

HC  
116.5  
.C514  
v. 4



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

Expansion industrielle  
régionale

Regional Industrial  
Expansion

---

---

## Profils de compétitivité

---

---

AVIS

Les ébauches de Profils de compétitivité ci-jointes ont été élaborées par le ministère de l'Expansion industrielle régionale au cours de l'exercice financier 1985-1986. Il s'agit d'une évaluation préliminaire de la compétitivité actuelle des industries auxquelles se rattachent les activités du ministère. Ces profils seront révisés, mis à jour et améliorés en ce qui a trait à leur champ d'application suite aux consultations permanentes auprès de l'industrie.

DEPARTMENT OF REGIONAL  
INDUSTRIAL EXPANSION  
LIBRARY

NOV 3 1987

BIBLIOTHEQUE  
MINISTERE DE L'EXPANSION  
INDUSTRIELLE REGIONALE

TABLE DES MATIÈRES

VOLUME IV

Industrie de la peinture et du revêtement  
Produits pétrochimiques  
Produits pharmaceutiques et médicaments  
Industrie des produits en matière plastique  
Industrie des machines de production d'articles en matière plastique  
et en caoutchouc  
Le secteur du verre de première transformation (Contenants et plaques)  
Industrie sidérurgique CTI (291) -  
Secteur de l'équipement de production de l'électricité  
L'édition  
Secteur du matériel de production de pâte et de papier  
Industrie du wagon a marchandises  
Commerce de détail  
Secteur maritime  
L'industrie spatiale  
Véhicules à usages spéciaux et autres  
Industrie du sciage résineux  
Bardeaux de bois  
Enregistrements sonores  
Industrie des articles de sport  
Secteur des résines synthétiques  
Matériel de telecommunications  
Textiles  
Articles de toilette  
Industrie des jeux et des jouets  
Commerce de gros  
Industrie du fil métallique et de ses produits (Révisé)



## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

### INDUSTRIE DE LA PEINTURE ET DU REVÊTEMENT

#### 1. Structure et rendement

##### a) Structure

Ce secteur, qui porte ci-dessous le nom de secteur des revêtements, regroupe des établissements dont l'activité principale est la fabrication de divers revêtements comme peintures, vernis, laques, vernis gomme-laque, teintures à l'huile et solvants. Le secteur se divise en deux sous-secteurs, soit les "revêtements commerciaux" et les "revêtements industriels" qui se partagent respectivement environ 48 et 52 pour cent des expéditions.

Les revêtements commerciaux, qui souvent sont appelés revêtements architecturaux aux États-Unis, comprennent les revêtements intérieur et extérieur pour maison qui se vendent en gros et au détail auprès du grand public, des peintres et des entrepreneurs domiciliaires. Les revêtements industriels comprennent ceux utilisés par les fabricants d'automobiles, d'appareils ménagers et de machines, de meubles, d'emballages, ainsi que les revêtements servant à l'entretien industriel, à la signalisation routière, et à la réparation des automobiles et des machines.

En 1985, le secteur comprenait 148 établissements, comptait environ 7 000 employés et expédiait des marchandises d'une valeur totale de 1 218 millions de dollars. Soixante-dix-huit pour cent, ou 115 de ces établissements, comptaient moins de 50 employés et représentaient 19 pour cent des expéditions en 1972, et 29 pour cent en 1983. En 1972, 60 pour cent des expéditions ont été réalisées par des entreprises comptant 100 employés ou plus, et ce pourcentage est passé à 50 pour cent en 1983. Les expéditions nationales représentaient 87 pour cent du marché national apparent qui s'élevait à 1 372 millions de dollars en 1985. L'industrie est axée sur l'échelle nationale, les exportations représentant moins de 2 pour cent de l'ensemble des expéditions.

L'industrie est en grande partie contrôlée par des intérêts étrangers. Sur les douze plus importants fabricants de revêtements, deux sont canadiens, trois sont contrôlés par des intérêts britanniques, et les autres sociétés sont des filiales d'entreprises américaines. On estime que ces douze compagnies réalisent plus de 50 pour cent des expéditions.

Le secteur est en grande partie concentré en Ontario et au Québec d'où proviennent 85 pour cent des expéditions. De 1972 à 1983, la ventilation régionale du secteur a un peu changé, l'Ontario réalisant 62 pour cent des expéditions en 1983 par rapport à 57 pour cent en 1972. La plupart des grandes entreprises de fabrication de revêtements industriels se trouvent dans le sud de l'Ontario, et les producteurs importants de peintures commerciales se sont établis dans les centres métropolitains. Des fabricants régionaux de peintures commerciales établis à travers le pays desservent les marchés locaux en concurrence avec les entreprises nationales.

L'intégration verticale dans ce secteur est minime. La plupart des fabricants de revêtements achètent leurs fournitures auprès de fabricants ou d'importateurs de produits chimiques. Le pourcentage des matières importées varie selon le genre de revêtement. Pour certains revêtements spéciaux, par exemple, jusqu'à 50 pour cent des matériaux utilisés peuvent être importés. On estime que dans l'ensemble environ 25 pour cent des matériaux utilisés par le secteur est importé. Quelques grands fabricants produisent certaines matières premières pour leur propre usage comme les résines alkydes et les émulsions de résines d'acétate acrylique et polyvinyle, et quelques autres importeraient d'autres matières premières des sociétés mères; toutefois, ces achats inter-sociétés ne sont pas des particularités importantes de l'industrie, dans l'ensemble.

En 1985, 92,8 pour cent des marchandises importées au Canada provenaient des Etats-Unis, et le Canada a expédié 83,2 pour cent de ses exportations vers ce pays. A titre de comparaison, ces chiffres étaient en 1978 de 89,5 et de 73,4 pour cent respectivement. On peut constater une dépendance commerciale de plus en plus grande envers les Etats-Unis. Les revêtements spéciaux et industriels constituent la majeure partie de l'activité commerciale. Très peu de revêtements commerciaux (architecturaux) traversent les frontières internationales. L'augmentation assez importante des importations, ces dernières années, peut être attribuée en grande partie à la réorganisation d'une multinationale, qui a fermé son usine canadienne de revêtements industriels en 1982 et qui expédie maintenant à partir des Etats-Unis, à la hausse des importations d'un grand fabricant d'automobiles de son usine de revêtements aux Etats-Unis, et à la chute du taux de change.

Les revêtements sont commercialisés de plusieurs moyens. Plus de 40 pour cent des revêtements commerciaux sont vendus conformément à des contrats conclus entre des fabricants et de grandes chaînes comme Canadian Tire, La Baie, Sears, Le Castor, et d'autres. Cinquante huit pour cent de ces revêtements sont vendus directement à de petites quincailleries et à des centres de décoration à partir des entrepôts. Le reste se vend dans les magasins appartenant aux fabricants. En général, les revêtements industriels sont vendus par des distributeurs, sauf les fabricants d'équipement d'origine qui sont directement approvisionnés.

Le transport est un élément important du coût, et tout spécialement en ce qui concerne les revêtements commerciaux. Dans certains cas, le transport peut représenter 10 pour cent du prix de vente. Les frais de transport ne sont pas aussi importants pour les revêtements industriels qui sont habituellement des produits à marge plus élevée. De plus, les revêtements industriels vendus aux fabricants d'équipement d'origine sont souvent expédiés en vrac, ce qui réduit considérablement les frais de transport.

#### b) Rendement

De 1972 à 1985, l'augmentation réelle annuelle dans ce secteur a été nulle, par rapport à 2,2 pour cent dans toutes les industries manufacturières. La faible croissance dans les revêtements commerciaux peut être attribuée à l'adoption répandue de produits pré-décoratifs qui demandent peu d'entretien comme les bardages d'aluminium et de vinyle, les papiers peints et les panneaux, et à la réduction des mises en chantier de logements. Une baisse des ventes d'automobiles, la réduction de la taille des automobiles, la pénétration continue de pièces de plastique ne demandant pas de peinture dans l'industrie des appareils ménagers et de l'électronique, et la diminution des ventes de machines et outillage agricoles ont eu des effets négatifs sur les revêtements industriels.

Le nombre d'emplois est passé de 8 495 en 1973 à 6 291 en 1984, le nombre d'employés affectés à la production ayant baissé de 3,8 pour cent seulement (ou de 491). Dans la même période le nombre d'employés non-affectés à la production, a baissé de 41,3 pour cent (ou de 2 073). Cette baisse du nombre d'emplois peut être attribuée aux mesures prises en vue d'accroître la productivité, à l'introduction de l'informatique dans les bureaux et à l'augmentation des ventes auprès des grandes chaînes qui a eu pour effet de réduire le nombre de vendeurs itinérants.

Le prix des matières premières a continué à grimper à un moment où, dans l'ensemble, les fabricants ne pouvaient faire entièrement assumer aux clients l'augmentation à cause d'une concurrence serrée, en particulier dans le secteur des revêtements commerciaux. Par conséquent, de 1972 à 1982, la valeur ajoutée par dollar d'expédition a baissé de 1 pour cent par année.

D'après Statistique Canada, le profit net moyen de l'industrie après impôt a été, de 1976 à 1983, de 3,5 pour cent des ventes. D'après une enquête menée par la National Paints and Coatings Association à Washington, le secteur a enregistré aux Etats-Unis, pendant la même période, un profit après impôt de 2,6 pour cent des ventes.

Au Canada, la productivité n'a pas augmenté au même rythme qu'aux États-Unis. De 1972 à 1982, la tendance de la valeur ajoutée par ouvrier de production au Canada n'a pas augmenté alors qu'elle a augmenté de 2 pour cent par année aux États-Unis.

De 1972 à 1985, les importations ont augmenté à un rythme annuel moyen de 16 pour cent pour atteindre 173 millions de dollars en 1985. Elles se sont toutefois accélérées ces dernières années, ayant augmenté de 34 pour cent en 1984 par rapport en 1983 et de 31 pour cent en 1983 par rapport en 1982. Pendant cette même période, les exportations ont augmenté à un taux annuel moyen de 35 pour cent pour atteindre 19 millions de dollars en 1985, alors qu'elles n'étaient que de 2 millions de dollars en 1972. Le déficit commercial au chapitre des revêtements est passé de 21 millions de dollars en 1972 à 154 millions de dollars en 1985, ce qui représente un taux annuel moyen d'augmentation pendant ces douze années de 19 pour cent.

Il semble que les problèmes avec lesquels est aux prises le secteur canadien tels le coût à la hausse des matières premières, une concurrence serrée des prix des revêtements commerciaux, une piètre rentabilité et une faible croissance sont très semblables à ceux que vit l'industrie des revêtements dans d'autres pays industrialisés.

## 2. Points forts et points faibles

### a) Facteurs structurels

Les fabricants canadiens de revêtements exploitent habituellement sur une échelle beaucoup plus petite que leurs homologues américains. Ils produisent des lots qui dépassent rarement trois mille gallons, alors qu'aux États-Unis, des lots de dix mille gallons sont chose courante. Par conséquent, la productivité est plus faible au Canada.

Un nombre de matières premières, dont certaines sont sujettes à un tarif douanier, sont importées. En raison de ce fait et des achats de quantité moindre, les matières premières coûteraient au moins 5 pour cent de plus au Canada qu'aux États-Unis.

Une grande partie de l'industrie est contrôlée par des intérêts étrangers. En général, ces filiales visent à desservir le marché national sous des tarifs relativement élevés, et ont peu de possibilités de vendre à l'échelle internationale.

En raison des frais de transport, qui malgré tout font obstacle à l'importation de revêtements commerciaux, il est difficile pour les entreprises n'ayant qu'une seule usine et une politique qui vise le marché national de réaliser des profits en concurrence avec les fabricants régionaux qui desservent les marchés locaux.

Les activités de recherche et de développement sont limitées au Canada. La plupart des entreprises canadiennes n'ont pas les ressources pour effectuer des travaux approfondis de R-D. Quant aux entreprises étrangères, la plupart du R-D est effectué dans les installations de la société-mère. Par conséquent, le Canada ne dispose pas de beaucoup de revêtements spéciaux qu'il puisse exporter.

### b) Facteurs liés au commerce

Le tarif douanier canadien sur les revêtements, qui est actuellement de 9,9 pour cent ad valorem, sera abaissé à 9,2 pour cent en 1987. Ce tarif, qui était au début beaucoup plus élevé, a considérablement influé sur les décisions des multinationales à installer des usines au Canada. Les tarifs aux États-Unis, le seul partenaire commerçant important du Canada au chapitre des revêtements, variera entre 3,1 et 10 pour cent pour les revêtements du genre bensénoïdique en 1987 et entre 0 et 3,1 pour cent pour les revêtements du genre non bensénoïdique. Le tarif de la CEE sera abaissé à 10 pour cent en 1987.

### c) Facteurs technologiques

Dans la plupart des cas, l'industrie canadienne des peintures et des revêtements ne semble pas être considérablement en arrière du reste du monde sur le plan technologique. De façon générale, les entreprises canadiennes ont accès à de la technologie moderne par l'intermédiaire

de leur société-mère ou des fournisseurs de matières premières. En règle générale, toutefois, l'innovation technologique au sein de cette industrie ne produit qu'une petite augmentation nette de la demande. Comme la plupart des biens durables ont déjà un revêtement, les nouvelles techniques de revêtement évincent habituellement les plus anciennes mais n'augmentent pas les niveaux généraux de la demande.

### 3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

Dans l'ensemble, l'industrie des peintures et des revêtements n'a pas souvent eu recours aux stimulants gouvernementaux. L'industrie tant canadienne qu'américaine est préoccupée par les règlements fédéraux et provinciaux (des États) au sujet de l'hygiène, de la sécurité, de l'environnement, du transport et de l'étiquetage. L'industrie canadienne oeuvre en étroite collaboration avec les ministères en cause par l'intermédiaire de l'Association canadienne de l'industrie de la peinture et du revêtement. Il n'y a aucun programme fédéral ou provincial spécifique à cette industrie.

