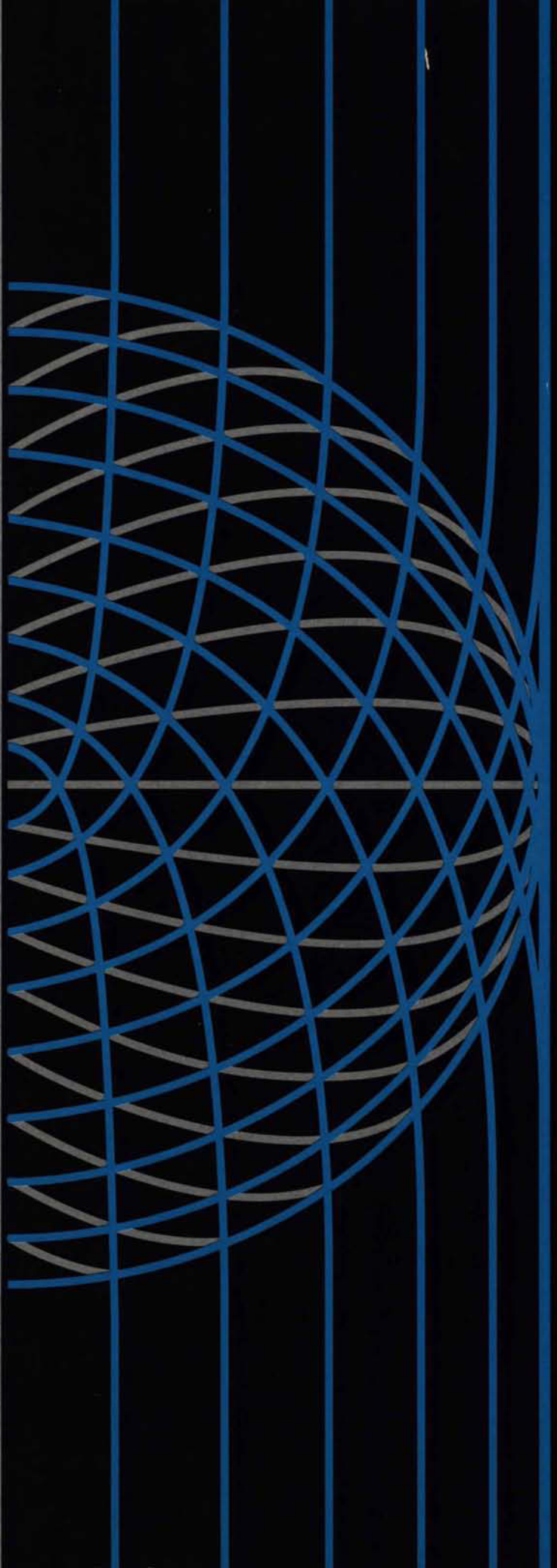
Aménagement en immobilier



PROFIL DE L'INDUSTRIE

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

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
108478

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

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

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 public

Pour recevoir un exemplaire de l'une ... tre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de ... iquez 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

Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

1-800-267-8376

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

Canada

17S

(V.6.91.11)

HD9505/.C3/I5/1990-91
Canada. Industry, Science
Industry profile.
BFGJ R2 c.2

1990–1991

AMÉNAGEMENT EN IMMOBILIER

AVANT-PROPOS

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

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

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

Structure et rendement

Structure

L'industrie de l'aménagement immobilier regroupe des entreprises dont les activités englobent l'acquisition et l'aménagement de terrains ainsi que le financement, la construction et la location ou la revente d'immeubles d'habitation, d'immeubles commerciaux ou industriels, à travers le Canada. Sont exclus du présent profil les courtiers en immeubles et les entreprises de gestion immobilière. Le présent rapport fait partie d'une série de profils dont les titres sont les suivants :

- *Architectes*
- *Entrepreneurs en construction*
- *Ingénieurs-conseils*

En 1987[1], Statistique Canada classifiait près de 12 000 entreprises comme promoteurs immobiliers. Pour cette année-là, leurs revenus totaux atteignaient presque 10,2 milliards de dollars, leurs actifs au Canada, 27,5 milliards de dollars et leurs bénéfices après impôts, 633 millions de dollars. Il convient de noter que les immobilisations sont normalement comptabilisées à leur coût d'acquisition et que, sous l'effet de l'inflation, la valeur marchande des terrains et des immeubles à revenu peut être considérablement plus élevée. Inversement, les baisses de valeur en période de récession peuvent entraîner des radiations ou des pertes considérables. En 1987, les revenus de l'industrie représentaient 2 % du produit intérieur brut (PIB) du Canada. Ces revenus se répartissaient comme suit : vente de biens immobiliers, 82 %; revenus de location, 7 %; intérêts, 3 %. Le solde provenait de sources diverses.

