

7

**PRODUITS CHIMIQUES ET PLASTIQUES
ET MATÉRIAUX DE POINTE**

LKC
HF
1479
.I5714
1995/96
v.7

STRATÉGIE D'EXPORTATION DU CANADA

Plan de promotion du commerce extérieur

1995-1996

Industry Canada
Library - Jri Tower S

MAR 28 1995

Industrie Canada
Bibliothèque - Édifice Jri S



***Plan intégré pour l'expansion du commerce,
des investissements et de la technologie***

Le Plan de promotion du commerce extérieur du Canada comprend un Aperçu présentant les priorités du Canada en matière d'expansion du commerce international, ainsi qu'une série de stratégies sectorielles accompagnées de listes d'activités internationales. Les documents suivants sont actuellement disponibles :

- | Aperçu | |
|--|---|
| 1. Technologies de fabrication de pointe | 15. Technologies de l'information et télécommunications <ul style="list-style-type: none">■ Aperçu sectoriel■ Composants électroniques■ Géomatique■ Instruments■ Ordinateurs et matériel périphérique■ Produits logiciels et services informatiques■ Télécommunications |
| 2. Agriculture et produits alimentaires | 16. Produits et services médicaux et de santé <ul style="list-style-type: none">■ Instruments médicaux■ Produits pharmaceutiques■ Soins de santé |
| 3. Aéronautique et pièces d'aéronefs | 17. Minéraux et métaux |
| 4. Automobile | 18. Produits pétroliers et gaziers, et matériel d'exploitation de l'énergie |
| 5. Biotechnologies | 19. Matériel électrique |
| 6. Services commerciaux, professionnels et éducationnels | 20. Machinerie industrielle primaire et secondaire <ul style="list-style-type: none">■ Exploitation minière, exploitation forestière, pâtes et papier■ Technologie, machines et équipements agricoles■ Industries océaniques et marines |
| 7. Produits chimiques et plastiques, et matériaux de pointe | 21. Matériel de transport urbain et ferroviaire |
| 8. Produits de construction | 22. Industrie spatiale |
| 9. Biens de consommation <ul style="list-style-type: none">■ Vêtements et fourrures■ Textiles■ Chaussure■ Articles de sport (y compris les embarcations de plaisance)■ Outils, quincaillerie et articles ménagers■ Meubles résidentiels■ Meubles de bureau et meubles divers | 23. Tourisme |
| 10. Industries culturelles | |
| 11. Matériel de défense | |
| 12. Équipement et services de protection de l'environnement | |
| 13. Poissons et produits de la mer | |
| 14. Industrie forestière | |

Pour obtenir d'autres exemplaires de l'Aperçu ou des exemplaires des stratégies sectorielles, composer le **1-800-267-8376**

À moins d'indication contraire, tous les montants figurant dans ce document sont exprimés en dollars canadiens.

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1995
N° au cat. C2-226/1-1995F
ISBN 0-662-99614-3

Also available in English under the title Chemicals, Plastics and Advanced Materials.



Table des matières

Produits chimiques	1
Matières plastiques	5
Matériaux de pointe	9

Produits chimiques

L'industrie chimique fabrique plus de 60 000 produits à partir de nombreuses variétés de métaux, de minéraux, de pétrole brut, de gaz naturel, d'huiles végétales, de graisses animales et d'autres matières premières. Il s'agit de produits chimiques de base organiques et inorganiques, de résines, d'élastomères, d'engrais et de produits antiparasitaires à usage agricole, de produits de chimie fine et de spécialité chimique, ainsi que de produits pharmaceutiques, de peintures et de vernis, de savons et de produits de nettoyage.

En général, les produits chimiques entrent dans deux catégories — ceux dits de base et les spécialités chimiques. Le commerce des produits chimiques de base se fait à l'échelle mondiale et il dépend de l'approvisionnement en matières premières et de l'économie de l'industrie manufacturière. D'autre part, les spécialités chimiques sont axées sur une zone géographique plus étroite, elles ont une valeur ajoutée plus élevée et elles exigent davantage de services et d'efforts de distribution.

Contexte international

L'industrie chimique, l'une des grandes industries mondiales, s'adapte à une part importante des investissements étrangers directs et du commerce international. En 1993, la production mondiale de produits chimiques était évaluée à 1 500 milliards de dollars américains. Au cours des dix dernières années, elle a augmenté à un taux annuel moyen d'environ 6 p. 100. Les États-Unis ont la plus grande industrie chimique du monde et ils sont suivis par le Japon, l'Allemagne et la France. Le Canada se situe au dixième rang des fabricants de produits chimiques.

Le commerce des produits chimiques connaît une concurrence féroce et l'activité des producteurs s'étend au monde entier. En 1993, les exportations mondiales de produits chimiques ont atteint un total d'environ 325 milliards de dollars américains. L'Allemagne a été le plus grand exportateur mondial, suivie des États-Unis. Quelque 20 multinationales s'approprient 25 p. 100 des ventes mondiales.

Au cours de la dernière décennie, les pays du Moyen-Orient ont acquis un potentiel pétrochi-

mique considérable et ils entrent maintenant en concurrence avec les pays exportant traditionnellement dans ce secteur, c.-à-d. les États-Unis, le Canada, le Japon et les pays de l'Europe de l'Ouest. Des pays nouvellement industrialisés tels que la Corée du Sud et Taiwan sont également en train de se constituer un potentiel chimique, à la fois pour satisfaire les besoins des marchés locaux croissants et pour profiter des possibilités d'exportation. La région Asie-Pacifique devrait devenir le marché de produits chimiques à la croissance la plus rapide au monde.

La mondialisation a hâté la restructuration de ce secteur, en particulier en Europe et en Amérique du Nord. La concurrence s'organise également de plus en plus autour des trois nouveaux blocs commerciaux, c.-à-d. l'Amérique du Nord, l'Europe de l'Ouest et la région Asie-Pacifique.