### 4. Évolution de l'environnement

L'industrie du revêtement devrait continuer à croître à un rythme inférieur à celui de l'ensemble manufacturier en raison de la popularité de plus en plus grande de systèmes concurrentiels, du peu de mises en chantier et de la réduction de la taille des automobiles. Étant donné cette situation, l'industrie aura beaucoup de difficulté à atteindre une échelle d'exploitation efficace, à obtenir la matière première à des coûts concurrentiels, et à augmenter la R-D, à moins qu'un effort de consolidation et(ou) de rationalisation ne soit déployé.

Il semble que cet effort commence à prendre forme car un grand fabricant a acquis un certain nombre d'usines de moindre taille et un autre a disposé de certaines divisions pour se concentrer vers des domaines plus spécialisés.

### 5. Évaluation de la compétitivité

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne des revêtements est axée sur le marché national et ses coûts ne sont pas concurrentiels à l'échelle internationale. Parmi les facteurs sous-jacents, mentionnons une faible productivité, les coûts élevés des matériaux, et un contrôle étranger important du secteur qui ont tendance à limiter la mise au point au Canada de revêtements spéciaux destinés aux marchés national et d'exportation. Il y a quelques entreprises canadiennes qui fabriquent des revêtements spéciaux, et ces produits représentent une partie importante des exportations canadiennes qui s'élèvent à 19 millions de dollars.

Préparé par: Direction générale des industries de transformation des richesses naturelles  
**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation  
des richesses naturelles

Date: 31 décembre 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR: Industrie des Peintures et des Revêtements CTI: 375 (base de 1980)

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	154	143	147	138	151	-	-
Emplois	8,615	7,145	7,170	6,413	6,725	6,291	-
Expéditions (millions de dollars)	259	747	880	835	975	1,081	1,218
Produit intérieur brut (millions de dollars constants)	115	124	121	101	122	115	-
Investissements (millions de dollars)	-	22	23	14	15	17	20
Profits après impôt (millions de dollars)	-	48	52	33	62	-	-
(% du revenu)	-	4.0	4.0	2.7	4.5	-	-

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de dollars)	2	9	12	13	15	19	19
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	257	738	868	822	960	1,062	1,199
Importations (millions de dollars)	18	86	98	85	111	149	173
Marché canadien (millions de dollars)	275	824	966	907	1,071	1,211	1,372
Exportations en % des expéditions	0.7	1.2	1.4	1.6	1.5	1.8	1.6
Importations en % du marché canadien	6.5	10.4	10.2	9.4	10.4	14.0	12.6
Source des importations (%) (4 principales)			É.-U.	C.E.E.			AUTRES
Part en % des importations totales -	1981		89.5	8.9			1.6
	1982		91.7	7.1			1.2
	1983		92.9	6.4			0.7
	1984		93.3	5.8			0.9
	1985		92.8	6.5			0.7
Destination des exportations (%) (4 principales)			É.-U.	C.E.E.			AUTRES
Part en % des importations totales -	1981		80.0	4.8			15.2
	1982		72.7	1.7			25.6
	1983		82.6	2.2			15.2
	1984		84.7	2.3			13.0
	1985		83.2	3.8			13.0

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	3	27	52	6	12
Emplois - % du total	2	29	53	5	11
Expéditions - % du total	2	27	57	4	10

Bien que des données plus récentes ne soient pas encore disponibles, l'analyse est fondée sur des estimations et des renseignements recueillis auprès d'autres sources et grâce à des consultations au sein de l'industrie.

#### 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des princi- pales usines</u>	<u>Genre de revêtements</u>
1) Bapco	(É.-U., R-U)	Ont.	commercial
2) Sico	canadien	Qc	commercial (une partie industriel)
3) PPG Industries	É.-U.	Ont.	surtout industriel
4) International Paints	R-U	Qc	commercial - industriel
5) Glidden	É.-U.	Ont.	commercial - industriel
6) C-I-L	R-U	Ont.	industriel
7) Benjamin Moore	É.-U.	Ont.	commercial - industriel
8) Desoto	É.-U.	Ont.	commercial
9) Inmont	É.-U.	Ont.	industriel
10) Du Pont	É.-U.	Ont.	industriel
11) Color-Your- World	É.-U.	Ont.	commercial
12) Selectone	É.-U.	Ont.	commercial

On estime que ces douze entreprises effectuent plus de 50 pour cent des expéditions de l'industrie.



## PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

### PRODUITS PÉTROCHIMIQUES

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### Structure

Les produits pétrochimiques sont des produits chimiques organiques fabriqués à partir de matières premières ou de "charges d'alimentation" dérivées du pétrole brut ou du gaz naturel. L'industrie consomme environ 4 % de la production intérieure de pétrole brut et 30 % de la production intérieure de gaz naturel. C'est à partir de ces charges d'alimentation que sont produits les produits pétrochimiques de première transformation ou produits pétrochimiques de base, dont les plus importants sont les suivants :

1. les oléfines : l'éthylène, le propylène, le butadiène
2. les composés aromatiques : le benzène, le toluène, les xylènes
3. le méthanol

Bien que l'ammoniaque soit produite à partir du gaz naturel, sa production n'est pas incluse dans les statistiques qui accompagnent le présent profil. L'ammoniaque n'est pas un produit chimique organique et on la considère d'ordinaire comme un produit chimique agricole.

Transformés encore davantage, les produits pétrochimiques de première transformation deviennent des produits pétrochimiques intermédiaires comme le styrène, le dichlorure d'éthylène, et les molécules de résines plastiques de grande dimension comme le polyéthylène et le chlorure de polyvinyle. Les produits pétrochimiques intermédiaires sont consommés à leur tour comme matières premières par des industries qui produisent une vaste gamme de produits comme le caoutchouc synthétique, les plastiques, les peintures, les encres, les adhésifs et les textiles synthétiques.

Si les industries consommatrices de produits pétrochimiques intermédiaires peuvent s'approvisionner en matières premières aussi bien sur le marché intérieur qu'à l'étranger, les producteurs de produits pétrochimiques primaires et intermédiaires, de leur côté, sont totalement interdépendants et ne peuvent survivre à long terme que dans la mesure où leurs exploitations respectives sont à la fois concurrentielles et rentables.

L'industrie pétrochimique représente plus de 60 % de l'industrie canadienne de fabrication de produits chimiques. La capacité de production est concentrée dans quatre provinces (Alberta : 43 %, Ontario : 42 %, Québec : 11 %, Colombie-Britannique : 4 %) et elle est répartie dans environ 55 emplacements de production.

L'industrie emploie directement environ 15 000 personnes. L'industrie pétrochimique contribue au maintien de quelque 50 000 emplois en amont liés aux systèmes d'approvisionnement et de soutien et de quelque 125 000 autres emplois en aval qui se rattachent aux industries de transformation. Les industries de transformation des produits pétrochimiques ont tendance à s'établir à proximité des marchés, de sorte que la plupart des emplois créés en aval ont bénéficié à l'Ontario et au Québec. La croissance de l'industrie pétrochimique en Alberta n'a pas modifié cette tendance.

Dans la majorité des cas, les entreprises du secteur sont de grandes sociétés multinationales, la plupart sous contrôle étranger. Polysar est une importante société multinationale appartenant à des intérêts canadiens.

Bien qu'il existe un certain degré d'intégration au Canada entre les sociétés productrices de produits pétrochimiques primaires et intermédiaires, cette intégration s'étendant même jusqu'aux industries consommatrices de produits intermédiaires dans le secteur alimenté au pétrole, il y en a très peu dans le secteur alimenté au gaz.

Il est beaucoup plus important pour des sociétés du secteur alimenté au gaz, qui dépend des exportations, d'être intégrées à une société-mère étrangère (américaine en général). Des sociétés comme Dow, Union Carbide et Celanese commercialisent ainsi leurs produits par l'entremise de sociétés affiliées américaines.

La propriété gouvernementale est peu importante dans l'industrie. Le gouvernement fédéral est propriétaire à 11,8 % de la Corporation de développement des investissements du Canada, à qui appartient Polysar, un fabricant de caoutchouc synthétique complètement intégré. Par le biais de sa Société générale de financement, le gouvernement du Québec participe à 50 % à titre d'associé dans Pétromont, l'entreprise québécoise de production d'éthylène.

Les États-Unis sont, de loin, le plus important partenaire commercial du Canada en matière de produits pétrochimiques : ils absorbent environ 60 % des exportations canadiennes et fournissent environ 75 % des importations.

#### Rendement

Au Canada, avant 1967, l'industrie pétrochimique était vouée aux besoins du marché intérieur et elle était largement tributaire de mesures de protection tarifaire. Selon la politique pétrolière nationale de l'époque, le marché de l'Ontario était réservé au pétrole de production intérieure, dont le prix de vente était supérieur de 1,25 \$ le baril au prix international de 2,50 \$ le baril du pétrole vendu à Montréal.

En 1967, le Kennedy round du GATT a débouché sur d'importantes réductions des tarifs de protection canadiens, ce qui, au cours des quelques années suivantes, a entraîné la fermeture d'une bonne partie de l'industrie canadienne, y compris l'important complexe pétrochimique de Shawinigan (Québec) et une grande partie de l'industrie pétrochimique naissante de l'Alberta, axée sur le gaz comme charge d'alimentation.

C'est à l'occasion de la première crise pétrolière provoquée par l'OPEP en 1973 et de la décision du gouvernement du Canada de maintenir les prix énergétiques canadiens en-deça des niveaux mondiaux que l'industrie pétrochimique canadienne a bénéficié pour la première fois d'un avantage de coût en matière de charges d'alimentation. A partir du milieu des années 70, tant à cause de l'entrée en exploitation d'installations d'envergure mondiale qu'à la faveur d'une politique énergétique qui maintenait l'avantage comparatif des coûts de charges d'alimentation pour le Canada par rapport à ses principaux concurrents internationaux, le déficit habituel du secteur au titre du commerce extérieur a été rapidement réduit. Un solde commercial excédentaire a été enregistré pour la première fois en 1979.

A cause de la récession mondiale commencée en 1982 et du fléchissement des prix énergétiques à l'extérieur du Canada, l'avantage des coûts de charges d'alimentation dont jouissait le Canada a été réduit, sinon éliminé et, en dépit de la mise en production d'installations de production additionnelles d'envergure mondiale, le Canada a enregistré en 1984 un solde déficitaire au titre du commerce des produits pétrochimiques.

L'industrie a enregistré des pertes totales (avant impôt) de plus de 700 millions de dollars pour la période de trois ans allant de 1982 à 1984 et elle a continué d'afficher des pertes jusqu'en 1985.

### STATISTIQUES SUR L'INDUSTRIE PÉTROCHIMIQUE

<u>EN MILLIONS DE DOLLARS</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Investissement brut	4,628	6,059	7,355	7,729	8,326
Dette à court et à long terme	1,383	2,247	3,049	3,196	3,588
<b><u>Profits (Pertes)</u></b>					
Avant intérêts et impôt	918	569	(7)	41	228
Après intérêts, avant impôt	n.d.	345	(244)	(250)	(218)
Après intérêts et impôt	426	198	(129)	(124)	(132)

## **2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES**

### **a) Facteurs structurels**

Comparativement à la plupart des pays industrialisés, le Canada est avantagé sur le plan de la disponibilité de ressources énergétiques, notamment pour ce qui est du gaz naturel. Étant donné que la consommation d'hydrocarbures, tant comme charges d'alimentation que comme combustibles, peut représenter jusqu'à 70 % du coût de production des produits pétrochimiques, la disponibilité et le prix des hydrocarbures revêtent une importance critique pour l'industrie.

Dans l'industrie pétrochimique de l'Ouest, c'est surtout le gaz qui sert de charge d'alimentation, tandis que, dans l'Est, on a plutôt eu tendance à utiliser le pétrole comme produit de base. Les deux composantes principales du coût de production des produits pétrochimiques ont trait aux hydrocarbures et aux capitaux.

	<u>%</u>
Hydrocarbures (matière première et combustible)	60 - 70
Capital (coût initial des immobilisations et coûts d'entretien)	25 - 35
Autres	<u>5</u>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

L'existence de contrats sur coûts de services et de contrats avec clause prendre ou payer s'appliquant à l'éthylène a eu une importance critique pour la croissance de l'industrie albertaine de l'éthylène et des dérivés du pétrole. Étant donné qu'une croissance ininterrompue des prix énergétiques était prévue à l'échelle mondiale, ces types de contrats étaient destinés à garantir aux producteurs de dérivés pétrochimiques de l'Alberta un avantage de coût toujours plus considérable en matière de charges d'alimentation, ce qui devait leur permettre de compenser les désavantages occasionnés par des coûts d'immobilisations plus élevés et par des frais de transport et des droits tarifaires onéreux se rattachant à l'approvisionnement des marchés d'exportation à partir d'une région enclavée.

Les coûts d'immobilisations sont plus élevés au Canada que sur la côte du Golfe à cause du climat, de l'absence de concentration industrielle et de la syndicalisation de la main-d'oeuvre.

En raison du fait que notre population est relativement peu nombreuse et très dispersée, nous sommes pénalisés sur le plan des coûts des transports et les installations pétrochimiques canadiennes d'envergure mondiale doivent exporter une proportion beaucoup plus considérable de leur production que leurs principaux concurrents américains de la côte du Golfe.

Le Canada, étant donné qu'il dispose d'une base industrielle bien développée et d'une main-d'oeuvre très compétente et très qualifiée, est très avantage par rapport aux pays en développement bien pourvus en ressources énergétiques qui tentent de percer dans le secteur de la pétrochimie.

**b) Facteurs liés au commerce**

Les tarifs ont une importance considérable dans les échanges de produits pétrochimiques et les taux ont généralement tendance à augmenter proportionnellement au degré de valorisation du produit. Voici des exemples de taux qui s'appliquent aux produits chimiques produits en grande quantité au Canada.

<u>Taux au 1er janvier 1987</u>	<u>Canada</u>	<u>É.-U.</u>	<u>CEE</u>	<u>Japon</u>
<u>Produits pétrochimiques de base</u>				
Éthylène	Zéro	Zéro	Zéro	5.8%
Méthanol	10%	18%	13%	4.9%
<u>Produits pétrochimiques intermédiaires</u>				
Styrène	7.5%	7.4%	6%	8%
Dichlorure d'éthylène	10%	0.6¢/lb. + 3%	12%	5.8%
Éthylène glycol	10%	12.5%	12.5%	28 yen/kg
Polyéthylène				

Les barrières non tarifaires n'ont pas eu beaucoup d'importance dans le commerce des produits pétrochimiques. Les membres de l'industrie se sont toutefois montrés préoccupés par la montée du protectionnisme partout dans le monde, ce qui pourrait donner lieu à un recours accru aux barrières non tarifaires.