[1] L'année la plus récente pour laquelle Statistique Canada possède des données complètes.

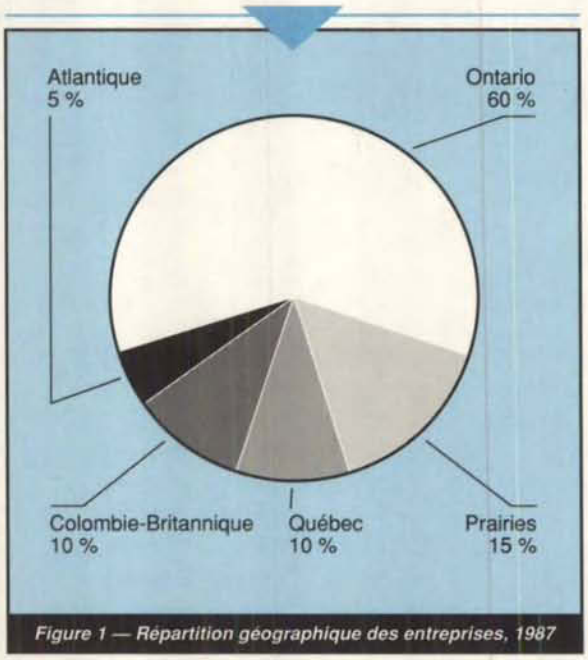


Figure 1 — Répartition géographique des entreprises, 1987

Une des principales activités de l'industrie de l'aménagement immobilier réside dans l'aménagement de terrains. Les promoteurs constituent des réserves foncières et les gardent jusqu'au moment où la croissance de la population urbaine rend profitable leur aménagement à des fins commerciales ou d'habitation. De plus en plus, les grands promoteurs s'engagent dans des activités de construction; ils ont tendance à demeurer propriétaires et à assurer eux-mêmes la gestion des immeubles qu'ils construisent. L'aménagement des terrains et la revente des immeubles commerciaux ou d'habitation qu'ils y construisent représentent pour eux une source de liquidités. En même temps, le fait d'être propriétaires d'immeubles à revenu leur procure un moyen de placement pour les fonds recueillis et un abri fiscal vis-à-vis des impôts courants.

L'industrie canadienne de l'aménagement immobilier comprend un grand nombre de petites entreprises, et un petit nombre de grandes sociétés d'envergure mondiale. Ces dernières détiennent la plus grande part des actifs de cette industrie. Parmi elles figurent Olympia & York Developments, Carena Developments, Trizec et Bramalea. En 1989, les trois dernières sociétés possédaient aux États-Unis des actifs d'environ 9 milliards de dollars canadiens. La valeur déclarée des actifs détenus au Canada par sept des plus grands promoteurs immobiliers s'établissait à 20 milliards de dollars canadiens, et celle de leurs actifs aux États-Unis, à 15 milliards de dollars. Ces chiffres ne comprennent pas la valeur des actifs de Olympia & York Developments, société fermée et premier promoteur immobilier en importance au Canada.

On ne connaît pas le nombre total de personnes qui travaillent dans cette industrie, mais le montant des salaires versés en 1987 s'élevait à 540 millions de dollars. En ce qui concerne la répartition géographique, environ 60 % des promoteurs sont établis en Ontario, 15 % dans les provinces des Prairies, 10 % au Québec, 10 % en Colombie-Britannique et 5 % dans les provinces de l'Atlantique (figure 1).

La plupart des entreprises, et plus particulièrement les petites, concentrent leurs activités dans la région où elles sont établies. Par contre, les grands promoteurs, dont les activités sont plus diversifiées, font des affaires aux quatre coins du Canada et même à l'étranger. La plupart de ces grands promoteurs sont actifs sur le marché américain, en raison de sa taille importante, de sa proximité et de sa similitude avec le marché canadien. On dénombre environ 250 entreprises de propriété canadienne exerçant présentement des activités aux États-Unis.

Les sociétés d'aménagement immobilier financent leurs activités au moyen de fonds engagés par des investisseurs, et d'emprunts obtenus auprès de prêteurs hypothécaires et d'établissements financiers. Elles structurent leurs projets de manière à profiter de l'effet de levier. Cette stratégie peut être très avantageuse en période de croissance économique, mais elle se révèle passablement risquée lorsque l'économie se resserre.

