu

En 1991, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) enregistrait un déclin du nombre de mises en chantier, celles-ci s'établissant à 156 197. En extrapolant

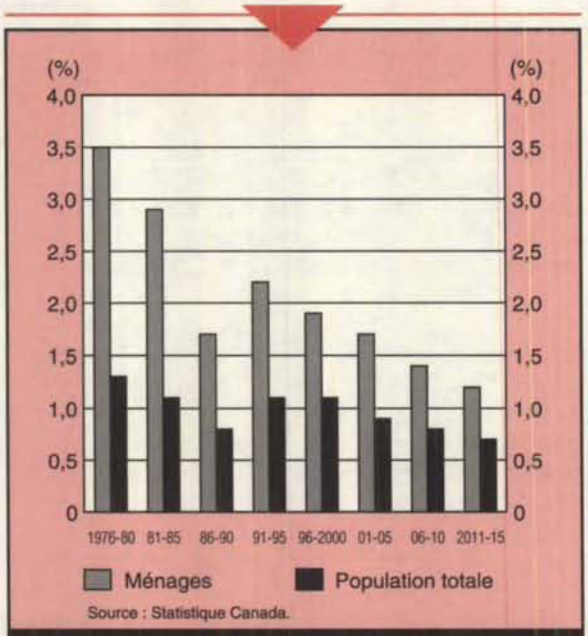


Figure 5 — Croissance des ménages et de la population

les données désaisonnalisées pour les cinq premiers mois de 1992, la SCHL prévoit 167 000 mises en chantier en 1992 et 187 000, en 1993. Ces chiffres laissent entrevoir à court terme une légère augmentation de la demande de matériel de plomberie.

En 1988, année où la construction de maisons neuves a commencé à diminuer, les fabricants canadiens de produits de plomberie auraient pu songer à exporter leurs stocks excédentaires vers les États-Unis. Toutefois, la construction de maisons neuves y avait atteint un point culminant l'année précédente, avec environ 1,75 million de mises en chantier, nombre qui avait progressivement diminué à 1,18 million en 1990. Au lieu de chercher à élargir leur marché américain, la plupart des fabricants canadiens ont tenté de consolider leur propre marché, où ils devaient affronter la concurrence plus serrée que leur livraient les fabricants américains. La hausse du nombre de rénovations domiciliaires ayant partiellement atténué la baisse du nombre de mises en chantier, la capacité de production des fabricants sera supérieure à la demande jusqu'au début des années 1990, et ce, pour le marché canadien et le marché américain. Cela entraînera une plus vive concurrence de la part des fabricants dans les deux marchés.

Toute modification importante des tendances démographiques, en particulier en ce qui a trait à la formation des ménages et aux augmentations nettes de la population, influe sur la demande dans le secteur des produits de plomberie. Selon la Section des projections démographiques de Statistique Canada, le nombre de personnes choisissant de vivre seules et celui des familles monoparentales sont en hausse. Simultanément, le nombre d'immigrants a pratiquement doublé ces dernières années, et les niveaux cibles établis à cet égard demeurent élevés pour les cinq années à venir. De plus, d'autres facteurs sont susceptibles d'influer sur la demande de logements, comme le déplacement des populations rurales vers les villes, les migrations interprovinciales, et les modes en matière d'habitation. À première vue, ces facteurs devraient d'abord entraîner une hausse importante du nombre de mises en chantier. Mais ils sont éclipsés par le fait que les personnes en âge de former un ménage n'appartiennent plus à la génération de l'explosion démographique *(baby boom)* mais à celle de l'effondrement de la natalité *(baby bust)*. D'après les projections établies par Statistique Canada, selon le scénario de croissance moyenne de la série C, le nombre de ménages canadiens devrait se situer entre 12,1 et 13,6 millions en 2011, comparativement à 9 millions en 1986. De 1991 à 2011, le taux de croissance annuel des ménages variera entre 1,2 et 2,2 %, comparativement à des taux de 3,5 % de 1976 à 1980, et de 2,9 %, de 1981 à 1985 (figure 5).