Certains des pays moins développés bien pourvus en ressources naturelles qui font actuellement concurrence au Canada sur les marchés d'exportation jouissent du Tarif de préférence général sur bon nombre de leurs marchés cibles. L'imposition par la CEE de quotas aux produits auxquels s'applique le Tarif de préférence général et la possibilité que le Japon fasse de même réduiront toutefois les désavantages éventuels que cette situation pourrait occasionner aux exportateurs canadiens.

**c) Facteurs technologiques**

L'industrie a l'avantage d'être dotée dans une large mesure d'installations de production modernes qui sont concurrentielles à l'échelle mondiale tant en raison de leur taille que de leur perfectionnement technologique. Plus des deux tiers des immobilisations de l'industrie au Canada ont moins de huit ans. De plus, l'industrie consacre quelque 250 millions par année à l'amélioration constante de ses installations, pour rester à la fine pointe sur le plan technologique.

**d) Autres facteurs**

Au cours des dernières années, les taux d'intérêt au Canada ont été supérieurs en moyenne de 0,5 à 1,0 point de pourcentage à ceux des États-Unis (l'écart était plus

considérable au début de 1986). Étant donné que les coûts de capital des installations pétrochimiques sont plus élevés au Canada que sur la côte du Golfe des États-Unis, les taux d'intérêt ont d'autant plus d'incidence sur la rentabilité du capital investi.

Antérieurement, lorsque les prix énergétiques canadiens étaient inférieurs aux niveaux mondiaux, les taux de change se répercutaient sur les marges brutes, étant donné que les prix des charges d'alimentation étaient établis en fonction d'une tarification énergétique en devises canadiennes et que les prix de vente étaient établis en fonction des prix de la côte du Golfe des États-Unis. Les recettes de vente augmentaient parallèlement au fléchissement de la valeur du dollar canadien, tandis que les coûts des charges d'alimentation restaient les mêmes. Avec la levée des mesures de contrôle du secteur énergétique, les taux de change ont désormais une incidence à peu près nulle sur les marges bénéficiaires.

### 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

#### Palier fédéral

La plus grande partie des immobilisations faites au Canada dans le secteur pétrochimique l'ont été dans un contexte de réglementation du secteur énergétique qui avait pour raison d'être le maintien des prix énergétiques canadiens en-deça des cours mondiaux. Telle a été la situation de 1973 à 1982. A partir de cette dernière date, les prix internationaux de l'énergie se sont effondrés sans que le régime réglementé canadien puisse s'adapter. Les prix pétroliers canadiens ont donc augmenté jusqu'à dépasser les cours internationaux.

Dans le rapport qu'il remettait au gouvernement fédéral en février 1984, un groupe de travail de l'industrie recommandait plusieurs modifications de la tarification énergétique et de la fiscalité destinées à rendre plus sensibles aux forces du marché les prix des matières premières de l'industrie pétrochimique canadienne et à réduire les taxes s'appliquant à la vente des produits pétrochimiques.

Lorsque toutes les dispositions de l'Accord de l'Ouest de mars 1985 sur la tarification énergétique auront été mises en vigueur (1<sup>er</sup> janvier 1989), la plupart des recommandations en matière d'énergie du groupe de travail auront été suivies. L'industrie continuera toutefois d'être non concurrentielle à moyen terme à cause du très faible niveau des prix énergétiques internationaux et des effets résiduels de l'imposition de certaines des taxes afférentes à la politique antérieure de réglementation énergétique. A titre d'exemple, la taxe spéciale sur les revenus des produits pétroliers et du gaz sera supprimée graduellement et ne disparaîtra complètement qu'à la fin de 1988.

#### Palier provincial

La plupart des immobilisations pétrochimiques ont été faites en Alberta. L'industrie n'y a cependant bénéficié d'aucune aide particulière; au contraire, la politique de décentralisation en vertu de laquelle les nouvelles usines devaient s'établir à l'extérieur des grandes régions métropolitaines a occasionné des pénalités importantes à l'industrie en termes de coûts d'immobilisation. Les redevances provinciales qui s'appliquent au pétrole et au gaz représentent environ 30 % du prix au point d'extraction de ces produits.

#### 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Une bonne partie des nouvelles installations de production pétrochimique établies dans le monde vers la fin des années 70 et le début des années 80 l'ont été dans des emplacements où les ressources énergétiques étaient abondantes, en raison de l'importance primordiale de la sécurité d'approvisionnement en charges d'alimentation et des coûts de ces charges d'alimentation.

Les approvisionnements énergétiques étant devenu moins préoccupants et les prix de l'énergie ayant fléchi récemment de façon spectaculaire, il est probable que la capacité de production pétrochimique accrue qui sera nécessaire d'ici aux premières années de la prochaine décennie s'établira en fonction des critères traditionnels et donc dans les pays industrialisés, qui constituent les débouchés de l'industrie pétrochimique. Il se peut que des pays de développement bien pourvus en ressources énergétiques continuent d'être en mesure d'attirer certains investissements s'ils sont disposés à consentir des rabais importants par rapport aux cours énergétiques internationaux, mais il est probable que les pays en voie de développement ne joueront qu'un rôle de second plan dans la prochaine ronde d'accroissement de la capacité de production pétrochimique.

Si l'effondrement des prix pétroliers internationaux donne lieu à une croissance accrue dans le monde industrialisé, la surcapacité mondiale actuelle de production pétrochimique sera épongée plus rapidement qu'on ne l'avait prévu. Les prix actuels sont trop bas pour justifier de nouveaux investissements. La capacité ne sera accrue que si les prix se redressent. Si cela se produit, la rentabilité de l'industrie canadienne existante devrait s'améliorer, même si aucun des nouveaux investissements n'est destiné au Canada.

Cependant, tout effondrement des prix internationaux du pétrole brut réduira encore davantage la compétitivité relative de l'industrie alimentée au gaz, puisque, sur la côte du Golfe des États-Unis, les prix des charges d'alimentation dérivées du gaz auront alors tendance à fléchir, tandis que le rajustement des prix albertains ne sera pas possible, en raison des taxes énergétiques fédérales résiduelles, des redevances provinciales et des contrats sur coûts de services. Le secteur alimenté au pétrole tirera parti de la chute du prix du pétrole, étant donné qu'il n'est pas prévu que les prix des produits dérivés fléchiront aussi rapidement ou autant que les prix du pétrole brut.

#### 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Étant donné que les coûts d'immobilisations sont plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, l'industrie canadienne, qui dépend fortement des exportations, ne peut être concurrentielle sur le plan international que dans la mesure où son avantage sur le plan du coût des matières premières suffit à compenser ses désavantages sur le plan des coûts d'immobilisations, du transport et des tarifs douaniers.

La récession de 1982 a eu de fortes répercussions sur l'industrie pétrochimique partout dans le monde : les prix des produits pétrochimiques continuent d'être très bas, il existe encore une importante capacité excédentaire de production et les prix énergétiques internationaux continuent d'être faibles. L'avantage dont jouissait l'industrie canadienne sur le plan des coûts des charges d'alimentation n'existe plus dans le cas de l'industrie alimentée au pétrole et il est devenu extrêmement mince dans le cas de l'industrie alimentée au gaz.

Les pertes de l'industrie se sont chiffrées à plus de 700 millions de dollars (avant impôt) au cours de la période de trois ans allant de 1982 à 1984 et l'industrie a continué d'afficher des pertes en 1985. L'effondrement des prix internationaux du pétrole brut réduira encore davantage la compétitivité du secteur alimenté au gaz, tandis qu'elle sera avantageuse pour le secteur alimenté au pétrole.

#### Secteur alimenté au pétrole

En l'absence de réglementation, le secteur alimenté au pétrole ne pourra jamais reprendre l'avantage, étant donné que le prix du pétrole brut à Montréal ou à Sarnia sera supérieur à celui de la côte du Golfe des États-Unis d'un montant de 0,50 \$ - 0,75 \$ le baril correspondant à l'écart du coût de transport.

Pour favoriser un retour à la compétitivité des producteurs d'éthylène alimentés au pétrole, on a recommandé qu'ils puissent s'adapter à diverses charges d'alimentation et utiliser aussi bien les liquides du gaz naturel (LGN) que les charges d'alimentation à base de pétrole. Polysar et Pétromont s'orientent dans ce sens. En décembre 1985, le gouvernement a annoncé une contribution de 55,8 millions de dollars à Pétromont pour la conversion et la modernisation des installations.

Aucun investissement de grande envergure n'est prévu dans le secteur alimenté au pétrole, bien que la possibilité de projets particuliers existe, p. ex. : un nouveau client consommateur d'éthylène pour Pétromont; la fabrication du méthyl-tertiobutylque, un agent antidétonnant; une usine utilisant comme charge d'alimentation la production excédentaire de propylène de Polysar.

Il est probable que la rationalisation de l'industrie se poursuivra et que les unités de production plus anciennes et de plus petite taille fermeront leurs portes.

#### Secteur alimenté au gaz

Une bonne partie du secteur alimenté au gaz est obligée de fonctionner à des coûts élevés en raison des contrats sur coûts de services et des contrats avec clause prendre ou payer qui s'appliquent aux approvisionnements en gaz, même lorsque l'exploitation n'est pas rentable. La rentabilité ne sera restaurée que lorsque les prix internationaux de l'énergie auront augmenté en termes réels ou lorsqu'il y aura un redressement des prix des produits pétrochimiques ou lorsque ces deux conditions seront réunies.

En l'absence de réglementation du secteur énergétique, toutefois, l'avantage sur le plan des coûts des charges d'alimentation dont disposerait l'Alberta se limiterait aux coûts de transport de la matière première par pipeline à destination des marchés américains ou de ceux de l'est du Canada. Cet avantage ne suffirait pas à faire contrepois aux désavantages de coûts d'immobilisations ou de coûts de transport qui caractérisent la production pétrochimique de l'Alberta.

PRÉPARÉ PAR : DIRECTION DE LA TRANSFORMATION DES RICHESSES

NATURELLES, MEIR

Original Signed By

R. H. McGEE

Original Signé Par

Sous-ministre adjoint

Date : 24 mars 1986

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : Produits pétrochimiques

CTI : 373 & 3783

<u>1. PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Établissements	N/A	55	58	61	57	52
Emplois	7,979	13,168	16,281	15,455	14,653	14,438
Expéditions (en millions de dollars)	452	4,220	5,022	4,434	4,992	5,258
Produit intérieur brut (en millions de dollars constants de 1971)						
Investissements (en millions de dollars)	1,020	4,628	6,059	7,355	7,729	8,326
Profits après impôt (en millions de dollars)		426	198	(129)	(124)	(132)
(% des ventes)		13.9	5.2	(3.7)	(3.2)	(3.4)

<u>2. STATISTIQUES COMMERCIALES</u>	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Exportations (en millions de dollars)	94	1,234	1,466	1,368	1,556	1,645
Expéditions canadiennes (en millions de dollars)	290	1,832	2,371	2,074	2,313	2,279
Importations (en millions de dollars)	249	1,171	1,226	1,043	1,475	1,693
Marché canadien (en millions de dollars)	539	3,003	3,597	3,117	3,788	3,972
Exportations en % des expéditions	25	40	38.2	39.7	40.2	42
Importations en % du marché canadien	46	39	34.1	33.5	38.9	43

<u>Sources des importations (4 principales)</u>	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>Japon</u>	<u>Autres</u>
1981	77.1	15.8	1.6	5.5
1982	76.2	16.5	1.4	5.9
1983	75.7	15.0	1.4	7.9
1984	74.8	17.1	1.3	6.8
1985	71.0	19.4	1.7	7.9

<u>Destination des exportations (4 principales)</u>				
1981	52.6	23.3	6.5	17.6
1982	52.8	20.2	5.8	21.2
1983	56.3	15.7	8.4	19.6
1984	57.8	14.0	9.5	18.7
1985	57.5	11.0	8.7	22.8

3. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
1. Polysar	canadienne à 100 %	Sarnia (Ontario)
2. Dow	américaine à 100 %	Fort Saskatchewan Alb.), Sarnia (Ont.)
3. Novacor Chemical	canadienne à 100 %	Joffre (Alb.) Medicine Hat (Alb.)
4. Union Carbide	américaine à 75 %	Sarnia (Ont.) Montréal-Est (Qc) Prentiss (Alb.)
5. Du Pont	américaine à 73 %	Sarnia (Ont.) Maitland (Ont.)
6. Shell	néerlandaise à 79 %	Sarnia (Ont.) Montréal (Qc) Scotford (Alb.)

\*Bien que les catégories 373 et 3783 de la CTI englobent tous les produits pétrochimiques, elles englobent également des produits non pétrochimiques. Il n'existe pas de catégorie statistique distincte réservée aux seuls produits pétrochimiques. La plupart des données proviennent de l'industrie.



# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### Profil de compétitivité

#### Produits pharmaceutiques et médicaments

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

Au Canada, l'industrie des produits pharmaceutiques et des médicaments fabrique une vaste gamme de produits destinés à prévenir ou à soigner les maladies de l'homme et des animaux. Ces produits peuvent être classés dans les grandes catégories suivantes :

#### En pourcentage du volume des ventes au Canada

. Spécialités médicales	
a) sur ordonnance	45 %
b) sans ordonnance	25 %
. Produits exclusifs	22 %
. Produits vétérinaires	6 %
. Produits biologiques	2 %

Les spécialités médicales ne font pas l'objet d'une publicité adressée aux consommateurs et se vendent sur ordonnance ou suivant la recommandation des spécialistes de la santé. La catégorie des spécialités médicales est composée en grande partie de médicaments particuliers mis au point par d'importantes sociétés pharmaceutiques internationales et rigoureusement protégés par des brevets internationaux. En général, les entreprises qui fabriquent ces produits bénéficient d'une certaine exclusivité et d'une certaine latitude en matière d'établissement des prix. Les médicaments exclusifs sont généralement offerts en vente libre dans des pharmacies et font l'objet d'une publicité destinée à tous les consommateurs. Les produits biologiques comprennent les vaccins, les produits à base d'hormones et les produits sanguins et sont utilisés le plus souvent par les spécialistes de la santé. Aux fins de la statistique, ce secteur d'activité est classé sous le code CTI 374 (produits pharmaceutiques et médicaments). Pour la première fois en 1984, les expéditions totales des fabricants ont dépassé 2 milliards de dollars.