L'industrie canadienne de l'aménagement immobilier est majoritairement de propriété canadienne, mais elle compte aussi un bon nombre d'entreprises de propriété étrangère ou d'entreprises contrôlées par des sociétés étrangères. Celles-ci proviennent principalement du Royaume-Uni, de Belgique, d'Italie, et, depuis quelque temps, du Moyen-Orient, du Japon, des États-Unis et de Hong-kong. Au fil des ans, plusieurs sociétés de propriété étrangère, comme Genstar et Trizec (maintenant toutes deux de propriété canadienne), ont consolidé leur position sur le marché canadien en acquérant des entreprises plus petites.

L'industrie de l'aménagement immobilier consomme des biens et des services; elle opère en étroite liaison avec le secteur bancaire et tous les secteurs de l'industrie de la construction. Un grand nombre de promoteurs assurent eux-mêmes la gestion ou la réalisation de la phase de construction de leurs projets. Souvent, ils détiennent des intérêts financiers auprès d'entrepreneurs généraux ou de sociétés d'administration foncière, dans de nombreuses entreprises connexes. Pour répartir les risques, beaucoup de grands promoteurs ont diversifié leurs investissements et se sont lancés dans d'autres secteurs de l'économie comme l'énergie, les pâtes et papiers et le commerce de détail. Ainsi, la société Olympia & York Developments a-t-elle des intérêts dans les entreprises Abitibi-Price et Gulf Canada Resources. Campeau, dans une opération qui a plus d'une fois fait les

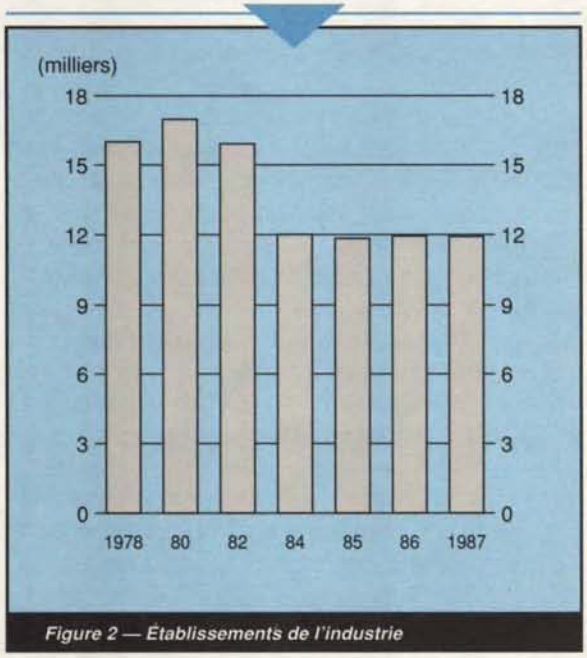


Figure 2 — Établissements de l'industrie

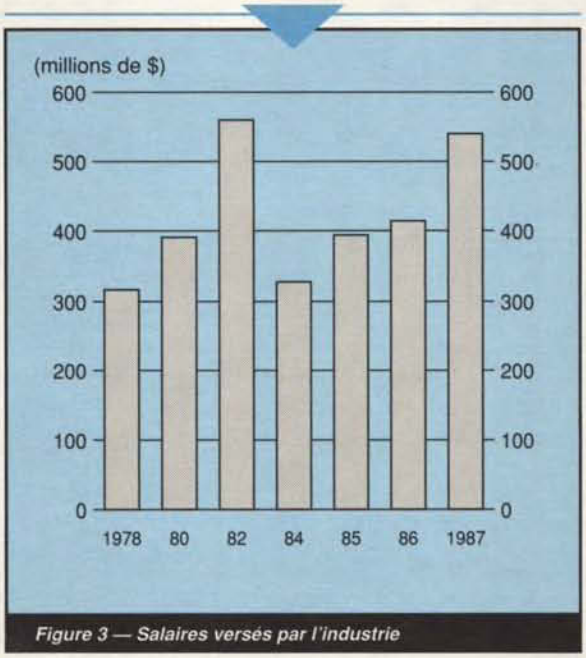


Figure 3 — Salaires versés par l'industrie

manchettes, a pris le contrôle des entreprises américaines Allied Stores et Federated Department Stores, transaction qui a toutefois été suivie d'une restructuration. Par ailleurs, d'autres sociétés se sont spécialisées dans la construction et l'exploitation d'immeubles, comme des centres commerciaux et des complexes prestigieux abritant des bureaux et des commerces, situés au cœur des quartiers des affaires.