Les facteurs qui ont une forte incidence sur l'industrie chimique mondiale sont :

- l'augmentation de la concurrence et de la libéralisation du commerce, qui découle de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT);
- l'inquiétude croissante du public devant les incidences écologiques de la production, de la commercialisation et de l'élimination des produits chimiques, et la demande de nouveaux produits et technologies « respectueux de l'environnement » qui en résulte en Europe, en Amérique du Nord et au Japon;
- les changements de la dynamique de cette industrie et de la définition des produits, dus à

l'évolution de la science et de l'ingénierie ainsi qu'à la mise au point de nouveaux produits relevant de nombreuses disciplines;

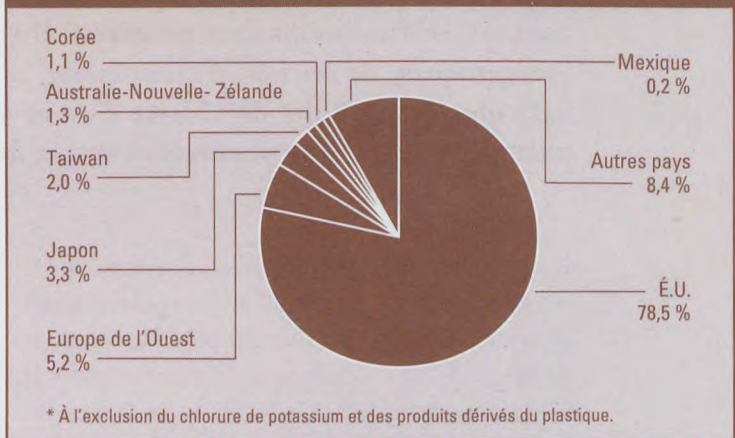
- la mondialisation de l'industrie en général. Les sociétés ont moins de chances de croître et de prospérer sans les avantages que procurent, au sein de la « grappe » industrielle dont elles font partie dans leur pays ou sur leur continent, un renforcement mutuel de la capacité d'approvisionnement et la présence de concurrents dangereux et de facteurs externes catalyseurs d'innovations;
- la tendance au sein des économies développées à privilégier de plus en plus, dans l'industrie chimique, les produits plus perfectionnés et à plus forte valeur ajoutée;
- la concurrence que se livrent les diverses filiales des multinationales pour obtenir ou continuer d'exercer le mandat de fabriquer certains produits.

Situation intérieure

D'après les expéditions (22,5 milliards de dollars canadiens en 1993, soit environ 7,2 p. 100 du total des marchandises expédiées), l'industrie chimique se classe au troisième rang des groupes manufacturiers. En 1992, elle employait environ 91 000 personnes, ce qui représentait environ 5,4 p. 100 de l'emploi dans le domaine de la fabrication. Elle se classait également troisième pour la valeur ajoutée.

En 1993, les importations et les exportations ont atteint un total de 11,9 milliards et de 7,5 milliards de dollars respectivement. Les importations, qui représentaient 44 p. 100 du marché intérieur, se composaient en grande partie de spécialités chimiques, de produits préparés d'après des formules et adaptés à des usages précis, et de produits pharmaceutiques. Les exportations, composées principalement de produits de base, représentaient 33 p. 100 des marchandises expédiées par les usines. Au total, 77 p. 100 de nos importations sont venues des États-Unis, lesquels

Figure 1 — Produits chimiques et pétrochimiques — Principaux marchés d'exportation*, 1993 (% du total)



Source : Tabulation du ruban Tradesys de Statistique Canada, juillet 1994

ont absorbé un peu plus de 78 p. 100 de nos exportations (fig.1).

Pour ce qui est de la structure des échanges, entre 1985 et 1993, la part des importations dans le marché intérieur est passée d'environ 29 p. 100 à près de 44 p. 100, tandis que la part des exportations dans la quantité totale de marchandises expédiées par les usines passait de 24 p. 100 à 33 p. 100 durant la même période. L'industrie s'est donc rendue nettement plus dépendante à l'égard des importations pour satisfaire les besoins intérieurs.

À quelques exceptions notables près, les sociétés appartenant à des intérêts canadiens ont tendance à être petites et à desservir des marchés à créneaux. Seules les sociétés les plus petites axent encore leur production sur les marchés intérieurs (souvent régionaux). Les producteurs canadiens commencent maintenant à profiter des débouchés découlant de l'ALE. Cette tendance va sans doute se poursuivre avec l'ALENA. Nombre de grandes multinationales ont déjà rationalisé leurs filiales en fonction du vaste marché nord-américain, ce qui a provoqué la fermeture de quelques usines au Canada et, dans d'autres cas, une expansion pour permettre l'approvisionnement des marchés nord-américains à partir du Canada. Ce qui est préoccupant, c'est que la rationalisation de l'industrie chimique canadienne ait fait perdre une certaine autonomie aux décideurs et qu'elle ait éliminé

dans le pays quelques postes clés des domaines techniques, de la commercialisation et de la gestion.

Comparée à ses concurrentes, l'industrie chimique canadienne a eu tendance à favoriser le coût et le court terme (au lieu de l'innovation et du long terme). Les sociétés canadiennes ont également tendance à s'orienter vers la production et à ne pas attacher suffisamment d'importance à la commercialisation à l'échelle mondiale. Il en est surtout ainsi des petites et moyennes entreprises.