La distribution des produits pharmaceutiques se fait surtout par voie des pharmaciens (environ 65 %) et des hôpitaux (15 %) et, pour le reste, par divers autres intermédiaires (épiceries, vétérinaires et autres spécialistes de la santé). Les produits biologiques sont principalement achetés par les gouvernements provinciaux.

L'industrie est dominée, à l'échelle mondiale, par un certain nombre de grandes sociétés multinationales qui produisent habituellement des principes actifs entrant dans la fabrication de produits, dans leur pays d'origine, dans des emplacements à proximité d'importants marchés et, plus récemment, dans certains pays offrant un traitement fiscal favorable. La concentration de l'activité s'accroît et la centralisation de la R-D s'accroît à mesure qu'augmentent les fonds et le temps nécessaires pour mettre au point et commercialiser de nouveaux produits.

Au Canada, l'industrie pharmaceutique est composée d'environ 130 entreprises de fabrication et dominée, à l'exception du secteur des produits biologiques, par des sociétés internationales. La participation canadienne à cette industrie dont les actifs s'élèvent à 1,3 milliard de dollars n'est que de 15 % et elle prend surtout la forme de petites entreprises. Des 30 sociétés pharmaceutiques dominantes au Canada, seulement 2 sont canadiennes; les 28 autres sont des filiales de sociétés multinationales étrangères. Ces dernières détiennent près de 80 % du marché canadien et de l'actif de l'industrie. Ces sociétés internationales, dont American Home Products, le groupe Merck-Frosst,

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Ciba-Geigy et Johnson & Johnson, jouent un rôle prédominant sur le marché canadien, mais aucune d'entre elles n'occupe plus de 7,5 % du marché. Les entreprises canadiennes produisent principalement des médicaments à dénomination commune. Le sous-secteur des produits biologiques est dominé par les entreprises canadiennes mais les gouvernements y jouent un rôle important. Ce sous-secteur regroupe un très petit nombre d'entreprises, la principale étant Connaught Laboratories qui demeure l'un des cinq exportateurs d'une gamme complète de vaccins du monde occidental.

Pour ce qui est de la distribution régionale, 84 % des établissements de fabrication de l'industrie pharmaceutique sont concentrés dans les provinces de l'Ontario (50 %) et du Québec (34 %), le reste étant surtout situé dans les provinces de l'Ouest.

Seulement 14 % de la production mondiale font l'objet d'un commerce international. Il y a un important commerce à la fois de principes actifs et de produits sous forme posologique dans les pays d'Europe et ces derniers exportent de grandes quantités aux pays du Tiers-Monde. En Amérique du Nord, toutefois, le commerce des produits sous forme posologique est très limité puisque les importations tant canadiennes qu'américaines correspondent à moins de 10 % de la demande intérieure. Les filiales importent plutôt les principes actifs servant à la fabrication de produits qui sont ensuite conditionnés en vue de la vente sur le marché local. Il s'agit d'une activité importante à laquelle est attribuable plus de 60 % de la valeur ajoutée totale. Ainsi, guère plus de 7 % des expéditions canadiennes sont destinées à l'exportation, dont 30 % aux États-Unis, 13 % aux pays de la CEE et le reste, surtout aux pays d'Amérique centrale, d'Amérique du Sud, de l'Extrême-Orient et du Moyen-Orient. Plus des deux tiers des importations canadiennes sont des principes actifs dont plus de la moitié provient des États-Unis.

Le sous-secteur restreint des produits biologiques fait exception puisqu'il exporte d'importantes quantités de vaccins pour les humains. Le commerce dans ce sous-secteur est de plus en plus déterminé par les achats centralisés considérables d'organismes tels que l'UNICEF et l'Organisation panaméricaine de la santé (OPS), achats qui ont provoqué une vive concurrence mondiale et une baisse marquée des prix. Il peut suffire d'une seule offre rejetée pour qu'un fabricant perde une part importante de son marché d'exportation durant une ou deux années. Le transfert de la technologie aux pays en voie de développement, en retour d'un accord d'approvisionnement à long terme en vaccins en vrac, est un moyen de plus en plus courant par lequel un fabricant peut s'assurer des débouchés à l'étranger. Les programmes de financement (surtout appuyés par le gouvernement) jouent un rôle de plus en plus important à cet égard.

### b) Rendement

Les investissements dans l'industrie pharmaceutique canadienne ont augmenté progressivement et totalisent 100 millions de dollars en 1982 mais sont brusquement tombés à 82,3 millions en 1983. Le taux de croissance des expéditions a augmenté, en moyenne, de 12,3 % par année au cours des cinq années qui ont mené à 1979 et de 14,9 % durant les cinq années prenant fin en 1984. Le nombre d'emplois dans l'industrie s'est accru légèrement, passant de 14 649 en 1973 à 15 268 en 1983. De 1973 à 1983, la part du produit intérieur brut attribuable à l'industrie a augmenté de 43 % en termes réels. Cette croissance correspond à un taux annuel moyen réel de 5,3 % de 1973 à 1978; ce taux est tombé à 2,1 %, en moyenne, entre 1978 et 1983. Cette industrie est généralement considérée à l'abri de la récession mais la diminution de son apport au PIB en 1980 et en 1982 est la cause du faible taux de croissance enregistré entre 1978 et 1983. Selon les prévisions, l'industrie devrait avoir un taux de croissance réel de 5 % en 1986.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Dans l'ensemble, la situation financière de l'industrie est bonne. Au cours de la période de cinq ans prenant fin en 1982, le rendement après impôt a atteint 15 % en moyenne, soit une amélioration par rapport aux cinq années précédentes. L'industrie pharmaceutique reste l'un des secteurs de fabrication les plus profitables au Canada.

Les sommes dépensées en recherche et en développement se sont élevées à 65 millions de dollars en 1983, soit 3,5 % de la valeur des expéditions. La part de la R-D mondiale effectuée au Canada est l'une des plus faibles qui soient enregistrées dans les pays industrialisés où les dépenses en R-D totalisent généralement entre 8 et 15 % de la valeur des ventes de produits pharmaceutiques.

### 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

#### a) Facteurs structurels

Étant donné l'absence de sièges sociaux des sociétés multinationales, la structure de l'industrie canadienne se présente comme un réseau tronqué de succursales. Ces dernières effectuent très peu de R-D parce que les sociétés mères préfèrent centraliser cette activité au siège social ou dans les centres à proximité de marchés importants; en outre, elles produisent très peu de principes actifs et se limitent presque exclusivement à la fabrication de produits sous forme posologique. L'industrie canadienne ne dispose donc pas de moyens essentiels à la mise au point de produits innovateurs ou à la création d'importants marchés d'exportation. La plupart des pays industrialisés où l'industrie est fortement intégrée exportent des quantités beaucoup plus grandes. En Suisse, 67 % des expéditions de produits pharmaceutiques sont destinées à l'exportation, au Royaume-Uni, 42 %, en Allemagne, 27 %, en France, 25 % et aux États-Unis, 12,6 %.

Au Canada, les installations de production regroupent à la fois des usines modernes à capacité élevée et des usines plus vieilles fortement axées sur la main-d'oeuvre. Toutefois, puisque le marché canadien est limité, soit seulement 1,5 % de la consommation mondiale, et qu'il existe un grand nombre de produits concurrents dans chacune des diverses catégories thérapeutiques, la plupart des séries de production au Canada sont courtes et la plupart des usines sont exploitées durant un poste de travail seulement. La majorité des filiales canadiennes de sociétés multinationales doivent respecter des restrictions territoriales touchant les exportations.

Les entreprises canadiennes du secteur des produits à dénomination commune cherchent à accroître leurs marchés extérieurs mais ces efforts ne se traduisent pas par une augmentation appréciable des exportations à cause de la taille relativement restreinte du secteur.

Le sous-secteur des produits biologiques, caractérisé par le prédominance des entreprises canadiennes, ne subit pas les effets restrictifs d'une structure caractérisée par un réseau de succursales et il est la composante la plus solide de l'industrie pharmaceutique canadienne. Ce sous-secteur, dont l'activité de R-D est intense et dont le rôle innovateur est déjà bien établi, notamment dans le domaine des vaccins pour les humains, a eu beaucoup de succès sur les marchés d'exportation en dépit du fait que la population canadienne est trop réduite pour soutenir une entreprise de fabrication d'une gamme complète de vaccins pouvant se livrer à la concurrence mondiale.

#### b) Facteurs liés au commerce

La plupart des produits sous forme posologique importés au Canada sont assujettis à un tarif NPF de 10,4 % qui sera réduit à 9,5 % en 1987. Aux États-Unis, ces mêmes produits pharmaceutiques sont actuellement frappés d'un tarif variant de 3,3 % à 4 %, mais ces derniers devraient tomber à 3,1 % et 3,7 % respectivement en 1987.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Les tarifs NPF applicables aux principes actifs importés au Canada varient de la franchise à un maximum de 13,1 %; la plupart de ces produits pharmaceutiques sont frappés d'un tarif d'environ 10 % qui fléchira à 9,2 % en 1987. Aux États-Unis, les tarifs prélevés sur les principes actifs de produits pharmaceutiques en provenance du Canada varient de la franchise à 24,9 % mais le tarif applicable à la plupart d'entre eux se situe entre 3 % et 10 % et doit être réduit en 1987. Puisque l'industrie pharmaceutique canadienne produit actuellement très peu de principes actifs, ces tarifs sont sans conséquence importante.

A l'heure actuelle, les produits biologiques dont l'insuline, les vaccins, les sérums et le plasma peuvent être importés en franchise à la fois au Canada et aux États-Unis.

Les principales barrières non tarifaires au commerce international des produits pharmaceutiques sont les règlements de protection de la santé appliqués par les pays importateurs. Certains pays se servent de la réglementation comme barrière commerciale afin de stimuler la croissance de leur industrie des produits pharmaceutiques.

A titre d'exemple, les États-Unis ont adopté des règlements qui ont pour effet de bloquer l'importation sur ce marché de produits biologiques canadiens (vaccins). Il s'agit d'exigences administratives rigoureuses qui n'ont rien à voir avec la qualité des produits pour la plupart et auxquelles doivent se conformer les producteurs canadiens. Ces exigences sont la principale raison pour laquelle le plus important fabricant canadien de vaccins, Connaught Laboratories, a décidé de s'installer à Swiftwater (Pennsylvanie) pour approvisionner le marché américain.

Les entreprises canadiennes du secteur des produits de dénomination commune vendent, en vertu d'une licence obligatoire, leurs copies de produits de marque dans les grands pays industrialisés offrant une protection rigoureuse sous forme de brevets. Ces ventes sont donc limitées aux produits non brevetés qui offrent de faibles marges bénéficiaires et suscitent une vive concurrence. Toutefois, les entreprises vendent des quantités considérables de produits assortis d'une licence obligatoire dans les pays du Tiers-Monde.

### c) Facteurs technologiques

Puisque les entreprises en mains canadiennes du secteur pharmaceutique sont de petite taille pour la plupart, il est peu probable que l'industrie proprement canadienne atteigne l'envergure nécessaire pour se lancer dans la découverte de médicaments. Au Canada, seul le sous-secteur des produits biologiques (vaccins), où les entreprises sont canadiennes et où les gouvernements jouent un grand rôle, se livre à des activités intenses de R-D et d'innovation des produits.

A l'heure actuelle, il n'existe pas au Canada d'industrie de produits de chimie fine (fermentations). Il est donc peu probable que l'industrie pharmaceutique canadienne tire parti des découvertes récentes en génie génétique. L'absence de cette composante fondamentale doit être jugée comme un obstacle important à la création d'un secteur canadien de production lié à la biotechnologie avancée.

### 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Dans presque tous les pays, l'industrie pharmaceutique est soumise au contrôle étroit et à la réglementation rigoureuse du gouvernement.

Au Canada, la Loi des aliments et drogues confère au gouvernement fédéral de vastes pouvoirs de contrôle direct de la sûreté, de l'efficacité et de la qualité de tous les médicaments vendus au Canada et l'autorise à déterminer les réseaux de distribution et les critères d'étiquetage. Cette loi, administrée par le ministère de la Santé et du

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Bien-être social, a pour objet de protéger la santé des consommateurs et de garantir de bonnes méthodes de fabrication. De façon générale, les règlements applicables aux médicaments vendus au Canada sont parmi les plus reconnus au monde et sont synonymes de produits de très haute qualité.

Un autre mécanisme fédéral qui a eu des répercussions importantes sur l'industrie pharmaceutique a été la modification de la Loi sur les brevets en 1969. En conséquence, le Commissaire des brevets a été autorisé à délivrer des licences obligatoires permettant l'importation de produits pharmaceutiques sous forme posologique ou de matières premières servant à les fabriquer par les concurrents de l'entreprise détenant le brevet. Le Canada a été le seul pays industrialisé à adopter cette mesure qui constituait un instrument de sa politique de concurrence.

Cette modification a donné lieu à la création d'un secteur canadien de produits de dénomination commune dont les entreprises se servent des dispositions de la Loi sur les brevets pour produire des copies de produits de marque. Le gouvernement examine actuellement les dispositions de la loi.

Ni le gouvernement fédéral ni les provinces n'ont de programmes d'aide financière propres à ce secteur.

#### 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Sur le plan international, la mise au point de nouveaux produits est l'activité qui sous-tend les investissements et les bénéfices de l'industrie pharmaceutique. Pour la plupart des entreprises innovatrices, les dépenses annuelles moyennes en R-D représentent habituellement entre 8 % et 10 % des ventes. Au cours des vingt dernières années, il y a eu une forte hausse des sommes et du temps nécessaires à la mise au point de nouveaux médicaments. En dollars constants, le montant nécessaire pour mettre au point et commercialiser un nouveau produit chimique est passé de 8,8 millions de dollars en 1962 à 60 millions en 1980, sans tenir compte des dépenses en immobilisations. Le temps nécessaire à cette activité a aussi augmenté, passant de 3 à 5 ans au début des années 1960 à 8 à 12 ans de nos jours, et même plus dans certains cas.