La clientèle des promoteurs représente à peu près tous les secteurs de l'économie canadienne. Dans le sous-secteur de l'habitation, elle se compose principalement d'acheteurs de maisons ou d'immeubles en copropriété et de locataires. Quant aux immeubles à vocation commerciale ou industrielle, ils intéressent une grande diversité de locataires : professionnels, marchands détaillants et industrie légère.

Rendement

L'industrie canadienne de l'aménagement immobilier telle qu'on la connaît aujourd'hui est née après la Seconde Guerre mondiale. Elle a été mise sur pied par des entrepreneurs canadiens audacieux, encouragés par le gouvernement qui leur consentait directement des prêts hypothécaires et leur accordait un traitement fiscal préférentiel. D'abord concentrée dans le secteur de l'habitation, elle s'est vite étendue aux secteurs commercial et industriel; elle constitue à l'heure actuelle un élément fondamental de l'économie canadienne. À l'origine, les entreprises étaient dirigées par leur fondateur. Bien que l'on trouve encore quelques grandes entreprises qui soient dirigées par un entrepreneur unique, plusieurs d'entre elles sont maintenant gérées par des administrateurs de profession qui s'emploient à accroître les actifs, les fonds autogénérés et les profits. De petits entrepreneurs continuent de joindre les rangs de cette industrie.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'industrie a connu une période de grand essor économique, au cours de laquelle les entreprises se sont à la fois agrandies et multipliées. Vers le milieu des années 1960, l'industrie a fait l'objet d'une rationalisation, à la suite d'une série d'acquisitions et de fusions. Au cours des années 1970, l'industrie s'est fortement étendue sur les marchés canadien et américain, en particulier dans les régions où les ressources pétrolières et gazières généraient des revenus élevés. C'est au cours de cette période que certains grands promoteurs canadiens ont acquis la compétence, la réputation, la capacité et les moyens financiers de se tailler une place sur le marché mondial, et de réaliser les projets les plus grands et les plus complexes en ayant recours à des plans de financement ingénieux.

Plusieurs facteurs ont contribué à l'émergence de ces grandes entreprises. Pour pouvoir se développer au sein du marché canadien, relativement restreint et très concurrentiel, elles ont diversifié leurs activités, centrées jusque là sur le secteur de l'habitation, en s'attaquant aux marchés de l'immeuble commercial, industriel et de la rénovation urbaine sur l'ensemble du territoire nord-américain. L'industrie pouvait compter, pour ses besoins de financement, sur un système bancaire puissant qui était en mesure, grâce à son réseau national de succursales, de financer les projets des

promoteurs, même éloignés du siège social de ces derniers. Cet accès facile au financement conférait aux entreprises canadiennes un avantage sur leurs concurrents des États-Unis qui étaient forcés de répartir leurs emprunts entre plusieurs petites banques régionales américaines. Au début des années 1970, les entreprises canadiennes ont pénétré le marché américain grâce à un effondrement de son secteur de l'aménagement immobilier causé par un surinvestissement de la part des banques régionales qui le finançaient. Cela a permis aux entreprises canadiennes d'acquérir des propriétés à prix avantageux. Ces entreprises étaient par ailleurs bien préparées à conquérir ce marché, étant donné qu'elles se conformaient déjà aux diverses réglementations canadiennes, plus strictes à tous les niveaux d'administration publique que celles des États-Unis, et notamment aux lois sur l'aménagement du territoire, aux codes du bâtiment, à la régie des loyers et aux politiques concernant l'utilisation des sols. En outre, elles avaient de l'expérience dans la réalisation de projets éloignés du siège social de l'entreprise.

Après une période de croissance rapide vers la fin des années 1970, les promoteurs canadiens ont subi le choc de la récession de 1981–1982. Les revenus, qui jusqu'alors représentaient généralement environ 2,5 % du PIB du Canada, ont chuté à environ 1,5 % entre 1983 et 1986. Les effets conjugués d'une croissance accélérée, de taux d'intérêt élevés pour les emprunts à long terme et de la sursaturation du marché immobilier dans plusieurs régions métropolitaines, ont conduit au surendettement d'un certain nombre d'entreprises canadiennes en vue. Elles ont dû se départir de certains de leurs actifs et entreprendre un programme de restructuration. Le nombre d'entreprises est passé du chiffre record de près de 17 000 en 1980, à 11 922 en 1987 (figure 2). En même temps, la situation de l'emploi, telle que la traduisent les montants des salaires versés, s'est déstabilisée (figure 3). La valeur des actifs de l'industrie, qui avait atteint un sommet de 26,4 milliards de dollars en 1982, a chuté à 20,2 milliards de dollars en 1986 et s'est rétablie à 27,5 milliards de dollars en 1987. L'industrie, normalement rentable, a globalement subi des pertes entre 1982 et 1985.