Le secteur canadien des produits chimiques de base — en particulier les sous-secteurs de l'ammoniaque et de la pétrochimie — connaît une forte concurrence en raison des disponibilités en pétrole et en gaz à des prix concurrentiels. Le secteur des engrais est également concurrentiel à l'échelle mondiale et sa balance commerciale est satisfaisante. Toutefois, en ce qui concerne les spécialités chimiques et les produits de chimie fine, le Canada importe une grande quantité de produits brevetés. Dans de nombreux cas, le marché canadien n'est pas assez important en lui-même pour justifier une fabrication de ces produits. Par ailleurs, le secteur ne s'est pas suffisamment restructuré pour que les installations canadiennes puissent approvisionner le grand marché nord-américain. Il y a aussi le fait que la production dépend souvent de matières premières et de composants spéciaux difficiles à obtenir au Canada. D'une manière générale, pour les spécialités chimiques et les produits de chimie fine, le Canada a un déficit commercial net d'environ 1,5 milliard de dollars.

Néanmoins, le sous-secteur des spécialités chimiques fait subsister de nombreuses multinationales ainsi qu'un grand nombre de petites et moyennes entreprises — dont beaucoup appartiennent à des intérêts canadiens. Ces sociétés fabriquent d'ordinaire un assortiment relativement vaste de produits en petites quantités, destinés presque exclusivement au marché intérieur. L'ALE leur fournira, toutefois, l'occasion de développer leur gamme de produits et de la lancer sur un marché bien plus vaste. Au fait, ces sociétés devraient considérer les États-Unis, et en particulier les États du nord, non pas comme un marché

étranger, mais comme le prolongement de leur marché intérieur. Ces sociétés subiront des pressions pour rationaliser leur gamme de produits et la fabriquer à plus bas prix. Étant donné les connaissances exigées pour la mise au point de spécialités chimiques, le secteur devra aussi envisager de renouveler rapidement ses techniques grâce à des accords de transfert de technologie.

Dans l'industrie chimique canadienne, la recherche-développement (R-D) est limitée, en partie à cause de l'influence des multinationales. En raison des droits de douane élevés en vigueur avant la signature de l'ALE, il était bien plus rentable d'acquiescer de la technologie mise au point ailleurs que de faire sa propre R-D. On avait donc inévitablement une préférence pour les technologies disponibles dans le commerce — au lieu d'en mettre au point au Canada. Toutefois, l'actuel crédit d'impôt de 20 p. 100 (non remboursable) accordé aux sociétés canadiennes et les dispositions du Programme de recherche scientifique et de développement expérimental (c.-à-d. un crédit d'impôt entièrement remboursable de 35 p. 100 — jusqu'à 2 millions de dollars — pour les sociétés fermées sous contrôle canadien qui ont les capacités requises) ont créé un climat fiscal favorable. Les cadres supérieurs des filiales canadiennes de multinationales doivent absolument insister auprès du siège de leur société sur l'attrait que présente une R-D faite au Canada. Les PME devraient voir dans ce programme un moyen d'innover qui assure un avantage concurrentiel.

Au cours des cinq prochaines années, étant donné que les restrictions commerciales devraient diminuer, l'industrie chimique peut s'attendre à d'autres changements à mesure que les multinationales mettront en œuvre leurs stratégies mondiales de rationalisation. La restructuration qui en résultera devrait laisser les filiales canadiennes de multinationales en mesure d'affronter leurs concurrents sur le marché mondial. Les fournisseurs des multinationales seront également obligés de devenir concurrentiels à l'échelle mondiale, ne serait-ce que pour conserver leurs comptes intérieurs sur un marché ouvert à une plus grande concurrence

étrangère. La croissance des PME dépendra également de l'aptitude de celles-ci à investir de nouveaux marchés d'exportation.

Orientation stratégique

Au moyen de partenariats avec l'industrie, le gouvernement cherchera :

- à soutenir et encourager les PME à devenir proactives en développant des marchés d'exportation et en contractant des alliances stratégiques;
- à trouver de nouveaux marchés à crêner (p. ex. pour les spécialités chimiques) et à fournir en temps opportun des informations qui aideront les petites entreprises à exporter plus facilement;
- à encourager les sociétés à innover en renforçant leur R-D, aussi bien chez elles qu'en faisant appel au réseau de conseillers techniques des ambassades canadiennes, dans le but d'acquérir les technologies les plus nouvelles;
- à encourager les sociétés, en particulier les PME, à créer des alliances stratégiques avec des fournisseurs, des clients et autres, et à participer à des réseaux commerciaux mutuellement profitables, pour raffermir leur marché et se mettre au courant des nouveaux débouchés;
- à encourager l'industrie à investir dans des mesures permettant d'augmenter la productivité, en vue de rester concurrentielle sur le marché international malgré les fluctuations des taux de change.

Plan d'action

Le plan d'action proposé pour suivre l'orientation stratégique exposée ci-dessus est le suivant :

- Prendre l'initiative de désigner une personne à l'ambassade du Canada à Mexico, qui aidera à résoudre les problèmes rencontrés par l'industrie chimique canadienne. (MAECI, Industrie Canada [IC])
- Voir s'il serait possible de mettre en place un chimiste dans l'une des missions canadiennes des États-Unis. (MAECI, IC)

- En coopération avec les provinces, faire venir un plus grand nombre de missions techniques étrangères de pays autres que les États-Unis. (MAECI, IC, provinces)
- Fournir au personnel clé la formation dont il a besoin pour acquérir les nouvelles technologies dont le Canada a besoin. (MAECI, Conseil national de recherches du Canada [CNRC], IC)
- Évaluer les effets que produit sur la compétitivité la notification concernant de nouvelles substances chimiques, effets qui sont provoqués par les différences entre les règlements découlant de la LCPE et de la TOSCA (É.-U.). (IC, EC, MAECI)
- Produire un répertoire des consultants de pays étrangers (en produits chimiques), afin d'aider les PME à trouver des consultants locaux compétents. (MAECI, IC)
- Tenir à jour et distribuer un répertoire des maisons canadiennes de commerce extérieur spécialisées dans l'exportation des produits chimiques. (MAECI, IC)
- Examiner la possibilité d'utiliser des fonds du Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) pour recruter des consultants ayant mission d'étudier les marchés étrangers, avant de déployer une stratégie de développement de marché dans une zone donnée. (MAECI, IC, provinces)
- Organiser des ateliers pour sensibiliser les petites entreprises chimiques aux exportations et les encourager à s'y lancer. (MAECI, IC)
- Envoyer des missions NEEF (Nouveaux exportateurs aux États frontaliers) aux États-Unis. (MAECI)