Le seuil des dépenses annuelles en recherches en deça duquel il est peu probable qu'une entreprise arrive à mettre au point un nouveau produit dépasse 35 millions de dollars, ce qui suppose que l'entreprise réalise des ventes annuelles de 230 à 430 millions de dollars. Ce seuil élevé est probablement la plus importante cause de la concentration croissante de l'industrie pharmaceutique internationale ainsi que de la centralisation accrue des activités de recherche et de développement. Compte tenu de l'absence de sièges sociaux de sociétés multinationales et d'un important marché, l'industrie canadienne sera donc probablement désavantagée.

Les progrès et les innovations réalisés en biotechnologie depuis le début de années 1970, notamment la recombinaison génétique et la fusion cellulaire, entraîneront éventuellement une transformation radicale de la mise au point et de la production des médicaments. Il en résultera aussi de nouvelles thérapies médicales.

De l'avis général, les progrès réalisés en biotechnologie provoqueront vraisemblablement une restructuration en profondeur de l'industrie pharmaceutique à partir de la fin des années 1980. L'importance des retombées est comparable à celle de la mise au point de la puce de silicium dans le domaine de l'informatique et de la découverte de nouvelles thérapies au cours des années 1930 à 1940.

Les techniques de génie génétique influenceront directement sur la production de principes actifs et permettront d'atteindre trois objectifs principaux, à savoir :

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- (i) d'améliorer la technologie classique des fermentations afin d'accroître les quantités produites et de réduire les coûts des procédés;
- (ii) de mettre au point des méthodes de production de matières ayant une valeur thérapeutique élevée dont l'approvisionnement est difficile ou très réduit, par exemple, l'insuline, les hormones de croissance humaine, l'interferon et l'interlukin II;
- (iii) de créer des médicaments très innovateurs par exemple, des antibiotiques et des vaccins nouveaux.

5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Dans l'ensemble, les filiales canadiennes de sociétés pharmaceutiques multinationales sont moins compétitives que leurs homologues à l'étranger pour les raisons que voici.

- (i) L'industrie pharmaceutique canadienne n'est pas verticalement intégrée. La plupart des principes actifs doivent être importés et ces matières représentent jusqu'à 40 % du coût du produit fini sous forme posologique.
- (ii) La capacité de production est sous-utilisée. Étant donné que les séries de production sont plus courtes et que la plupart des usines canadiennes sont exploitées durant un poste de travail seulement, les coûts d'immobilisation doivent être amortis sur une production plus limitée, ce qui rend les entreprises moins aptes à soutenir la concurrence.

Ces facteurs ont un effet déterminant sur la fabrication de produits non brevetés et de médicaments grand public, puisque les entreprises internationales ont tendance à produire des spécialités médicales rigoureusement protégées par des brevets, ce qui leur confère un monopole.

Les entreprises fabriquant des produits de dénomination commune en vertu de licences obligatoires obtiennent généralement les principes actifs nécessaires à des prix réduits de pays tels que l'Italie, la Hongrie, l'Argentine et d'autres. En outre, leur capacité de production est exploitée davantage. La combinaison de ces facteurs, de faibles dépenses en R-D et de coûts de commercialisation peu élevés permet aux fabricants de médicaments de dénomination commune de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux.

Par ailleurs, les entreprises canadiennes du secteur des produits de dénomination commune n'arrivent pas à bien s'implanter sur le marché international parce qu'elles se heurtent à divers obstacles dont l'absence de moyens de commercialisation internationale et les barrières non tarifaires qui les paralysent.

Dans le sous-secteur des produits biologiques, les entreprises canadiennes soutiennent très bien la concurrence, réussissant à conclure des marchés pour l'approvisionnement en vaccins prêts à l'emploi sous forme posologique et à négocier des ententes de transfert de technologie assorties d'achats à long terme de vaccins en vrac. Toutefois, les exportations canadiennes de vaccins pourraient être fortement réduites au cours de la prochaine décennie, si l'industrie n'arrive pas rapidement à assumer sa part des programmes d'aide bilatérale à l'étranger et à fournir

**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

de l'aide financière à des taux compétitifs. Une telle évolution pose un double danger, à savoir la diminution des ressources financières nécessaires à l'innovation et l'affaiblissement grave de ce secteur de l'industrie pharmaceutique canadienne.

Préparé par : Direction de la transformation des richesses naturelles  
**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

Original Signed By  
**R. H. McGEE**  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

Date : Le 5 mai 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Fiche d'information

Produits pharmaceutiques et médicaments

1. <u>Principales statistiques</u>	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Établissements	143	138	134	131	129	NA
Emplois (total)	14,649	15,800	16,058	15,707	15,268	NA
Expéditions (en millions de dollars)	536.3	1,144	1,327	1,560	1,785	2,060
Exportations (en millions de dollars)	38.9	89	104	118	144	149
Expéditions canadiennes (en millions de dollars)	497.4	1,055	1,223	1,442	1,641	1,911
*Importations (en millions de dollars)	109.9	365	404	441	510	538
Marché canadien (en millions de dollars)	607.3	1,420	1,628	1,883	2,151	2,449
Exportations en % des expéditions	7.3%	7.8%	7.8%	7.6%	8.1%	7.2%
Importations en % du marché canadien	18.1%	25.9%	24.8%	23.4%	23.7%	22.0%

\*Les importations de principes actifs servant à la fabrication de médicaments constituent environ les deux tiers de ces montants.

2. <u>Distribution régionale - 1983</u>	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Ouest</u>
Établissements (en % du total)	1.6	34.1	50.4	14.0
Emplois (en % du total)	0.3	41.0	56.4	2.3
Expéditions (en % du total)	0.3	42.8	55.0	2.0

3. <u>Commerce extérieur</u>		<u>É.-U.</u>	<u>CÉE</u>	<u>Japon</u>	<u>Autres</u>
Importations (en % du total)	1973	56.8	25.6	1.3	16.3
	1980	45.9	29.5	1.8	22.9
	1981	44.1	25.5	1.8	26.7
	1982	42.3	25.9	1.1	30.6
	1983	44.6	25.5	1.2	28.6
	1984	46.6	27.2	1.4	24.9
Exportations (en % du total)	1973	19.8	27.8	5.6	46.8
	1980	22.1	19.9	8.2	49.8
	1981	18.3	20.7	6.2	54.8
	1982	23.5	16.9	4.5	55.1
	1983	24.3	14.0	4.7	56.9
	1984	29.5	13.3	5.5	51.6

4. Principales entreprises

<u>Nom</u>	<u>Emplacement</u>	<u>1984</u>		
		<u>Part du marché (%)</u>	<u>Ventes au Canada (en millions de dollars)</u>	<u>Emplois</u>
<u>A. Filiales de sociétés multinationales étrangères</u>				
American Home Products	Montréal	7.5	151.0	1,360
Groupe Merck-Frosst	Montréal	6.3	127.7	760
Groupe Johnson & Johnson	Toronto	4.8	96.0	600
Ciba-Geigy	Toronto	4.5	90.6	350
<u>B. Fabricants de produits de dénomination commune</u>				
**Novopharm	Toronto	1.9	38.1	350
**Apotex	Toronto	1.2	23.3	130
Horner	Montréal	1.2	23.3	210

\*\* (entreprises canadiennes)

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Fiche d'information

Produits pharmaceutiques et médicaments

5. Concentration

Part des expéditions totales  
(en pourcentage - nombre d'établissements)

	Nombre moyen d'employés	Produits pharmaceutiques					
		1973	1975	1979	1981	1982	1983
Plus grandes entreprises	500-999	23.9 (6)*	16.1 (4)*	23.0 (6)*	24.5 (6)*	20.6 (5)*	21.1 (5)*
	200-499	39.8(17)	41.1(19)	34.2(16)	39.6(18)	42.7(18)	41.5(17)
	100-199	17.0(16)	22.3(17)	23.4(18)	17.8(17)	18.3(17)	19.7(18)
	50- 99	11.2(23)	11.8(21)	11.5(17)	11.4(21)	11.0(17)	9.3(20)
	20- 49	4.6(28)	6.9(35)	5.7(29)	5.2(24)	5.7(25)	6.7(19)
	10- 19	2.6(16)	0.7 (7)	1.5(17)	1.2(15)	1.4(17)	1.4(19)
	5- 9	0.4(13)	0.2 (8)	0.2 (8)	0.3 (9)	0.1 (3)	0.1 (8)
Plus petites entreprises	0- 4	0.5(24)	0.2(23)	0.5(33)	0.1(24)	0.2(29)	0.1(23)
*Établissements		(143)	(134)	(144)	(134)	(131)	(129)

6. Statistiques financières

	1973	1975	1979	1980	1981	1982	1983
Revenu total	676.3	843.7	1352.8	1438.3	1676.5	1876.9	1656**
Bénéfices après impôt							
- en millions de dollars	41.3	48.6	85.3	104.5	117.9	127.2	s.o.
- en % du capital utilisé	11.7	11.5	14.3	16.1	16.0	15.1	s.o.
- en % du revenu total	6.1	5.8	6.3	7.3	7.0	6.8	s.o.
Bénéfices non répartis (en millions de dollars)	199.4	223.0	330.7	351.7	416.6	503.8	s.o.
Ration d'endettement	0.7	0.9	0.9	0.9	0.9	0.8	s.o.
Ratio du fonds de roulement	2.2	2.0	2.0	2.0	1.9	2.0	s.o.
Investissements (en millions de dollars)	2.42	41.2	46.1	63.0	76.3	99.9	82.3

\*\*Ventes totales et non revenu totales

7. Statistiques sur la production

	Produits pharmaceutiques et médicaments CTI 374						
	1973	1975	1979	1980	1981	1982	1983
Travailleurs en % du nombre total d'employés	42.8	45.3	40.1	43.3	43.4	42.3	46.3
Salaires en % de la valeur des expéditions totales	.8	9.2	8.8	9.2	9.0	8.7	8.4
Salaires des employés en % de la valeur des expéditions	26.8	26.3	27.2	25.7	25.4	26.0	23.4
Coût des matières en % de la valeur des expéditions	33.2	37.6	38.9	37.0	34.5	34.7	32.2
Valeur ajoutée en % de la valeur des expéditions	72.2	69.9	70.9	69.6	73.1	73.1	74.0

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Fiche d'information

Produits pharmaceutiques et médicaments

8. Sources statistiques

- a Publication n° 46-223 au catalogue de Statistique Canada, Produits pharmaceutiques, produits de nettoyage et produits de toilette
- b Publication n° 46-209 au catalogue de Statistique Canada, Fabricants de produits pharmaceutiques et de médicaments
- c Publication n° 46-214 au catalogue de Statistique Canada, Fabricants de savon et de produits de nettoyage
- d Publication n° 31-001 au catalogue de Statistique Canada, Stocks, livraisons et commande des industries manufacturières
- e Publication n° 72-002 au catalogue de Statistique Canada, Emplois, gains et durée du travail
- f Publication n° 65-004 au catalogue de Statistique Canada, Exportations par marchandises
- g Publication n° 65-007 au catalogue de Statistique Canada, Importations par marchandises
- h Publication n° 61-207 au catalogue de Statistique Canada, Statistique financière des sociétés
- i Publication n° 61-205 au catalogue de Statistique Canada, Investissements privés et publics au Canada
- j IMS Drug Store and Hospital Purchases



# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

#### INDUSTRIE DES PRODUITS EN MATIÈRE PLASTIQUE

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

L'industrie des produits en matière plastique \* se compose d'établissements manufacturiers qui transforment les résines synthétiques et les matières plastiques en un large éventail de produits finis, en pièces pour d'autres produits manufacturés et en matières intermédiaires de formes diverses obtenues à l'aide de différentes méthodes de fabrication. Un tableau de l'industrie et des techniques de fabrication et des produits typiques est présenté aux annexes 1 et 2.

Les fabricants de produits en matière plastique dépendent des fournisseurs de matières premières, de machinerie et d'outillage. En général, ils peuvent choisir entre un grand nombre de ces fournisseurs au pays et à l'étranger. L'industrie obtient une proportion substantielle des renseignements techniques et de l'aide dont elle a besoin par l'entremise de ses fournisseurs, d'ententes avec d'autres compagnies (transfert de technologie) et de la vaste documentation disponible sur la transformation des matières plastiques.

En 1985, l'industrie a expédié des produits d'une valeur supérieure à 3,5 milliards de dollars fabriqués dans 1 000 établissements employant environ 32 000 employés. Ces chiffres ne tiennent pas compte de la production interne ou captive de sociétés telles que General Motors du Canada, Northern Telecom, Samsonite Luggage et d'autres grandes sociétés qui sont classées dans d'autres secteurs industriels.

La répartition régionale des établissements dans l'industrie est la suivante: 51 pour cent en Ontario, 26 pour cent au Québec, 20 pour cent dans les provinces de l'Ouest, 3 pour cent dans l'est du Canada. Pour ce qui est de l'emploi, la ventilation est la suivante: 63 pour cent en Ontario, 26 pour cent au Québec, 10 pour cent dans les provinces de l'Ouest et 1 pour cent dans l'est du Canada.

En 1983, vingt et un pour cent des établissements de l'industrie fabriquait 75 pour cent des expéditions et employait 64 pour cent des travailleurs affectés à la production. De ces établissements, les deux tiers appartenaient à des Canadiens. Quatre vingt-cinq pour cent du commerce extérieur du Canada de produits en matière plastique s'est fait avec les États-Unis, 5 pour cent avec les pays de la CEE et le reste avec d'autres pays en 1985.