Entre 1985 et 1989, la valeur totale des mises en chantier d'immeubles neufs à l'usage de l'habitation et du commerce a connu au Canada une croissance soutenue de l'ordre de 16 % annuellement, et les marges bénéficiaires de l'industrie se sont accrues. L'activité était particulièrement intense au Canada central et sur la côte ouest. Mais en 1990 et en 1991, l'activité dans ces deux secteurs a brusquement chuté sous l'effet d'un ralentissement de l'économie et de la hausse des taux d'intérêt. La baisse la plus importante, qui s'est répercutée à la grandeur du pays, s'est produite dans le secteur de l'habitation. Dans le domaine commercial, les grands centres urbains ont enregistré la baisse d'activité la plus marquée.

Le caractère international des grands promoteurs canadiens a été mis en lumière à diverses reprises au cours des dernières années. La compagnie J.M.B. Realty, de Chicago, a effectué la plus importante transaction de l'histoire de l'aménagement immobilier au Canada en achetant la société Cadillac Fairview, de Toronto. En outre, Olympia & York Developments a entrepris la construction du plus grand complexe de bureaux d'Europe, le projet Canary Wharf à Londres, en Angleterre, dont le coût est estimé à 8,8 milliards de dollars. Enfin, pour diversifier ses activités, la compagnie Campeau a fait l'acquisition successive de deux entreprises américaines, Allied Stores et Federated Department Stores, pour la somme d'environ 10 milliards de dollars américains. Campeau fait présentement face à de graves difficultés financières attribuables à son énorme dette, et a commencé à se départir de certains de ses actifs.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Au nombre des facteurs qui influent sur la rentabilité et le niveau d'activité de l'industrie, figurent, outre l'effet des fluctuations de l'économie générale sur la demande, la disponibilité du financement, les taux d'intérêt, les régimes fiscal et réglementaire, la compétence des dirigeants et la capacité d'offrir un produit apte à satisfaire un large éventail de besoins chez les clients.

Un pourcentage important des fonds nécessaires à la réalisation d'un projet immobilier sont empruntés, généralement sous forme de prêts hypothécaires. En période d'intense activité économique, les entreprises peuvent se voir dans l'impossibilité d'entreprendre certains projets, faute de pouvoir obtenir les fonds requis, alors plus rares. Par ailleurs, lorsque les prêteurs sont plus sélectifs, les grandes sociétés peuvent obtenir des capitaux auxquels n'ont pas accès les petites entreprises. De plus, il est maintenant fréquent que deux ou plusieurs grandes sociétés conjuguent leurs ressources pour réaliser de grands projets. L'existence, au Canada, d'un système bancaire d'envergure nationale, et les liens étroits noués entre les établissements bancaires et leurs clients promoteurs ont aidé ces derniers à étendre leurs activités aux quatre coins du pays et à pénétrer le marché américain. Mais une fois établis aux États-Unis, ils s'adressent à des prêteurs américains.

Comme les activités des promoteurs sont fondées sur un effet de levier, donc sur des emprunts de capitaux

considérables, les taux d'intérêt revêtent une importance primordiale pour cette industrie. Ces taux influent sur la rentabilité de l'industrie en déterminant les coûts d'exploitation des entreprises et de leur portefeuille immobilier. En période d'inflation, la valeur des actifs des promoteurs peut grimper, mais les taux d'intérêt élevés qui règnent alors font chuter la demande et découragent les nouveaux investissements. Dans cette situation, les marges bénéficiaires s'amenuisent sous les pressions de la concurrence qui cherche à maintenir le plus élevés possible les taux d'occupation des immeubles locatifs; cela diminue d'autant les rentrées de fonds provenant des ventes réduites d'unités résidentielles. À l'inverse, des taux d'intérêt avantageux stimulent la demande, et permettent aux promoteurs d'exploiter l'effet de levier suscité par la hausse de la valeur des propriétés immobilières.

Depuis toujours, la promotion immobilière est un secteur fortement capitalisé, où le personnel de gestion est relativement peu nombreux. Mais les grandes sociétés ont réuni des équipes de gestion dynamiques, expertes dans le montage financier et le groupement de terrains, l'administration des mouvements de trésorerie, le marketing et la réalisation de projets de construction. Elles recrutent leurs gestionnaires dans les régions, et ont recours à des cabinets de concepteurs sensibles aux besoins des collectivités au sein desquelles elles travaillent.