Renseignements

Industrie Canada
 Direction générale des matériaux,
 produits chimiques et bio-industries
 235, rue Queen, 9^e étage est
 Ottawa (Ontario) K1A 0H5
 Téléphone : (613) 954-3070
 Télécopieur : (613) 952-4209

Matières plastiques

Le secteur des matières plastiques regroupe les fabricants de résines synthétiques et de composés de résine, ainsi que les manufacturiers de produits en plastique. Les machines utilisées pour transformer le plastique font l'objet d'un chapitre distinct du Plan de promotion du commerce extérieur du Canada, intitulé *Technologies de fabrication de pointe*.

Contexte international

En 1994, la demande de résines synthétiques s'est raffermie en Amérique du Nord, est demeurée vigoureuse en Asie, mais est restée léthargique en Europe. À mesure que la demande a progressé en Amérique du Nord, les hausses de prix se sont maintenues.

Les fabricants de produits en plastique ne concurrencent généralement pas les producteurs de résine sur les mêmes marchés mondiaux. En effet, pour la plupart des produits, les marchés sont beaucoup plus régionaux, principalement nord-américains. En 1994, la demande nord-américaine de produits en plastique s'est sensiblement accrue à la faveur de l'expansion économique générale.

Durant cette période, la résine et les produits de polychlorure de vinyle (PVC) ont enregistré la meilleure progression. Cela s'explique par la domination que la résine de PVC exerce sur les secteurs de la construction et de l'automobile, qui ont tous deux connu une croissance notable de leur activité en 1994. Cette croissance de la consommation de PVC a coïncidé avec l'intérêt accru porté, en Amérique du Nord, à l'incidence environnementale de la résine et de ses produits, de même qu'à l'ensemble de la technologie à base de chlore. L'industrie collabore actuellement avec les administrations publiques en vue d'évaluer les répercussions environnementales du PVC et des produits qui l'ont précédé, et ce, durant toute leur durée de vie.

Situation intérieure

La production de résine est dominée par des multinationales (Novacor, Dow Chemical, Geon, Imperial Oil, Himont et Shell). Seuls Novacor et deux producteurs de moindre importance, AT Plastics et Petromont, sont contrôlés par des intérêts canadiens. Les secteurs des composés de résine et des produits en plastique sont quant à eux dominés par les petites et moyennes entreprises (PME), qui appartiennent pour la plupart à des Canadiens et sont contrôlées par eux.

Le principal marché des résines synthétiques est l'industrie de la transformation des matières plastiques, le marché secondaire, celui des fabricants de produits de chimie fine. Selon les données de 1993, l'industrie des résines synthétiques employait 10 500 personnes. Ses expéditions sur le marché intérieur se chiffraient à 2,6 milliards de dollars, ses importations, à 2,2 milliards, et ses exportations, à 1,6 milliard. L'Alberta est la seule province qui a affiché un excédent commercial. Les États-Unis ont été la destination de 80 p. 100 des exportations et la source de 90 p. 100 des importations.

La consommation des produits en plastique est fort variée : ces produits sont très utilisés par les industries de l'emballage, de la construction, de l'automobile et des produits électriques et électroniques. (La stratégie commerciale relative au secteur de l'automobile fait l'objet d'un chapitre distinct.) En 1993, l'industrie employait 50 000 personnes, ses expéditions se chiffraient à 6,1 milliards de dollars, ses importations, à 2,7 milliards, et ses exportations, à 1,8 milliard. Les exportations croissent plus rapidement que les importations et, en termes réels, le déficit

commercial a fléchi légèrement en 1993. Près de 90 p. 100 des exportations et 80 p. 100 des importations ont été effectuées avec les États-Unis. Ces proportions sont demeurées relativement stables au fil des années, ce qui témoigne de l'incidence des frais de transport sur le mouvement des produits.

Au sein de ces secteurs, les produits les plus susceptibles de contribuer à l'amélioration de notre balance commerciale seraient les suivants : les résines synthétiques, les composés de résine à haute performance, les matériaux de construction et les matériaux d'emballage.

Les produits en plastique exportables vers les marchés éloignés sont ceux qui procurent un avantage technologique. Autrement, les perspectives d'exportation directe sont limitées. Le principal débouché pour les entreprises canadiennes réside dans l'exportation de technologie par le biais de coentreprises ou d'acquisitions sur des marchés étrangers.

Résines synthétiques

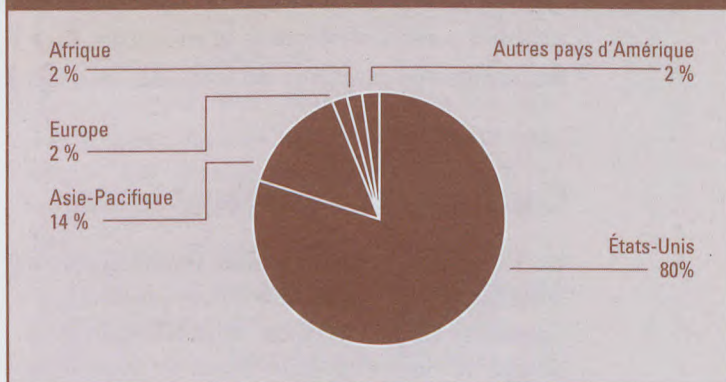
Principaux marchés

Argentine
Chine/Hong Kong
Indonésie
Japon
Malaysia
Mexique
États-Unis
Venezuela

En 1994, toutes les résines synthétiques ont connu une vigoureuse croissance à l'exportation. En termes absolus, la progression la plus marquée a été enregistrée par les résines commerciales (polyéthylène, polypropylène, polystyrène, ABS et PVC). Les résines industrielles (comme l'acrylique, le nylon, le polyester et le polycarbonate) ont également crû vigoureusement.