Les importations de produits en matière plastique, qui se chiffraient à 1 milliard de dollars en 1985, se composaient pour une large part de pellicules et de feuilles (33 pour cent), et de matières plastiques travaillées et de produits finis (41 pour cent). Parmi les autres produits en matière plastique importés, mentionnons les conteneurs d'expédition (9 pour cent) et les matières laminées (7 pour cent). A titre d'exemple d'importations de pellicules et de feuilles citons les produits qui ne sont pas fabriqués au Canada comme la pellicule de polyester (par ex. "Mylar" et "Melinex") utilisée comme base de film

\* Le secteur comprend les établissements participant au recensement annuel des manufacturiers fait par Statistique Canada conformément aux C.T.I.: 1611 ("Industrie des produits en matière plastique en mousse et soufflée"), 1621 ("Industrie des tuyaux et raccords de tuyauterie en matière plastique"), 1631 ("Industrie des pellicules et feuilles en matière plastique"), 1691 ("Industrie des sacs en matière plastique"), 1699 ("Autres industries de produits en matière plastique N.C.A.") et 3256 ("Industrie des pièces et accessoires en matière plastique pour véhicules automobiles").

photographique et d'emballage pour les produits alimentaires, la pellicule inter-couche pour le verre de sécurité, la pellicule de chlorure de polyvinylidène ("Saran") pour l'industrie de l'emballage ainsi que pour la vente au détail à des fins domestiques pour emballer les aliments, les pellicules métallisées qui concurrencent le papier d'aluminium dans certaines applications d'emballage, les pellicules recouvertes d'un enduit spécial, et les pellicules décorées ou gravées de dessins qui ne sont pas disponibles au Canada. Parmi les exemples de matières plastiques travaillées et de produits finis, mentionnons les pièces d'appareils ménagers, les verres d'éclairage, les articles de maison et un large éventail d'autres produits.

Les exportations de produits en matière plastique, qui se chiffraient à 0,55 milliard de dollars en 1985, se composaient principalement de matières travaillées et de produits finis (50 pour cent), de conteneurs d'expédition (23 pour cent) et de pellicules et de feuilles (20 pour cent). Ces exportations comprenaient notamment des pièces automobiles, des boîtes de manutention pour boissons, des contenants pour le poisson, des sacs industriels, des revêtements pour planchers et murs, des pellicules d'emballages spéciaux et de nombreux autres produits.

### Rendement

Le secteur des produits en matière plastique a connu une croissance beaucoup plus rapide que l'ensemble du secteur manufacturier. Entre 1973 et 1985, la croissance annuelle moyenne du produit intérieur brut de l'industrie des produits en matière plastique était d'environ 5,8 pour cent, alors que l'ensemble du secteur manufacturier a connu une légère baisse. Entre 1973 et 1983, l'embauche dans l'industrie des produits en matière plastique a augmenté à un taux annuel de 2,6 pour cent alors qu'elle est demeurée à peu près constante pour l'ensemble du secteur manufacturier. Le nombre d'entreprises dans l'industrie du plastique a augmenté à un taux annuel moyen de 5 pour cent comparativement à 2 pour cent pour l'ensemble du secteur manufacturier.

La valeur ajoutée exprimée en proportion de la valeur des expéditions dans le secteur de la transformation des plastiques a baissé au cours de la période de 1973 à 1983, en grande partie parce que le coût des matières plastiques brutes utilisées par l'industrie a augmenté plus rapidement que le prix de vente des produits finis, à la suite d'augmentations marquées des prix du pétrole. Le principal facteur responsable de la tendance à la baisse du ratio valeur ajoutée/expéditions semble être une baisse de la rentabilité dans le secteur.

Le secteur a réussi à accroître ses exportations; le ratio exportations/expéditions est passé de 9 pour cent en 1980 à 15 pour cent en 1985. Au cours de la même période, le déficit commercial pour ces produits a continué d'augmenter à un taux annuel moyen de 6,7 pour cent. Depuis longtemps, les importations répondent à environ le quart des besoins du Canada de produits fabriqués en matière plastique.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

Dans l'ensemble, l'industrie des produits en matière plastique au Canada est désavantagée par rapport à son homologue aux États-Unis parce que les coûts des capitaux, les frais généraux et les coûts des matières brutes sont plus élevés.

Il semble que dans les conditions actuelles, les matières premières au Canada, qui sont protégées par des droits de douane de 10 pour cent, sont un peu plus chères -- d'environ 5 pour cent, selon certains cadres de l'industrie -- qu'aux États-Unis. Pour ce qui est des ventes sur la scène internationale, il ne s'agit peut-être pas d'un désavantage important parce que les règlements en matière de remboursement des droits de douane permettent aux exportateurs canadiens de marchander avec les fournisseurs pour obtenir un prix concurrentiel ou d'utiliser des matières premières étrangères et de réclamer une remise des droits de douane qu'ils auront payés. Le Canada est également désavantagé pour ce qui est des coûts en matière de commercialisation en raison de l'envergure moindre de cette

activité au Canada et des marchés plus dispersés qu'aux États-Unis. Il est plus difficile d'établir une comparaison d'autres coûts comme la main-d'oeuvre directe, les services d'eau et d'électricité, les frais d'usine et les frais administratifs parce que ces éléments sont influencés par l'emplacement de l'usine, le procédé utilisé, la taille de l'entreprise et par d'autres facteurs.

Pour ce qui est du marché canadien, ces désavantages pour le manufacturier au Canada peuvent être compensés dans une certaine mesure par les coûts plus élevés assumés par le manufacturier étranger en raison des coûts de transport, du besoin d'adapter le produit aux exigences canadiennes (par ex. l'emballage) et du besoin d'offrir des services concurrentiels aux clients. Dans l'ensemble, le désavantage du coût unitaire dans l'industrie canadienne des produits en matière plastique serait entre 3 et 4 pour cent (au taux de change actuel) comparativement à l'industrie américaine.

Les désavantages qui résultent des coûts de fabrication et des coûts de distribution plus élevés qu'entraînent la vente aux États-Unis ne sont pas insurmontables pour les exportations canadiennes qui se composent pour une large part de produits dont le design, la taille ou le matériau est inhabituel; il s'agit également de produits pour lesquels les marges de profit sont meilleures que dans le cas des produits de consommation et où la compétitivité entre un producteur canadien et américain est influencée par l'emplacement des installations de production. Par conséquent, même si l'ensemble de l'industrie canadienne est légèrement désavantagée par rapport à l'industrie américaine pour ce qui est des coûts, une entreprise canadienne individuelle peut jouir de certains avantages compensatoires résultant de l'emplacement, du design, des services ou d'autres facteurs. L'industrie au Canada dessert uniformément environ 75 pour cent du marché national, partiellement en raison de la protection tarifaire et partiellement en raison des facteurs d'emplacement qui favorisent les entreprises situées à proximité des marchés importants.

#### **b) Facteurs liés au commerce**

En 1987, le tarif douanier canadien visant les produits en matière plastique s'élèvera à 13,6 pour cent. Le tarif américain se situera entre 0 et 8,1 pour cent, et sera de 3,1 pour cent pour les produits tels que les pellicules et les tuyaux en plastique.

Pour l'ensemble de cette industrie, aucun obstacle non tarifaire important n'est évident, bien que dans certains sous-secteurs (par ex. celui des tuyaux en plastique), des pressions se sont fait sentir en conséquence des règlements encourageant l'achat de produits américains.

#### **c) Facteurs technologiques**

Dans l'industrie des produits en matière plastique, il se produit constamment des changements et des améliorations dans la machinerie, le matériel et les procédés. Dans l'ensemble, les entreprises de transformation des plastiques au Canada peuvent se procurer facilement, et utilisent couramment des machines, des outils, de l'équipement et des matières premières les plus perfectionnés. De plus, une foule de renseignements techniques peuvent être puisés dans des publications commerciales, des journaux, des documents techniques, et des rapports d'entreprises. Un bon nombre d'entreprises se prévalent de technologie ayant fait l'objet d'un transfert en obtenant une licence pour des produits et des procédés auprès d'autres entreprises.

Des efforts continuels sont déployés pour améliorer le rendement et la qualité tout en accroissant la productivité, en faisant diminuer le nombre de rejets et en réduisant le coût des matières premières. Par exemple, des améliorations ont été apportées à la production de tuyaux en utilisant des matrices de calibrage perfectionnées et des dispositifs de contrôle des dimensions. Pour ce qui est du procédé d'extrusion utilisé pour les pellicules en plastique, des progrès innovateurs ont été réalisés dans les anneaux doubles de refroidissement et le refroidissement interne de la bulle, ce qui a permis d'améliorer le contrôle des dimensions et d'accroître la productivité. Des pellicules d'emballage multicouches sont

fabriquées au Canada selon un procédé technique complexe et sont vendues à l'échelle internationale au moyen de procédés exclusifs perfectionnés au Canada. La technologie moderne permet de produire grâce au moulage par injection des contenants économiques et pratiques à parois minces pour l'emballage commercial de crème glacée en vrac et d'autres produits alimentaires.

Parmi les secteurs où la technologie canadienne accuse peut-être un retard par rapport à celle des États-Unis, mentionnons la technologie mise au point secrètement relativement aux pièces de matériel militaire; des pellicules photographiques spécialisées; les développements futuristes (tels que les moteurs d'automobile en plastique); et certains procédés et produits industriels destinés à un marché restreint (tels que la fabrication d'appareils médicaux, de pièces électroniques ou de pièces de machinerie).

#### **d) Autres facteurs**

Comme les matières premières représentent souvent au moins 50 pour cent du coût de production, les fluctuations du taux de change qui influent sur les coûts de production et sur le prix de vente n'ont qu'une incidence modérée sur la compétitivité. Néanmoins, la tendance à la baisse de la valeur du dollar canadien au cours des dernières années a contribué à l'accroissement considérable des exportations canadiennes.

### **3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX**

Il n'existe aucun programme d'aide fédéral spécifique à l'industrie des produits en matière plastique.

### **4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT**

Le secteur de la fabrication des produits en matière plastique au Canada et ailleurs devrait maintenir un taux de croissance élevé. Les produits en matière plastique continueront d'accroître leur part des marchés de matériaux traditionnels utilisés dans l'emballage et la construction, le transport, les communications et d'autres secteurs. Des contenants en plastique existent déjà ou en sont aux dernières étapes de la mise au point dans les secteurs suivants qui devraient tous avoir des répercussions importantes d'ici 5 à 10 ans:

- contenants en plastique pour soupes, boissons gazeuses, viande, peinture et aérosols;
- bouteilles en plastique pour ketchup, sauce barbecue, gelées, confitures et jus;
- sacs multicouches à "atmosphère contrôlée" pour grignotines;
- plats pouvant aller au four micro-onde.

### **5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ**

Dans l'ensemble, l'industrie des produits en matière plastique au Canada n'est pas entièrement concurrentielle quant aux coûts (par rapport à la même industrie aux États-Unis) en raison de l'envergure moindre de l'industrie et des coûts plus élevés des matières premières, des immobilisations et de la commercialisation. Cependant, certaines entreprises sont concurrentielles et interviennent pour la majeure partie des exportations de produits en matière plastique en provenance du Canada. Ces produits sont spécialisés pour ce qui est de la taille, du design ou du concept technique. Les exportations canadiennes de plastiques ont affiché une forte tendance à la hausse qui indique peut-être qu'une partie de l'industrie canadienne est concurrentielle sur la scène internationale.

Avec le niveau actuel de protection tarifaire assez élevé, l'industrie canadienne semble vigoureuse, croît à un rythme supérieur à la moyenne, maintient sa part du marché national, accroît son volume d'exportations à un rythme régulier et adopte rapidement les nouvelles techniques.

Préparé par: Direction générale de la transformation des richesses naturelles  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint

Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

Date: le 3 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR: Produits en matière plastique CTI: 1611,1621,1631,1691, 1699,3256

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	Estimation 1985
Établissements	558	873	888	890	1,034	-	-
Emplois	20,900	32,600	32,800	30,400	31,650	-	-
Expéditions (millions de dollars)	501	2,182	2,471	2,425	3,486	3,718(e)	3,968(e)
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	219.1	461.4	487.7	446.0	520.3	580.1	629.3
Investissements (millions de dollars)	19.3	78.7	76.3	70.1	84.3	123.0	140.0
Profits après impôt (millions de dollars)	37.0	98.6	117.8	54.9	68.2	-	-
(% des ventes)	7.4	4.5	4.8	2.3	2.2	-	-

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Exportations (millions de dollars)	26	207	250	282	328	430	551
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	475	1,975	2,221	2,143	2,813	2,933	3,047
Importations (millions de dollars)	116	571	685	581	733	930	1,042
Marché canadien (millions de dollars)	591	2,545	2,906	2,724	3,546	3,863	4,089
Exportations en % des expéditions	5	9	10	12	10	13	15
Importations en % du marché canadien	20	22	24	21	21	24	25

Source des importations (4 principales)	É.-U.	C.E.E.	POURCENTAGE	
			ASIE	AUTRES
1981	89	5	4	2
1982	88	5	5	2
1983	86	6	4	4
1984	85	7	2	6

Destination des exportations (4 principales)	É.-U.	C.E.E.	ASIE	AUTRES
1982	74	4	3	23
1983	84	3	3	10
1984	85	3	2	10