Au fil des ans, l'industrie, de concert avec les concepteurs et les entrepreneurs, a fait la preuve de sa capacité de s'adapter aux différents marchés régionaux et aux fluctuations rapides du marché. Il a fallu modifier de façon importante les concepts d'habitation, pour empêcher le coût des immeubles d'atteindre des sommets inabordables en raison du prix élevé des terrains viabilisés. En outre, d'importantes modifications techniques destinées à diminuer la consommation d'énergie ont été apportées à l'architecture et à la construction des immeubles. Ces derniers temps, les promoteurs ont dû élargir la gamme de leurs services pour répondre aux besoins d'une clientèle plus sophistiquée du marché de l'habitation, qui réclame notamment des « maisons intelligentes », équipées de systèmes informatisés commandant le chauffage, la climatisation, l'éclairage, les appareils électro-ménagers et les systèmes de sécurité. Sur le marché des immeubles commerciaux, on a assisté à un accroissement de la demande « d'immeubles intelligents », qui non seulement offrent un degré supérieur d'automatisation en ce qui a trait au chauffage, à la climatisation et à l'éclairage, mais sont aussi dotés d'une infrastructure capable de s'adapter à l'évolution rapide des systèmes informatiques.

Facteurs liés au commerce

Dans le domaine de l'aménagement immobilier, les échanges internationaux relèvent davantage de l'investissement que du commerce. Bien que certaines sociétés aient éprouvé des difficultés sur les marchés internationaux, un bon nombre des plus grands promoteurs, s'appuyant sur leurs solides assises canadiennes, ont connu une réussite remarquable à l'étranger, surtout aux États-Unis.

Les promoteurs ont fait leur entrée sur le marché américain en achetant des propriétés existantes à un prix inférieur à leur valeur marchande, et en les gardant jusqu'à ce que la hausse du marché leur assure un bon rendement sur le capital investi. Ils exercent maintenant leurs activités à partir de filiales constituées en sociétés aux États-Unis, et œuvrent dans tous les secteurs de l'aménagement immobilier : projets d'habitation, tours d'habitation et de bureaux, parcs industriels pour la fabrication légère, centres commerciaux et projets prestigieux d'aménagement et de réaménagement d'immeubles à vocations multiples dans les centres-villes. Les promoteurs canadiens s'allient habituellement des concepteurs et des entrepreneurs américains qui connaissent bien les règlements de zonage, les codes du bâtiment locaux, qui savent saisir les besoins et les préoccupations d'une collectivité. Bien qu'ils maintiennent des liens solides avec les banques canadiennes, ces promoteurs ont de plus en plus recours, pour financer leurs activités, aux institutions financières américaines dont les taux d'intérêt sont habituellement plus avantageux.

Les marchés canadien et américain de l'aménagement immobilier ont toujours été ouverts aux promoteurs, sans égard à leur origine, canadienne, américaine ou étrangère. Toutefois, l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), entré en vigueur le 1er janvier 1989, comporte des dispositions qui s'appliquent à cette industrie. Il s'agit notamment du principe du traitement national et du droit d'établissement, de l'assouplissement des formalités relatives au séjour temporaire des gens d'affaires et de l'intention de travailler à harmoniser les normes de reconnaissance professionnelle.

Facteurs technologiques

Les promoteurs immobiliers, comme de nombreuses sociétés de services, ont dû automatiser et moderniser leurs pratiques administratives et comptables ainsi que leurs méthodes de gestion. Mais ils sont rarement associés directement à la mise au point de la technologie. Cependant, afin de maintenir leur productivité et de mettre à la disposition de leurs clients les dernières innovations techniques, ils se préoccupent des aspects technologiques de la conception, de la construction et du fonctionnement des installations et du

matériel utilisés dans le cadre de leurs projets. C'est pourquoi ils recourent, notamment pour les projets de grande envergure et de nature complexe, à des bureaux d'architectes, d'ingénieurs, de planificateurs et à des entreprises de construction qui connaissent à fond et qui utilisent une technologie de pointe en matière de conception, de construction et d'informatique.

La conception assistée par ordinateur, la gestion et l'ordonnancement informatisés des travaux de construction sont utilisés dans la construction d'immeubles à haute efficacité énergétique, un domaine où le Canada est à l'avant-garde. Les projets pilotés par les promoteurs canadiens font aussi appel à la technologie de pointe en ce qui a trait aux matériaux de construction, de même qu'aux systèmes mécaniques et électriques, lesquels sont conçus pour accueillir les systèmes complexes de bureautique, de communications et de fabrication exigés par un grand nombre de locataires et de clients d'aujourd'hui.