Habituellement, moins de 70 p. 100 des exportations sont à destination des États-Unis; le reste, plus de 30 p. 100, est expédié dans la région

Figure 1 — Répartition des exportations de résines synthétiques, 1993



Source : Industrie Canada

Asie-Pacifique. En 1993-1994, la demande américaine de résines synthétiques a été très forte, signe de la vigueur de l'ensemble de l'économie de ce pays. Même si la demande asiatique est demeurée vigoureuse, les prix dans cette partie du monde se sont repliés, la capacité locale augmentant. Comme il était possible d'accroître ses marges bénéficiaires en expédiant sa production aux États-Unis, les courants d'échanges se sont ajustés en conséquence.

Dans la région Asie-Pacifique, la Chine est le plus important marché d'exportation, mais sa demande annuelle varie considérablement. Toutefois, le lancement d'initiatives visant à favoriser une meilleure pénétration de ce marché et l'établissement de prévisions plus précises serait très utile aux exportateurs canadiens. D'autres marchés de cette région offrent des possibilités à long terme. Même si la capacité de production de résine augmente dans bon nombre de ces pays, l'ensemble de la région devrait demeurer un importateur net pendant encore un certain temps.

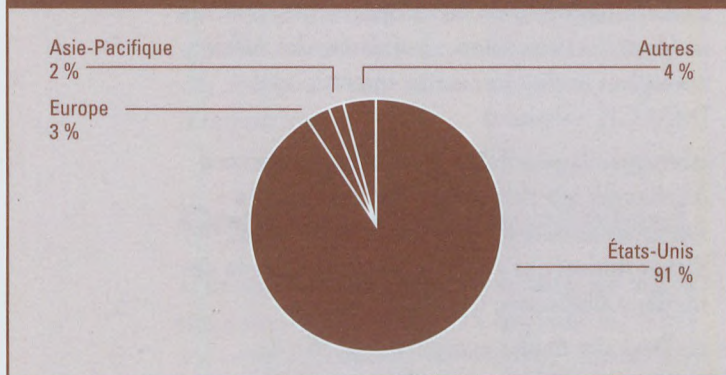
Un grand nombre de pays d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud connaissent aussi une croissance rapide, et offrent donc de bonnes possibilités pour les exportateurs de résines.

Les entreprises exportatrices de résines peuvent compter sur de vastes réseaux internationaux pour vendre leurs produits. L'État peut aider ces entreprises principalement dans les domaines liés à l'accès aux marchés étrangers.

Résines composées

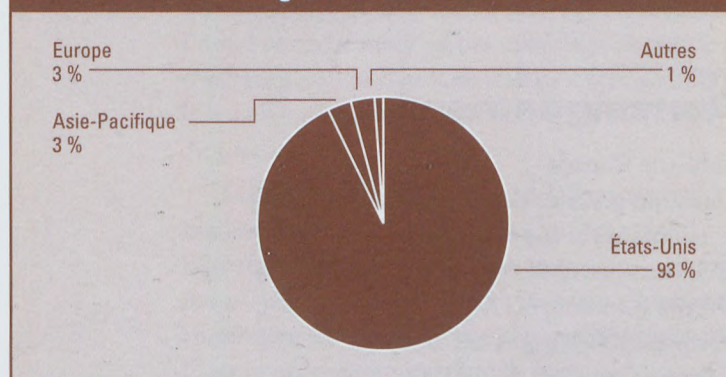
Les résines composées sont fabriquées en intégrant des additifs fonctionnels aux résines synthétiques, fournissant ainsi de nouvelles matières premières aux entreprises de transformation des matières plastiques. Les données sur ce groupe de matériaux sont indissociables de celles sur les résines synthétiques. Cependant, selon les résultats des activités internationales antérieures, la Chine et le Moyen-Orient semblent être deux régions offrant de bonnes possibilités d'exportation pour les composés à valeur ajoutée élevée.

Figure 2 — Répartition des exportations de matériaux de construction, 1993 (en % du total)



Source : Industrie Canada

Figure 3 — Répartition des exportations de produits d'emballage, 1993 (en % du total)



Source : Industrie Canada

Matériaux de construction

Principaux marchés

Argentine
France
Allemagne
Japon
Mexique
Taiwan
États-Unis

Les États-Unis sont le principal marché d'exportation de nos matériaux de construction. Les exportations vers toutes les régions de ce pays croissent chaque année depuis trois ans. Il y a encore des situations où des barrières non tarifaires empêchent la pénétration de marchés. Au nombre de ces barrières figurent les politiques visant l'achat de produits américains, les exigences en matière de marquage de produits et les différences entre les normes.

Même si les échanges avec le reste du monde sont comparativement moins importants, il n'en demeure pas moins que les exportations vers certains pays ont progressé vigoureusement. Il est envisagé d'organiser des activités de promotion du commerce visant ces nations.

Produits d'emballage

Principaux marchés

Australie
Chine/Hong Kong
France
Mexique
Nouvelle-Zélande
Taiwan
Royaume-Uni
États-Unis

Les États-Unis sont aussi le principal marché d'exportation du secteur des produits d'emballage. Les autres marchés en plein essor dans la liste des

principaux marchés sont éparpillés un peu partout dans le monde.

La demande de produits d'emballage suit de près la croissance de l'activité économique. Les produits d'emballage en plastique continuent d'augmenter leur part de marché aux dépens des autres matériaux. Le maintien de cette tendance dépendra, toutefois, de la façon dont l'industrie s'acquittera de ses obligations de gestion des déchets solides.