Les municipalités canadiennes et américaines éprouvent de plus en plus de difficulté à s'approvisionner en eau. À titre de solution partielle à ce problème, de nouveaux produits économiseurs d'eau apparaissent sur le marché. Lorsqu'ils n'y sont pas tenus par réglementation, les consommateurs sont vivement incités à les utiliser. Un bon exemple de cette nouvelle tendance est un cabinet dont le réservoir de chasse ne contient que 6 litres; ce réservoir est maintenant obligatoire dans plusieurs États américains. Auparavant, les réservoirs d'une capacité de 13 litres constituaient la norme de l'industrie. D'autres législations semblables et les pressions du public en faveur de dispositifs économiseurs d'eau, de même que la volonté de l'industrie de mettre sur le marché de nouveaux produits, ont entraîné la conception de produits améliorés. Il existe maintenant des dispositifs économiseurs d'eau dans les pommes de douche, les lessiveuses, les lave-vaisselle, les robinets de chasse pour cabinets et urinoirs publics, et des robinets munis de détecteurs et de minuteries électroniques. En outre, les municipalités canadiennes et américaines utilisent de l'eau potable traitée pour tous leurs besoins. Tel n'est certes pas le cas dans de nombreux autres pays. Il est à prévoir qu'un jour ou l'autre, les nouvelles habitations d'Amérique du Nord seront équipées de conduites distinctes d'alimentation en eau potable et non potable, ce qui pourrait entraîner une hausse de la demande de nouveaux produits de plomberie.

Les programmes provinciaux d'aide à l'achat de maisons constituent un autre facteur propre à stimuler la demande de maisons neuves et, de ce fait, de produits de plomberie. L'Ontario et le Québec ont inauguré des programmes de ce genre en 1990. De plus, en 1992, le gouvernement fédéral a permis d'utiliser des fonds d'un régime enregistré d'épargne-retraite (REÉR) pour l'achat d'une maison, et il a abaissé le montant du versement initial à 5 % du prix d'achat.

En prévision de l'élimination en 1993, en vertu de l'ALE, des tarifs douaniers sur les robinets, les fabricants canadiens de robinets investissent massivement à l'heure actuelle pour maintenir et accroître leur compétitivité au pays et à l'étranger. Parallèlement, les fabricants de produits de plomberie en métal et d'appareils sanitaires en porcelaine vitrifiée font eux aussi des investissements considérables, bien que l'abolition complète des tarifs sur ces produits ne soit prévue que pour 1998. Pour demeurer compétitifs, les fabricants du secteur des appareils en acrylique pour salle de bains n'ont pas à investir fortement dans du nouveau matériel de production, contrairement aux fabricants des autres sous-secteurs.

Dès 1990, les exportations canadiennes destinées à la CE étaient tombées à 3,8 %. Ainsi, malgré l'intégration des économies européennes après 1992 et les bouleversements politiques de l'Europe de l'Est et de l'ancienne Union soviétique, les exportations canadiennes de produits de plomberie vers ces marchés devraient demeurer relativement peu importantes.

Afin de faire face à la concurrence des pays disposant d'une main-d'œuvre bon marché et des fabricants étrangers bénéficiant d'économies d'échelle, le Canada devra améliorer sa productivité, notamment dans les secteurs des appareils en porcelaine vitrifiée, des robinets et de certains produits spéciaux. Ces pressions forceront les producteurs canadiens à accélérer l'adoption de nouvelles techniques et de systèmes de fabrication de pointe, là où de telles innovations sont facilement accessibles. Cette conversion devrait en retour améliorer la capacité de l'industrie de tirer un meilleur parti des occasions offertes sur le marché américain. Une part importante du nouveau matériel de production intégrera une technologie de production de pointe, devant faciliter la mise au point de nouveaux modèles.