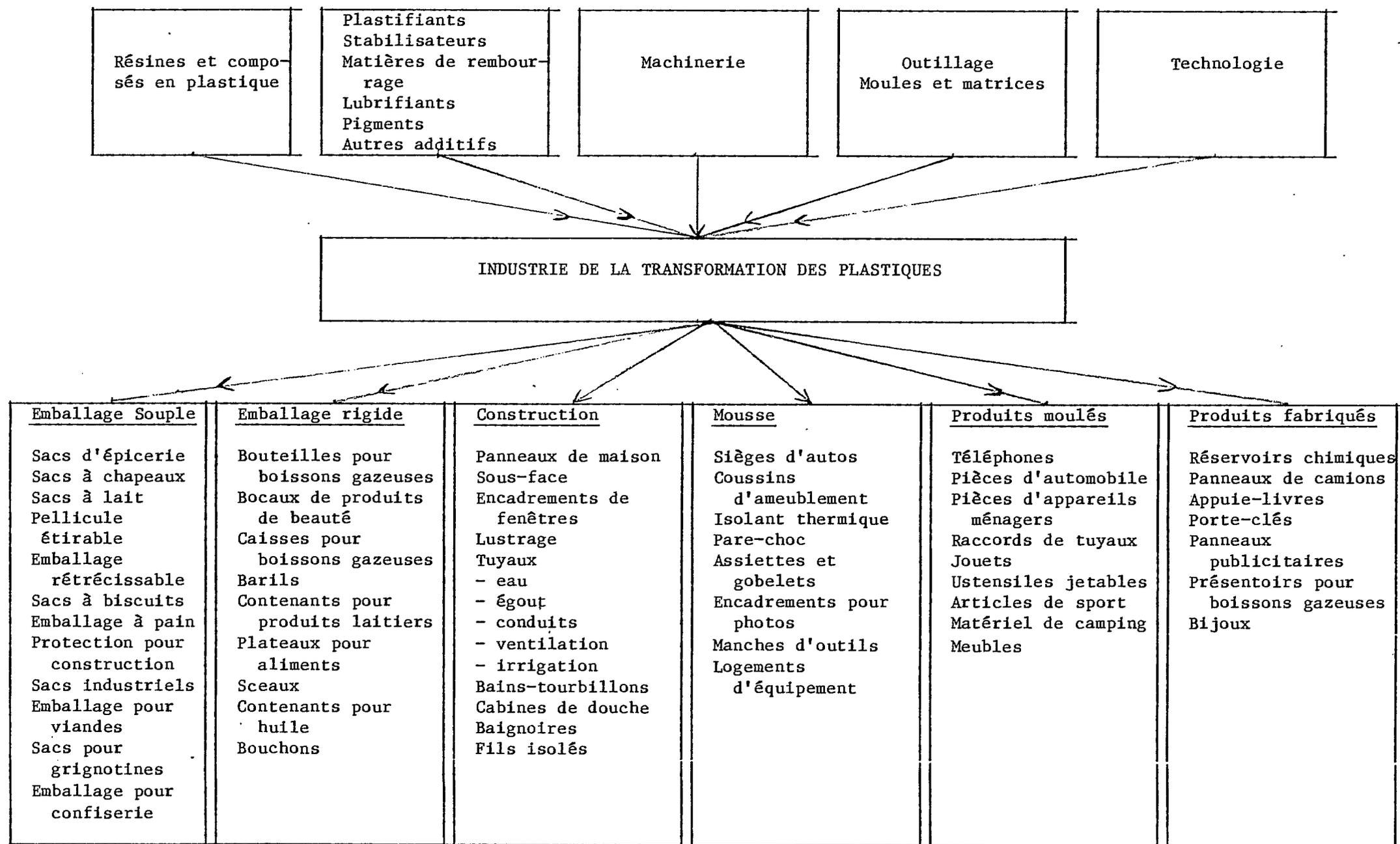
3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	3	26	51	12	8
Emplois - % du total	1	26	63	4	6
Expéditions - % du total	1	30	61	4	4

#### 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des princi- pales usines</u>
Canron Inc.	Canada	Montréal-Toronto
Scepter Manufacturing Co. Ltd.	Canada	Toronto-Edmonton
North American Plastics Co. Ltd.	É.-U.	Wallaceburg-Windsor
Woodbridge Foam Corp.	Canada	Woodbridge
Waterville Cellular Products Ltd.	Canada	Waterville, St-Jérôme
ABC Plastic Moulding	Canada	Toronto
C-I-L Inc.	R.-U.	Edmonton-Brampton
Dupont Canada Inc.	É.-U.	Différentes villes au Canada
Canadian General Tower Ltd.	Canada	Cambridge-Hamilton
Dow Chemical Canada Inc.	É.-U.	Différentes villes au Canada
I.P.L. Inc.	Canada	St.-Damien
Reliance Products Ltd.	Canada	Winnipeg-Milton
Leco Inc.	Canada	Toronto-Montréal
Maple Leaf Plastics Corp.	Canada	Toronto, Peterborough

## GRAPHIQUE D'ACHEMINEMENT - PROCESSUS ET UTILISATIONS FINALES



## Techniques typiques de transformation des plastiques et produits

<u>Procédés primaires</u>	<u>Secondaires</u>	<u>Produits</u>
Moulage par soufflage	Moulage par extrudo-gonflage Moulage par injection-soufflage Moulage par soufflage multicouche Moulage par étirage-soufflage	Bouteilles, pots, combustible contenants, tuyères de ventilateur, dispositifs d'aspiration et articles creux en général.
Moulage par injection	Co-injection Canaux chauffés Sans canaux Mousses structurées Moulage par injection et réaction	Pièces d'automobile, raccords de tuyauterie, écouteurs téléphoniques, seaux, boîtes, pots à beurre, pièces de véhicules, contenants à crème glacée, logements de machines, meubles.
Extrusion	Profilés Tuyaux Extrusion de feuilles et films Co-extrusion Tête d'équerre	Pellicules, feuilles, tuyaux, cadres de fenêtre, panneaux, bordures de meubles, feillard, cordes à danser, boyaux d'arrosage, pellicule multicouches pour emballer les aliments.
Rotomoulage		Gros contenants, fosses septiques, fosse chimique agricole, abris pour pêche sur glace, flotteurs pour filets de pêche.
Calandrage		Pellicules et feuilles en vinyl
Coulage		Rouleaux en polyuréthane
Revêtement		Textiles enduits de plastisol
Moulage par compression		
Moussage		Sièges en polyuréthane, matelas, matériel d'isolation thermique
Fabrication de plastiques renforcés de fibres		Bateaux, réservoirs, grillage pour planchers, pièces pur voitures de métro.
Thermoformage		Contenants jetables pour produits alimentaires, pancartes.
Moulage par embouage		Chaussures, jouets.



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉINDUSTRIE DES MACHINES DE PRODUCTION D'ARTICLES  
EN MATIÈRE PLASTIQUE ET EN CAOUTCHOUC1. STRUCTURE ET RENDEMENTa) Structure

L'industrie des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc comprend deux secteurs distincts, mais connexes; celui des machines elles-mêmes et celui des moules et des matrices qu'on utilise sur les machines pour façonner les articles en matière plastique et en caoutchouc.

1) L'outillage de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc comprend les machines et le matériel auxiliaire qui produisent une vaste gamme de ces produits, comme les emballages d'aliments, (par exemple, les bouteilles, les tasses à café, les contenants de margarine et de yogourt); les pièces d'automobiles et d'appareils ménagers, les produits audio-visuels (par exemple, les boîtiers de cassettes et les cartouches vidéo) ainsi que les tuyaux et les pellicules en matière plastique. Le secteur comprend aussi les fabricants de machines de production d'articles en caoutchouc seulement, comme les pneus et les transporteurs à courroie. Quoiqu'une très grande variété d'articles soient produits par les machines de ce secteur, les principaux marchés pour ces machines sont l'industrie de l'emballage et l'industrie automobile. Au Canada et dans le monde entier, l'industrie de l'emballage est le plus gros consommateur de résine plastique. La majorité des machines utilisées servent à la production d'articles en matière plastique.

2) Les fabricants de moules et de matrices se spécialisent dans la fabrication de moules et de matrices destinés aux machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc. Les moules et les matrices sont faits sur commande, selon les prescriptions des entreprises de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc et sont généralement achetés à part.

Au Canada, la construction de machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc se limite à quelques dimensions et types choisis de machines standard, fabriquées sur commande. L'industrie a acquis une réputation internationale dans le secteur du moulage par injection et des machines de moulage par injection et par soufflage (capacité allant jusqu'à 800 tonnes), y compris les machines de fabrication de moules et les machines de traitement.

De plus, l'industrie a développé des "créneaux commerciaux" et se met sur les rangs du marché mondial de la production d'appareils à extrusion pour pellicule tubulaire (plastique en feuilles), de l'extrusion de tuyaux et de tubes ondulés ou à paroi lisse en matière plastique et de la production de profils en matière plastique, comme des moulages et des sections de vinyle. Cependant, la production se limite aux machines monovis (par opposition aux machines à double vis, plus perfectionnées) et à de petites gammes de dimensions. On construit un certain nombre de petites machines auxiliaires de production et d'étampage à chaud qui soutiennent la concurrence sur le marché international. Le Canada est aussi reconnu comme le principal producteur nord-américain de couronnes de soufflage, pièces centrales des machines de fabrication de pellicule tubulaire pour la production de plastique en feuilles.

Les machines de production d'articles en caoutchouc seulement fabriquées au Canada se limitent aux produits d'extrusion et aux moules, aux calandres et aux courroies en caoutchouc. Les machines de fabrication de pneus, y compris les presses de moulage, sont des articles brevetés, fabriqués par une même société, Uniroyal, exclusivement pour sa société mère américaine, entreprise de fabrication de pneus.

Au Canada, le secteur de l'industrie des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc comprend environ 50 entreprises, qui emploient approximativement 1 500 personnes et dont les expéditions en 1985 sont évaluées à 238 millions de dollars, les exportations, à

114 millions et les importations, à 226 millions. Quarante-cinq de ces entreprises sont petites, très spécialisées, appartiennent à des Canadiens, emploient de 5 à 40 personnes chacune et le montant annuel de leurs ventes varie de 1 à 8 millions de dollars. Les 5 plus grosses sociétés au Canada emploient au total environ 750 personnes; la plus petite a 65 employés et la plus grosse, 230. Le montant annuel de leurs ventes respectives varie de 10 à 60 millions. Ces 5 sociétés expédient 50 pour cent des produits, emploient 50 pour cent du personnel et produisent 75 pour cent des exportations de ce secteur. Deux d'entre elles sont sous contrôle étranger. Quarante-quatre des 50 entreprises se trouvent en Ontario, quatre, au Québec, une, dans les provinces de l'Ouest et une, aux Maritimes.

La production internationale de machines de fabrication d'articles en matière plastique et en caoutchouc est évaluée à 5 milliards de dollars américains pour 1985; les exportations et les importations étant de l'ordre de 3,5 milliards de dollars américains. Les sociétés dominantes dans ce secteur se trouvent en République fédérale d'Allemagne, au Japon et aux États-Unis, dans cet ordre, et assurent 88 pour cent de la production et du commerce mondiaux dans ce domaine. Les 12 pour cent qui restent sont attribuables, par ordre d'importance, à des sociétés établies en Autriche, au Canada, en France, au Royaume-Uni et en Italie.

Une grande partie de la production mondiale appartient à d'importantes sociétés commerciales, comme Cincinnati Milacron, HPM et Vandorn, aux États-Unis; Meike, Sumitomo/Nestal, Kawagushi, J.S.W., Toshiba et Nissei ASB, au Japon; Battenfeld, Krupp Reifenhauesser, Kraus Maffei et Klockner/Ferromatik/Desma/Windsor Group, en République fédérale d'Allemagne.

Le secteur des moules et des matrices dans cette industrie comprend environ 230 sociétés, principalement sous contrôle canadien, qui emploient environ 5 600 personnes. Les expéditions de 1985 sont évaluées à environ 443 millions de dollars, 50 pour cent ayant été exportées, principalement à l'industrie de l'automobile américaine. Ensemble, les deux plus grosses sociétés emploient plus ou moins 355 personnes et font des expéditions totales de quelque 42 millions de dollars. À part ces deux entreprises, l'industrie comprend de petits ateliers employant chacun de 15 à 45 personnes. Quatre-vingt-cinq pour cent des entreprises sont établies en Ontario, principalement dans les régions de Toronto et de Windsor. Environ trois quarts des expéditions de ce secteur vont à l'industrie de l'automobile.

On évalue la production internationale de moules et de matrices à un peu plus du double de celle de l'industrie des machines de fabrication d'articles en matière plastique et en caoutchouc. Pour assurer la qualité, la fabrication sur commande, la fabrication rapide et le service après vente, le fabricant de moules et de matrices doit se trouver à proximité de son client; le commerce outre-mer n'est donc pas considérable.

#### b) Rendement

Les expéditions du secteur des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc ont beaucoup augmenté de 1975 à 1985 (de 28 à 238 millions de dollars (courants), soit un taux de croissance réel de 16 pour cent par année). La croissance a été particulièrement importante de 1975 à 1980, a ralenti au début des années 80, mais a repris sa poussée en 1984 et en 1985. Les principaux facteurs de cette croissance sont la mise au point rapide de nouvelles matières plastiques et leur substitution dans le processus de fabrication des pièces d'automobile et d'appareils ménagers et dans l'industrie de l'emballage.

De même, les exportations ont fortement augmenté de 1975 à 1985, accusant un taux de croissance annuel réel de 9 pour cent et passant de 24 à 114 millions de dollars. Les exportations de machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc constituaient, en moyenne, 45 pour cent des expéditions de l'industrie de 1980 à 1985, soit une chute par rapport à la moyenne de 76 pour cent de 1975 à 1980.

Le rapport exportations-expéditions a baissé après 1980, car les fabricants canadiens de machines se sont efforcés d'obtenir des commandes au Canada pour compenser la diminution des commandes provenant des États-Unis et de l'Europe à cause de la récession du début des années 80. Les exportations aux États-Unis ont augmenté régulièrement, passant d'environ 75 pour cent des exportations des années 70 à 87 pour cent en 1984. La part des expéditions exportée dans les pays européens a baissé, principalement à cause de la hausse du dollar canadien par rapport aux devises européennes.

Les importations de machines au Canada de 1975 à 1985 ont augmenté à un taux annuel de 6 pour cent en valeur réelle, passant de 60 à 226 millions de dollars. Il s'agissait principalement de machines de traitement de matière plastique plus grosses et plus perfectionnées, non fabriquées au Canada. Les importations, en pourcentage du marché canadien, ont fluctué annuellement entre 88 et 96 pour cent de 1975 à 1978, mais ont baissé jusqu'à une moyenne de 68 pour cent de 1979 à 1985. La diminution des importations pénétrant le marché canadien est, croit-on, attribuable à la mise au point, par les sociétés canadiennes, de nouvelles machines de moulage par injection et à extrusion de matière plastique. Les importations en provenance des États-Unis constituaient, en 1984, 66 pour cent du total des importations canadiennes, tandis que les produits provenant de la Communauté économique européenne totalisaient environ 25 pour cent de ce total et arrivaient principalement de la République fédérale d'Allemagne. Les 9 pour cent restants venaient des autres pays.

Les expéditions de moules et de matrices faites par les fabricants canadiens ont connu un taux de croissance semblable à celui du secteur des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc et sont passées de 53 millions de dollars en 1975 à 443 millions de dollars en 1985.