Orientation stratégique

En 1993-1994, le gouvernement de l'Ontario a tenu une série de discussions avec l'industrie des matières plastiques. Le résultat tangible de ce processus a été un document intitulé *A Winning Strategy*. Si cette stratégie est mise en œuvre, une mesure de sa réussite serait une diminution de 50 p. 100, d'ici 1999, du déficit commercial de l'Ontario au titre des produits en plastique. Cette réussite serait le fruit de la conjugaison d'efforts de remplacement des produits importés et d'expansion des exportations. La stratégie prévoit aussi l'établissement d'un institut de promotion du commerce et de développement des marchés qui, contre rémunération de ses services, apporterait de l'aide en matière d'exportation aux sociétés de l'industrie des matières plastiques.

La croissance de l'industrie canadienne des matières plastiques dans l'avenir sera grandement tributaire de sa capacité à développer des marchés d'exportation. Alors que les entreprises s'efforcent de demeurer concurrentielles à l'échelle internationale, il importe qu'elles aient accès à la meilleure information disponible. En vue d'atteindre cet objectif, et en collaboration avec l'industrie, le gouvernement :

- élaborera un cadre de la compétitivité du secteur des matières plastiques, et le fera connaître, pour aider les décideurs des entreprises et du secteur public; (Industrie Canada [IC])

- produira et diffusera un bulletin électronique appelé *Insight*, qui permettra aux intéressés d'avoir plus facilement accès aux renseignements sur les programmes et services publics, ainsi qu'à l'information commerciale stratégique; (IC)
- appuiera l'infrastructure qui permet d'offrir des services technologiques à l'industrie, et ce, afin d'aider les entreprises à bénéficier d'un avantage concurrentiel grâce à la technologie; (IC, Conseil national de recherches du Canada)
- aménagera des stands canadiens à des salons commerciaux choisis; même si les exposants canadiens viennent surtout de l'industrie des machines et des moules, les spécialistes en transformation bénéficient également des autres activités liées aux salons; (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international [MAECI], missions)
- envisagera la possibilité de conclure un accord d'échanges qui permettrait de détacher des fonctionnaires et de les affecter à un conseil d'exportation qui s'occuperait de l'industrie des matières plastiques; (MAECI, IC)
- réalisera des études comparatives, afin de permettre aux entreprises de mieux se placer par rapport à leurs concurrents canadiens ou étrangers; (IC)
- sensibilisera mieux les agents affectés au commerce quant aux besoins et aux compétences de l'industrie des matières plastiques.

Renseignements

Industrie Canada
 Direction générale des matériaux, produits
 chimiques et bio-industries
 235, rue Queen, 9^e étage est
 Ottawa (Ontario) K1A 0H5
 Téléphone: (613) 954-3070
 Télécopieur: (613) 952-4209

Matériaux de pointe

Les matériaux de pointe englobent une gamme de matériaux et procédés modernes permettant de concevoir et de fabriquer des produits aux propriétés nouvelles et améliorées. Ils peuvent servir soit à des applications structurelles, c'est le cas notamment dans les secteurs de la construction et de l'automobile, soit à des applications fonctionnelles, c'est le cas par exemple pour l'exploitation des propriétés de l'électronique ou de la supraconductivité. Le domaine n'est pas considéré un secteur comme les autres. Peu d'entreprises œuvrent uniquement dans ce domaine, et celles qui le font sont des petites et moyennes entreprises (PME). Pour les grandes entreprises (Inco, Noranda, Alcan, Sherritt Inc., etc.), la fabrication de matériaux de pointe, bien que faisant l'objet d'importants efforts de recherche et développement (R-D), ne représente qu'un pourcentage limité de leurs revenus.

Les matériaux de pointe comprennent, entre autres, les métaux, les céramiques, les polymères ainsi que leurs dérivés. Ils ont une grande valeur ajoutée, entrent au premier stade du cycle de vie des produits et sont utiles à un grand nombre d'industries.

Contexte international

Il est difficile d'estimer l'importance du marché des matériaux de pointe. Le domaine est extrêmement diversifié, la définition des matériaux de pointe diffère, et les données sur leur production et leur consommation sont souvent peu nombreuses. Les statistiques tirées du système harmonisé (SH) ou de la classification type des industries ne permettent pas de ventiler l'information sur les matériaux de pointe. Néanmoins, selon les estimations, le marché mondial des matériaux de pointe se chiffrera à 450 milliards de dollars d'ici l'an 2000, le marché américain intervenant pour 50 p. 100 du total.

Malgré la réduction rapide des dépenses en matière de défense ces dernières années et le ralentissement économique observé dans le monde industrialisé, les marchés des matériaux de pointe continuent de connaître une vigoureuse croissance. C'est le cas notamment dans le secteur des transports, où des pressions s'exercent au chapitre environnemental afin de concevoir des matériaux légers et recyclables. Dans les applications struc-

turelles civiles, comme les ponts, les ports de mer et les immeubles, le Japon, l'Europe et plus récemment les États-Unis mettent en œuvre des initiatives ayant pour objet de démontrer et de prouver l'utilité des matériaux de pointe (fibre pour renforcer le béton, barres de renforcement en polymères composites, etc.) dans ces nouveaux marchés.

En 1993, le marché des expéditions de matériaux composites de pointe s'élevait à quelque 2,7 milliards de dollars américains, et il devrait se chiffrer à 2,9 milliards en 1994, soit une augmentation de 6,2 p. 100. Dans l'ensemble, les matériaux composites continuent de connaître un rythme de croissance environ deux fois plus rapide que celui du produit intérieur brut (PIB) dans un pays industrialisé. Même si les matrices en métal et en céramique devraient connaître un taux de progression annuel d'environ 20 p. 100, leur valeur combinée représente moins de 5 p. 100 de la valeur totale prévue des matériaux composites en 1993. Les marchés japonais et européens devraient aussi enregistrer des taux de croissance similaires.