Évaluation de la compétitivité

Les fabricants canadiens de produits de plomberie sont très compétitifs sur le marché intérieur, et font preuve d'une grande aptitude à s'adapter à l'évolution du marché. Au cours des quinze dernières années, en dépit des fluctuations du nombre annuel de mises en chantier de logements, qui ont de beaucoup excédé les variations de l'activité industrielle générale, les fabricants canadiens ont maintenu entre 75 et 80 % leur part du marché intérieur. Pour demeurer concurrentiels, ces derniers devront poursuivre leurs activités, bien planifiées et bien soignées, de mise au point de produits et d'acquisition de nouvelles techniques. L'accent sur le service et la qualité deviendra également un facteur important de leur succès.

Compte tenu de la faible activité des marchés canadien et américain du logement et du peu d'espoir de reprise d'ici les prochaines années, les fabricants canadiens prévoient des pressions considérables des compétiteurs canadiens et américains. Mais les usines canadiennes devraient demeurer compétitives, car elles sont relativement souples et donc en mesure de produire de petites séries et de modifier rapidement les installations de production. Les fabricants canadiens demeureront donc compétitifs; ils offriront une grande variété de produits de plomberie, variant des articles bas de gamme fabriqués en masse aux produits haut de gamme.

Certains fabricants canadiens, en particulier ceux qui se sont concentrés sur des créneaux spécialisés, sont bien établis sur le marché intérieur et connaissent de plus en plus de succès aux États-Unis. Avant 1980, les exportations représentaient généralement moins de 5 % de la production canadienne de produits de plomberie, mais, au cours de la dernière décennie, la part des exportations est passée à quelque 10 % de la production totale. L'entrée en vigueur des dispositions de l'ALE et de l'ALENA et l'élimination graduelle des tarifs pourraient stimuler les échanges commerciaux.

Une rationalisation est à prévoir dans certains sous-secteurs, car de nombreux fabricants investissent dans des techniques de production et des systèmes de soutien plus efficaces. Les fabricants de robinets revoient présentement tous leurs modèles pour se conformer aux nouveaux codes de la CSA. Le nombre de fabricants d'appareils en acrylique pour salle de bains pourrait diminuer, car le marché canadien n'est pas en mesure d'absorber la production des nombreux fournisseurs régionaux.

Les fabricants de produits de plomberie fournissent actuellement des cabinets et des pommes de douche permettant d'économiser l'eau. À mesure que la société se sensibilisera à la nécessité de préserver les réserves d'eau, les entreprises canadiennes fabriqueront d'autres dispositifs économiseurs d'eau.

L'industrie canadienne des produits de plomberie est dynamique : de nouveaux produits sont constamment mis sur le marché pour satisfaire à une demande extrêmement diversifiée, allant des produits de base fonctionnels aux appareils décoratifs et de conception poussée. Les fabricants canadiens devraient continuer de satisfaire à ces demandes, leur polyvalence, leur créativité et leur compétitivité étant d'ores et déjà acquises.

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

Direction générale des matériaux
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Produits de plomberie
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3134
Télécopieur : (613) 954-3079

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Établissements	n.d.	116	113	121	120	128	123	121
Emploi	n.d.	6 700	5 900	7 700	10 100	9 700	9 100	8 900
Expéditions								
(millions de $)	337	344	412	481	550	535	574	538
(millions de $ constants de 1988)	430	420	479	537	587	535	530	472