Autres facteurs

Les activités des promoteurs immobiliers sont sensibles au climat politique et économique créé par les politiques élaborées à tous les paliers de gouvernement, et aux répercussions de ces politiques sur les investissements et l'aménagement immobiliers. Cette industrie n'est pas directement réglementée. Mais elle est fortement touchée par les règlements et les contrôles qui émanent du gouvernement, comme les lois relatives à l'aménagement du territoire, les règles et les normes municipales, le contrôle des loyers et les politiques relatives à l'utilisation des sols. Ces règlements et ces contrôles rendent plus complexe le processus de la promotion immobilière.

La réforme fiscale a eu pour effet de réduire les taux d'imposition et d'élargir l'assiette de l'impôt sur les sociétés. Cependant, les représentants de l'industrie font valoir que les économies engendrées par la baisse du taux d'imposition sont annulées par la réduction du taux de la déduction pour amortissement visant les immeubles neufs, et par l'obligation faite aux promoteurs de capitaliser les taxes foncières et les intérêts relatifs à leurs stocks de terrains inoccupés.

Évolution du milieu

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de l'aménagement immobilier 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.

Le marché de l'aménagement immobilier continuera d'être étroitement lié au rythme de la demande. Cette dernière obéit à des variations cycliques liées aux fluctuations du climat économique global, et en particulier aux taux d'intérêt. La demande de locaux commerciaux, qui a engendré le boom immobilier des années 1980, devrait être modérée au cours de la décennie qui s'amorce, en raison de la baisse du nombre de personnes qui entreront sur le marché du travail. Cette demande sera particulièrement faible à court terme, compte tenu de la hausse des taux d'inoccupation des immeubles de bureaux dans la plupart des centres urbains. De même, le ralentissement du rythme de formation des ménages et de la croissance du revenu disponible entraînera une diminution, comparativement à ce qu'on a observé ces dernières années, des mises en chantier de logements d'ici la fin des années 1990.

Cette évolution de la demande incitera vraisemblablement les promoteurs immobiliers à se tourner davantage vers les marchés étrangers, tandis que les promoteurs étrangers se feront de plus en plus présents sur le marché intérieur. Les investissements étrangers devraient continuer d'affluer du Japon et de Hong-kong, car le secteur immobilier nord-américain offre des prix relativement faibles. Il est également considéré comme un bon placement à long terme. La présence accrue des promoteurs étrangers sur le marché canadien fournira l'occasion de former des coentreprises visant la réalisation de projets tant au Canada qu'à l'étranger. Certains promoteurs canadiens ont manifesté de l'intérêt pour certains nouveaux projets en Europe et en Union soviétique. L'évolution récente de la situation en Europe de l'Est pourrait offrir des débouchés supplémentaires.

On peut également s'attendre à ce que le produit offert par les promoteurs immobiliers se modifie. L'évolution démographique et la hausse de la valeur des terrains accentueront la tendance à construire des habitations à logements multiples, et à investir dans la rénovation plutôt que dans la construction d'immeubles. Sur le marché des établissements publics, on répondra à un besoin accru d'installations de santé et de loisirs, à mesure que la population vieillit. Un raffermissement de la demande de complexes d'habitation destinés aux personnes âgées est également à prévoir.

Les promoteurs immobiliers peuvent également s'attendre à de nouvelles pressions liées à la protection de l'environnement. L'industrie devra en particulier faire face à une opposition croissante du public à l'égard des projets

immobiliers, et devra prouver qu'il est possible de réaliser des aménagements qui tiennent compte des préoccupations de la collectivité. L'industrie continuera également à s'efforcer de rendre la propriété accessible à une plus grande partie de la population, grâce à des concepts architecturaux novateurs et aux progrès technologiques.

L'entrée en vigueur de l'ALE n'a pas eu de répercussions sensibles sur cette industrie. Ses dispositions touchant le droit d'établissement, le traitement national, le séjour temporaire des gens d'affaires et une meilleure harmonisation des normes de reconnaissance professionnelle ont supprimé certains des problèmes du passé. À long terme, l'amélioration du climat d'investissement résultant de l'ALE sera bénéfique aux promoteurs immobiliers, car il fera augmenter les investissements.