En 1993, le marché mondial des céramiques techniques se chiffrait à quelque 18 milliards de dollars américains, soit une hausse de 20 p. 100 par rapport à 1992, tandis que le marché mondial de l'ensemble des céramiques (verre, réfractaires, porcelaines, etc.) s'élevait à 90 milliards de dollars américains. Les cinq premières entreprises

productrices de céramiques techniques au monde sont les suivantes :

- Philips Electronics (Pays-Bas), 4,1 milliards de dollars américains;
- Kyocera (Japon), 3,1 milliards de dollars américains;
- Murata Manufacturing (Japon), 2,2 milliards de dollars américains;
- Saint-Gobain (France) 1,4 milliard de dollars américains;
- Corning Inc. (États-Unis), 1,2 milliard de dollars américains.

(Source : Une enquête menée en 1993 auprès de l'industrie de la céramique)

En 1993, le marché des céramiques techniques a continué de croître rapidement, avec la construction de huit nouvelles usines, six aux États-Unis, une dans la République tchèque et une au Japon. La récession en Europe et le ralentissement économique au Japon réduisent les débouchés pour les céramiques techniques sur ces marchés, mais la situation devrait s'améliorer en 1995-1996.

Situation intérieure

Par rapport aux matériaux traditionnels, mesuré en dollars, le segment actuel des matériaux de pointe du Canada est peu important. Nous sommes un intervenant secondaire dans ce secteur, comparativement à l'Europe, au Japon et aux États-Unis.

Selon une étude récente parrainée par l'Association canadienne pour les structures et matériaux composites, le marché canadien des matériaux composites en polymère se chiffrait à 1,4 milliard de dollars en 1993. Environ 20 p. 100 de ce marché est composé de matériaux composites de pointe en polymère.

De plus en plus, nos grandes entreprises de transformation des métaux se lancent dans la mise au point, la production et la commercialisation de matériaux modernes à valeur ajoutée. Alcan, par exemple, est le plus important fabricant au monde de composites de matrices en aluminium. D'autres

sociétés comme Inco, Noranda et Sherrit Inc. s'emploient activement à tirer parti des possibilités de développement de matériaux de pointe.

Le Canada exploite avec succès des créneaux comme ceux des matrices en métal, des poudres métalliques, des céramiques et des polymères. Il existe des possibilités pour une croissance marquée à long terme.

Orientation stratégique

En 1995-1996, on s'emploiera surtout à aider les PME canadiennes à avoir un meilleur accès à la technologie étrangère liée aux matériaux de pointe et aux renseignements commerciaux sur les États-Unis, l'Europe et le Japon. Les possibilités de maillage à l'échelle internationale seront appuyées par l'organisation de conférences et d'ateliers, entre autres, en vue de favoriser le transfert de technologie, l'établissement de partenariats en R-D et le développement de nouveaux marchés. L'accent sera mis sur les entreprises qui produisent des matériaux de pointe et celles qui possèdent des procédés uniques d'application de matériaux de pointe. Seront aussi mises en œuvre des activités de courtage (alliances en R-D ou en commercialisation) auprès des entreprises, notamment celles œuvrant dans les secteurs de l'automobile, de la construction, de l'aérospatiale, des appareils médicaux ou exploitant d'autres créneaux particuliers. Dans cette optique, Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) axeront leur action sur les domaines suivants :

- Produire et diffuser INSIGHT, un produit électronique visant à fournir de l'information sur les sociétés et les intervenants canadiens œuvrant dans le domaine des matériaux de pointe. (Industrie Canada)
- Soutenir financièrement l'organisation de deux conférences internationales, Enercomp '95, qui portera sur les matériaux composites et l'énergie, et ICCM 10, où il sera question des matériaux composites. (Industrie Canada, MAECI)

- Rechercher des débouchés aux termes des accords canado-américains sur le partage du développement industriel pour la défense et de la production de défense. Les États-Unis représentent le marché d'exportation prioritaire des fabricants canadiens de matériaux de pointe. La reprise économique observée dans ce pays, conjuguée à l'amélioration des avantages concurrentiels du Canada par rapport aux principales économies industrielles d'outre-mer, devrait favoriser une vigoureuse croissance des investissements dans les installations de production de matériaux de pointe et les applications connexes. Le marché américain est aussi intéressant pour l'acquisition de technologies et la commercialisation de produits et de procédés basés sur les matériaux de pointe. (MAECI, Industrie Canada)
- Organiser une rencontre de représentants de PME, d'agents de la technologie industrielle, de responsables de laboratoires publics, d'agents en matière technologique provenant des États-Unis, de l'Union européenne (UE) et du Japon en vue de discuter des besoins en technologie et en investissement dans le domaine des matériaux de pointe, ainsi que des débouchés connexes, et d'échanger des renseignements sur les marchés d'exportation. (MAECI, Industrie Canada, Conseil national de recherches du Canada [CNRC])
- En collaboration avec l'industrie, le secteur public et le milieu universitaire, travailler à la mise sur pied d'un réseau axé sur le transfert de technologie (y compris la création de partenariats) et les débouchés à l'exportation. (MAECI, Industrie Canada)
- Explorer la possibilité d'établir des liens avec le Japon, qui bénéficie d'un avantage technologique établi dans le domaine des matériaux de pointe et constitue une importante source de technologie. Le Fonds de coopération scientifique et technologique avec le Japon, administré par le MAECI, continuera d'être utilisé pour appuyer la réalisation de divers projets conjoints en sciences et en technologie. À noter que les travaux du Japon liés à la technologie des matériaux composites destinés aux ponts et aux structures pourraient mener à des applications commerciales en Amérique du Nord. Les fabricants japonais d'automobiles sont de plus en plus intéressés à accroître leur utilisation de matériaux légers, comme ceux en magnésium ou en aluminium et les matériaux composites. (MAECI)
- Améliorer la collecte et la diffusion des rapports produits par les principales missions à l'étranger et portant sur les technologies et les renseignements commerciaux. (MAECI, Industrie Canada)
- Rechercher des débouchés stratégiques en vue d'établir des coentreprises entre des sociétés canadiennes et européennes dans le secteur des matériaux de pointe. L'aérospatiale, les produits de la construction et le matériel de transport de surface pourraient aussi offrir des possibilités. Certaines entreprises européennes possèdent des compétences particulières dans le domaine des matériaux composites en polymère et ont réalisé des progrès considérables pour ce qui est de la mise au point d'applications commerciales civiles connexes. (MAECI, missions à l'étranger)
- Appuyer la participation des entreprises canadiennes à la Journée européenne des matériaux composites, et les possibilités de maillage. En Europe, cette conférence est la plus importante activité pour ce qui est de l'échange d'idées sur les matériaux composites. (MAECI, Industrie Canada)