[a]Estimations d'ISTC. Pour des statistiques complètes sur le secteur, voir *Industries des produits en caoutchouc et en matière plastique*, nº 33-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 1699 (Autres industries de produits en matière plastique); *Industries de la fabrication des produits métalliques*, nº 41-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3091 (Industrie des garnitures et raccords de plomberie en métal); et *Industries des produits minéraux non métalliques*, nº 44-250 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 3511 (Industrie des produits en argile (canadienne ou importée)) et CTI 3512 (Industrie des produits en argile (argile importée)). Ces secteurs fabriquent des produits de plomberie.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1983	1984	1985	1986	1987	1988[d]	1989[d]	1990[d]
Exportations[a]								
(millions de $)	20	25	34	45	53	44	47	44
(millions de $ constants de 1988)	25	30	39	50	56	44	43	39
Expéditions intérieures[b]								
(millions de $)	317	319	378	436	497	491	527	494
(millions de $ constants de 1988)	405	390	440	487	531	491	487	433
Importations[c]								
(millions de $)	83	98	104	126	170	105	107	101
(millions de $ constants de 1988)	105	120	121	141	181	105	99	89
Marché canadien[b]								
(millions de $)	400	417	482	562	667	596	634	595
(millions de $ constants de 1988)	510	510	561	628	712	596	586	522
Exportations								
(% de la valeur des expéditions)	5,9	7,3	8,3	9,4	9,6	8,2	8,2	8,2
Importations								
(% de la valeur du marché canadien)	20,8	23,5	21,6	22,4	25,5	17,6	16,9	17,0

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

[b]Estimations d'ISTC fondées sur diverses CTI et sur des données agrégées relatives au commerce.

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

[d]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.

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

	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]	1990[b]
États-Unis	86,0	76,0	65,0	70,0	65,0	74,0	70,0	75,3
Communauté européenne	6,0	7,0	18,0	16,0	20,0	12,0	10,7	11,2
Asie	4,0	16,0	17,0	10,0	12,0	10,0	8,7	6,5
Autres	4,0	1,0	–	4,0	3,0	4,0	10,6	7,0

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

[b]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 importations, mais aussi le changement de système de classification.

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

	1983	1984	1985	1986	1987	1988[b]	1989[b]	1990[b]
États-Unis	78,0	73,0	84,0	90,0	92,0	87,0	91,3	92,4
Communauté européenne	8,0	6,0	4,0	4,0	3,0	8,0	5,0	3,8
Asie	–	3,0	2,0	2,0	2,0	2,0	1,4	1,6
Amérique latine	5,0	6,0	6,0	3,0	2,0	2,0	–	–
Autres	9,0	12,0	4,0	1,0	1,0	1,0	2,3	2,2

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

[b]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 exportations, mais aussi le changement de système de classification.

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

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	1	19	75	3	2
Emploi (% du total)	1	18	75	4	2
Expéditions (% du total)	1	15	78	4	2

[a]Estimations d'ISTC.

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
American-Standard (Division de Wabco Standard Trane Inc.)	États-Unis	Cambridge (Ontario) Toronto (Ontario)
Canplas Industries Ltd.	France	Barrie (Ontario)
Crane Canada Inc.	États-Unis	Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec) Trenton (Ontario) Stratford (Ontario) Brantford (Ontario) Coquitlam (Colombie-Britannique)
Emco Limitée	Canada	London (Ontario) Midland (Ontario) Cambridge (Ontario) Wallaceburg (Ontario)
Fibre de verre moderne (Division de MAAX Inc.)	Canada	Sainte-Marie (Québec) Tring-Jonction (Québec)
Kohler Ltée	États-Unis	Cornwall (Ontario) Armstrong (Colombie-Britannique)
LeHage Industries (1990) Inc.	Canada	Scarborough (Ontario) Saint-Laurent (Québec)
Mirolin Industries	Canada	Toronto (Ontario)
Plastiques Bow Ltée	Canada	Granby (Québec)
Spartan du Canada (Division de Shostal Ltée)	Canada	Lachine (Québec) Montréal (Québec)

ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE

Institut canadien de plomberie et de chauffage
295, The West Mall, bureau 330
ETOBICOKE (Ontario)
M9C 4Z4
Tél. : (416) 695-0447
Télécopieur : (416) 695-0450

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.