La taxe de 7 % sur les produits et services (TPS) place désormais les sociétés de conception et de construction sur un pied d'égalité avec leurs concurrents étrangers, en haussant les droits imposés à ces derniers sur leurs coûts fixes. De plus, l'effet de la TPS sur le prix des constructions neuves au Canada pourrait favoriser la demande dans le secteur de la réparation et de la rénovation des maisons existantes. L'incidence réelle de la TPS sur les constructions neuves a été atténuée par la suppression de la taxe de vente fédérale sur les matériaux, de même que par la réduction de la TPS sur les constructions moins dispendieuses.

Évaluation de la compétitivité

Le succès remporté par bon nombre des grands promoteurs immobiliers canadiens aux États-Unis montre qu'ils sont devenus des entrepreneurs d'envergure mondiale, reconnus internationalement. On peut s'attendre à ce que l'ensemble de l'industrie continue de consolider sa position sur le marché intérieur et de progresser sur les marchés étrangers, notamment aux États-Unis. Il est en outre plausible qu'elle diversifie davantage ses activités en s'attaquant à d'autres secteurs de l'économie comme l'énergie, les pâtes et papiers et le commerce de détail.

Pour plus de renseignements sur ce dossier ou sur l'étude sectorielle d'ISTC (voir page 10), s'adresser à la

Direction générale des industries des services et de la construction
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Aménagement en immobilier
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-2947
Télécopieur : (613) 954-1894

PRINCIPALES STATISTIQUES

	1978	1980	1982	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements[a]	16 004	16 984	15 913	12 012	11 842	11 943	11 922	n.d.	n.d.
Salaires et masse salariale[a] (millions de $)	317	391	560	328	394	414	540	n.d.	n.d.
Total de l'activité de la construction[b] (millions de $)	38 190	48 327	56 064	56 574	67 983	71 701	81 971	90 871	100 065
Total de la construction résidentielle et commerciale[b] (millions de $)	17 636	19 784	20 644	23 776	32 842	39 004	48 203	53 052	59 276
Total des actifs[a] (millions de $)	17 798	20 818	26 354	20 926	20 840	20 196	27 504	n.d.	n.d.
Total des revenus[a] (millions de $)	6 393	7 724	7 851	6 454	6 918	7 401	10 190	n.d.	n.d.
Total des dépenses[a] (millions de $)	6 035	7 286	8 186	6 663	7 080	7 218	9 557	n.d.	n.d.
Bénéfices (pertes) après impôts[a] (millions de $)	358	438	-335	-209	-162	183	633	n.d.	n.d.

[a]Les données sont basées sur des tableaux fournis par la Division de l'organisation et des finances de l'industrie de Statistique Canada; elles sont publiées dans un format légèrement différent de celui de *Statistique financière des sociétés*, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

[b]Voir *La construction au Canada*, nº 64-201 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (1987)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	5	10	60	15	10

[a]Estimations d'ISTC.

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des administrations centrales	Total des actifs 1989[a] (milliards de $)	Pourcentage des actifs au Canada, 1989[a]
Bramalea Limited	Canada	Toronto (Ontario)	5,32	68
Brookfield Development Corporation	Canada	Toronto (Ontario)	2,37	19
La Corporation Cadillac Fairview Limitée	États-Unis[b]	Toronto (Ontario)	n.d.	n.d.
Carena Developments Limited	Canada	Toronto (Ontario)	11,86	68
Coscan Development Corporation	Canada	Toronto (Ontario)	1,20	40
La Société Immobilière Marathon Limitée	Canada	Toronto (Ontario)	2,25	59
Markborough Properties Inc.	Canada	Toronto (Ontario)	1,91	55
Olympia & York Developments Limited	Canada	Toronto (Ontario)	n.d.	n.d.
Trizec Corporation Ltd.	Canada	Calgary (Alberta)	10,17	50

[a]Ces données sont tirées du *Globe & Mail, Business 1000*, juillet 1990.
[b]Acquis récemment par les États-Unis.
n.d. : non disponible

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

L'Institut canadien des compagnies immobilières publiques
123, rue Edward, bureau 1210
TORONTO (Ontario)
M5G 1E2
Tél. : (416) 598-0694
Télécopieur : (416) 598-0779

Institut de développement urbain
1100, avenue Eglinton est
DON MILLS (Ontario)
M3C 1H8
Tél. : (416) 449-4553
Télécopieur : (416) 449-4588

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

On peut obtenir le document suivant auprès d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (voir l'adresse à la page 7).

Le secteur canadien de la construction : perspective
Cette étude, parrainée par ISTC et réalisée par Revay and Associates Ltd., passe en revue les activités et le rendement de plusieurs sous-secteurs non-résidentiels de l'industrie de la construction au cours de la dernière décennie, et offre une perspective pour les années 1990.

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.