Renseignements

Industrie Canada
 Direction générale des matériaux, produits
 chimiques et bio-industries
 235, rue Queen, 9^e étage est
 Ottawa (Ontario) K1A 0H5
 Téléphone : (613) 954-3070
 Télécopieur : (613) 952-4209

Produits chimiques et plastiques et matériaux de pointe

Activité	Date	Endroit	Ministère	Téléphone
Canada				
Groupe d'experts du secteur des matériaux nouveaux	à déterminer	Ottawa	INDCAN	613-954-3114
Forum sur la technologie et l'investissement sur les marchés internationaux pour les PME	à déterminer	Ottawa	INDCAN	613-954-3114
Amérique latine et Antilles				
Mission d'acheteurs du Mexique à Plast-Ex '95	mai 1995	Toronto	MAECI	613-995-8742
Mission d'acheteurs de produits chimiques de Trinité	mai 1995	Toronto, Montréal	MAECI	613-943-8807
Brasilplast '95	18 mai 1995	Sao Paulo, SP	MAECI	613-996-5549
Divers marchés				
Mieux connaître les produits chimiques et les matières plastiques	en cours	Ottawa	INDCAN	613-954-3016
Cadre de compétitivité du secteur des matières plastiques	avril 1995	Ottawa	INDCAN	613-954-3016
Plast-Ex '95 — Pavillon international	mai 1995	Toronto	Ontario	416-325-6661
Enercomp '95	8 mai 1995	Montréal	INDCAN	613-954-3114
Métallurgie mécanique — Congrès mondial TEC '95	14 mai 1995	Seattle	INDCAN	613-954-3118
Dixième conférence internationale sur les matériaux composites	14 août 1995	Whistler, C.-B.	INDCAN	613-954-3140
K '95 : Salon sur les matières plastiques	oct. 1995	Düsseldorf	MAECI	613-996-1530
États-Unis				
Colloque sur les débouchés des produits chimiques sur le marché américain	à déterminer	diverses villes canadiennes	MAECI	613-944-7486
Mission d'acheteurs des États-Unis à Plast-Ex '95	mai 1995	Toronto	MAECI	613-944-7486
Base de données sur les fabricants de matériel de traitement des matières plastiques	juin 1995	à déterminer	MAECI	613-944-7486
Étude des débouchés commerciaux du matériel de traitement des matières plastiques	sept. 1995	à déterminer	INDCAN	613-944-7486
Mission de fabricants de moules et de teintures	déc. 1995	Akron, Cleveland	MAECI	613-944-7486
Mission de NEEF à Chem Show	déc. 1995	New York	MAECI	613-994-7486
Europe de l'Ouest et Union européenne				
Journées européennes des composites	26 juil. 1995	Paris	INDCAN	613-954-3114

Note : Les dates et les lieux sont sujets à changement.

Acronymes et sigles utilisés dans le Plan de promotion du commerce extérieur

(Cette liste ne comprend pas les références spécifiques aux secteurs)

ACDI	Agence canadienne de développement international	ISO	Organisation internationale de normalisation
ACN	Association canadienne de normalisation	MAECI	ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
AG CAN	Agriculture et Agro-alimentaire Canada	MAPAQ	ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec
ALE	Accord de libre-échange Canada-États-Unis	MDN	ministère de la Défense nationale
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain	MPO	ministère des Pêches et Océans
ANASE	Association des nations de l'Asie du Sud-Est	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
APECA	Agence de promotion économique du Canada atlantique	OMC	Organisation mondiale du commerce
BBS	babillard électronique	OTAN	Organisation du Traité de l'Atlantique Nord
BFDRQ	Bureau fédéral de développement régional, Québec	PDME	Programme de développement des marchés d'exportation
BMD	banques multilatérales de développement	PIB	produit intérieur brut
CCC	Corporation commerciale canadienne	PPCE	Plan de promotion du commerce extérieur
CEI	Communauté des États indépendants	PME	petites et moyennes entreprises
CCI	Centre de commerce international	PENU	Programme pour l'environnement des Nations Unies
CNRC	Conseil national de recherches du Canada	PNB	produit national brut
CRDI	Centre de recherches en développement international	RADAR	Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires
DEO	Diversification économique de l'Ouest	R-D	recherche et développement
DRHC	Développement des ressources humaines Canada	RNCan	Ressources naturelles Canada
EC	Environnement Canada (ENVCAN)	SCF-RNCan	Service canadien des forêts - Ressources naturelles Canada
FFCE	Forum pour la formation en commerce extérieur	SEE	Société pour l'expansion des exportations
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce	UE	Union européenne
IC	Industrie Canada (INDCAN)		
IFI	institutions financières internationales		



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Canada