Les produits exportés, principalement aux États-Unis, par le secteur de fabrication des moules et des matrices équivalaient en moyenne, au cours des années 70, à 84 pour cent des expéditions annuelles. Cependant, de 1980 à 1985, les exportations sont tombées à une moyenne de 45 pour cent des expéditions, les fabricants canadiens de moules et de matrices ayant profité de la demande croissante provenant de l'industrie canadienne de l'automobile. Ce changement d'orientation vers le marché canadien a entraîné une baisse de la part des importations dans le marché canadien des moules et des matrices. Le taux moyen des importations dans le marché, soit 55 pour cent de 1975 à 1979, est tombé à 14 pour cent seulement de 1980 à 1985.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

Le secteur des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc offre d'excellentes possibilités (quoique pour des gammes restreintes de produits et de dimensions), en ce qui concerne la production de machines de moulage par injection et à extrusion de matière plastique et de caoutchouc et est compétitif sur le marché international. En général, pour passer les commandes, on se base sur des critères comme la qualité, l'innovation, le rendement et la livraison, le prix étant un élément secondaire.

Dans certaines catégories de grosseurs et dans des types précis de machines de moulage par injection, le Canada peut offrir des matériels complets, totalement automatisés et clés en main, en plus d'être extrêmement compétitif sur le marché international, même si ses principaux concurrents sont d'importants conglomérats de production de machines, aux États-Unis, en République fédérale d'Allemagne et au Japon. Dans la majorité des cas, ces sociétés peuvent offrir un plus grand nombre de grosseurs de machines. Une société canadienne, Husky Injection Molding Systems, est devenue hautement compétitive sur le marché international et exporte environ 90 pour cent de sa production. Il s'agit de la plus grosse société dans ce secteur au Canada. Sa force, au niveau de la

concurrence, réside dans son aptitude à concevoir et à fournir des matériels complets, technologiquement supérieurs, à des clients qui n'ont pas de connaissances dans le domaine du traitement des matières plastiques. La situation concurrentielle des deux plus gros fabricants de machines de moulage par injection, Husky et Ludwig Engel, est manifeste, car il ne leur faut aucune protection douanière, aux termes du Programme de la machinerie.

Les producteurs canadiens de moules et de matrices sont en forte position dans de nombreux genres d'installations de moulage par injection et (ou) par soufflage. Ils peuvent vendre leurs produits sur le marché américain à cause de leur grande compétence technique, de la qualité de leurs produits, de leur spécialisation dans des types de moules précis, de leurs délais de livraison relativement courts et du taux de change favorable du dollar canadien. La plupart des usines sont équipées de machines-outils à commande numérique et quelques-unes comportent des fonctions de conception et de fabrication complètement informatisées. Les marchés outre-mer sont difficiles à pénétrer à cause des frais de transport et parce que, dans ce domaine, le client doit se trouver à proximité du fabricant.

**b) Facteurs liés au commerce**

Les machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc, de même que les pièces, sont importées au Canada sous le numéro tarifaire 42700, avec un tarif de la N.P.F. de 9,9 pour cent (9,2 d'ici 1987). En vertu du Programme de la machinerie, si l'on ne peut obtenir des appareils équivalents produits au Canada, les droits qu'il faut autrement payer sur les produits importés peuvent être remboursés. Parce qu'il y a d'importantes lacunes dans l'industrie canadienne de fabrication, les exportations canadiennes desdites machines profitent d'importantes exemptions de droits de douane. Au total, on estime qu'au Canada, 80 pour cent des importations de telles machines sont exemptes de droits. Les moules et les matrices importés sont soumis à des droits de douane, sous le même numéro tarifaire, soit 42700, car il y a au Canada d'importantes installations de fabrication de moules.

Les machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc ainsi que les moules et les matrices appropriés importés aux États-Unis sont soumis à des droits de douane de 4,1 pour cent (3,9 d'ici 1987). Les machines et les moules importés dans la Communauté économique européenne sont soumis à un droit de 4,4 pour cent, selon la valeur. Le Japon impose des droits de 3,4 à 4,6 pour cent sur les machines et sur les moules. Il n'y a aucune barrière non tarifaire importante qui touche le commerce canadien, dans le domaine des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc, avec les États-Unis, le Japon ou la Communauté économique européenne.

**c) Facteurs technologiques**

La technologie mondiale dans l'industrie des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc comprend une vaste gamme de machines de traitement, qui comprend le moulage par injection et par soufflage, le thermoformage, le moulage sous vide et les machines à extrusion. Les capacités technologiques du Canada se limitent principalement à deux secteurs précis, soit le moulage par injection et par soufflage et les matériels à extrusion. Dans le cas des matériels de moulage par injection et par soufflage (jusqu'à 800 tonnes), le Canada est considéré comme un chef de file mondial. On demande toujours davantage des machines plus perfectionnées, à tonnage plus élevé, pour la production de plus gros composants monoblocs pour l'industrie de l'automobile et des appareils ménagers, où le Canada n'a, pour le moment, aucun potentiel technologique.

Les fabricants canadiens de machines à extrusion font aussi face à une plus grande concurrence au Canada et sur les marchés d'exportation, car ils n'ont pas la technologie nécessaire dans certains domaines et ne peuvent pas fournir des matériels de traitement complets.

La majorité des sociétés dans le secteur des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc sont petites et incapables d'entreprendre d'importants travaux de recherche et de développement. On prévoit qu'elles pourront difficilement s'adapter aux changements technologiques rapides et coûteux qui prennent place dans l'industrie du traitement des matières plastiques et du caoutchouc. Les sociétés canadiennes sont rarement en mesure d'importer la technologie dont elles ont besoin au moyen d'accords de licence ou d'opérations conjointes, car on préfère généralement alimenter le marché canadien, plus petit, à partir d'une plus grosse installation aux États-Unis.

Le Canada, et l'Ontario en particulier, est devenu un important centre mondial de fabrication de moules et de matrices pour les emballages à paroi mince et pour les applications reliées à l'industrie de l'automobile, grâce à des efforts concentrés dans le domaine de la recherche, du développement et de l'investissement. D'importants clients de l'industrie automobile demandent de plus en plus à être reliés par ordinateur à leurs fabricants et d'être équipés d'un système de productique (CIM). Quelques grandes sociétés canadiennes, à gros capital, sont en voie d'adapter cette technologie informatisée. Cependant, à cause des coûts élevés en capital, la majorité des petits fabricants canadiens de moules et de matrices pourront difficilement tenir le coup sur le plan technologique.

d) Autres facteurs

Le cours favorable du dollar canadien contribue largement au maintien de la compétitivité de tous les fabricants de machines, de moules et de matrices. Pour les petites sociétés, qui fonctionnent à un niveau de technologie moins complexe, il s'agit d'un facteur absolument essentiel au maintien de leur situation concurrentielle.

3) POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Les sociétés de machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc bénéficient des dispositions du Programme de la machinerie qui protègent les fabricants contre l'équipement importé équivalant à celui qu'ils fabriquent au Canada. En même temps, on aide un grand nombre de ces sociétés à améliorer leur ligne de production, en effectuant des remises de droits de douane sur les machines importées qui ne sont pas manufacturées au Canada. Les fabricants de moules et de matrices sont protégés en vertu du Programme de la machinerie.

Les sociétés de machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc et les sociétés de fabrication de moules et de matrices ont aussi accès à une vaste gamme de programmes de stimulation de l'exportation, de la recherche et du développement et de l'innovation.

4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Les marchés offerts aux manufacturiers de machines de production d'articles en matière plastique continueront, au cours des cinq à dix prochaines années, de connaître une croissance considérable, car les matières plastiques remplacent les matériaux traditionnels comme le verre, le métal et le papier. Avec la création de nouveaux produits, à la suite de la révolution dans les secteurs de l'emballage, de l'électronique, de la détente au foyer, de l'automobile et dans d'autres secteurs industriels, ces marchés croissent rapidement et sont soumis à des changements technologiques. Les grosses sociétés de ce secteur suivront probablement le courant, mais il est impossible de prévoir dans quelle mesure les sociétés canadiennes, relativement petites, pourront participer à ces marchés naissants.

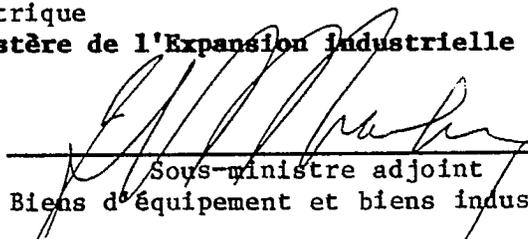
L'avenir des fabricants canadiens de moules et de matrices dépend principalement de l'industrie nord-américaine de l'automobile, qui continuera d'exiger que les fabricants de moules soient dotés des équipements informatisés les plus récents. On s'attend que la majorité des fabricants canadiens de moules et de matrices adopteront la technologie nécessaire.

**5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ**

Dans le secteur des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc, les sociétés productrices de matériels de moulage par injection et par soufflage et de machines à extrusion sont considérées comme étant compétitives dans leurs spécialités et produisent la majorité des exportations. Ces sociétés, environ une douzaine, soutiennent la concurrence sur un marché international ouvert et dynamique et doivent leur réussite à la qualité, à l'innovation, au rendement et aux délais de livraison. Les prix sont secondaires. Les autres sociétés du secteur des machines fonctionnent à un niveau technologique moins perfectionné et leurs exportations se limitent essentiellement aux États-Unis. Elles visent généralement à servir le marché canadien. Le taux de change favorable continuera de constituer un important facteur du maintien de leur statut de compétiteur en Amérique du Nord.

Le secteur canadien de la fabrication de moules et de matrices fait une concurrence serrée en Amérique du Nord et satisfait aux besoins des industries de l'automobile et de l'emballage. Un certain nombre de grosses sociétés ont adopté, ou adoptent, des technologies perfectionnées de fabrication de moules qui leur permettent de maintenir leur position compétitive sur le marché nord-américain. La plupart des sociétés du secteur sont cependant des petites entreprises, gérées par leurs propriétaires, dont l'avenir dépend de leur adoption de la technologie de conception et de production assistées par ordinateur. De plus, un taux de change favorable est un élément important qui leur permettra de rester dans la course.

Préparé par : Direction générale de la machinerie et de l'équipement  
électrique  
**Ministère de l'Expansion industrielle régionale**

  
\_\_\_\_\_  
Sous-ministre adjoint  
Biens d'équipement et biens industriels

Date : le 17 juillet 1986

FICHE D'INFORMATION

 SECTEUR : Machines de production d'articles  
en matière plastique et en caoutchouc

 CTI : 3199 \*

## 1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements							280
Emplois							7 100
Expéditions (millions de dollars) (estimation)	78	363	420	452	507	599	681
Produit intérieur brut	-	-	-	-	-	-	-
Investissements (millions de dollars)	-	-	-	-	-	-	-
Profits après impôt (millions de dollars)	-	-	-	-	-	-	-

## 2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de dollars)	68	148	175	172	222	292	328
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	10	215	246	280	285	308	352
Importations (millions de dollars)	67	190	184	227	187	241	269
Marché canadien (millions de dollars)	78	406	430	507	472	548	622
Exportations en % des expéditions	87%	41%	42%	38%	44%	49%	48%
Importations en % du marché canadien	87%	47%	43%	45%	40%	44%	43%
Part canadienne du marché international	S/O						

## Source des importations

		<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
(% du total)	1981	66	29	2	3
	1982	53	44	1	2
	1983	67	27	2	4
	1984	66	25	4	5
	1985	S/O	S/O	S/O	S/O

## Destination des exportations

		<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
(% du total)	1981	78	12	2	8
	1982	81	9	3	7
	1983	86	6	4	4
	1984	87	5	3	5
	1985	S/O	S/O	S/O	S/O

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	1%	10%	86%	1%	2%
Emplois - % du total	-	-	-	-	-
Expéditions - % du total	-	-	-	-	-

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
<u>Secteurs des machines de production d'articles en matière plastique et en caoutchouc</u>		
Husky Injection Molding Systems Ltd.	Canada	Bolton (Ontario)
Ludwig Engel Canada Ltd.	Autriche	Guelph (Ontario)
Uniroyal Ltd. (Division R.M.S.)	États-Unis	Kitchener (Ontario)
Polysystem Machinery Manufacturing Inc.	Canada	Mississauga (Ontario)
Corma Inc.	Canada	Concord (Ontario)
<u>Secteur des moules et des matrices</u>		
Husky Injection Moldings Systems Ltd.	Canada	Bolton (Ontario)
Tradesco Mold Ltd.	Canada	Rexdale (Ontario)
Valiant Machine & Tool Co. Inc.	Canada	Windsor (Ontario)
Wentworth Mould & Die Co. Ltd.	Canada	Hamilton (Ontario)
Ryka Blow Molds Ltd.	Canada	Mississauga (Ontario)

\*CTI de 1980



le 25 juin 1986

PROFIL DE COMPÉTITIVITÉLE SECTEUR DU VERRE DE PREMIÈRE TRANSFORMATION  
(Contenants et plaques)1. STRUCTURE ET RENDEMENTa) Structure

Ce secteur englobe la production de contenants et de plaques de verre et constitue ce que l'on appelle couramment le secteur du verre de première transformation. Les principales matières premières utilisées sont le sable de silice, la cendre de soude et la chaux. L'industrie consomme également une grande quantité d'énergie, habituellement sous forme de gaz naturel.

En 1985, la valeur des livraisons de contenants en verre sur le marché intérieur a atteint près de 550 millions de dollars, contre environ 160 millions de dollars dans le cas des plaques de verre. Cette même année, l'industrie comptait près de 6 100 travailleurs.

Deux entreprises, Ford Glass Limited et PPG Canada Inc. (PPG), fabriquent des plaques de verre. Elles appartiennent toutes deux à d'importantes sociétés américaines et possèdent chacune une usine à Scarborough et Owen Sound (Ontario) respectivement. Elles y fabriquent du verre de première transformation et des produits finis comme du verre métallisé, des fenêtres isolantes pour immeubles résidentiels et non résidentiels, de même que du verre trempé et du verre feuilleté pour l'industrie du transport. Toutefois, la majeure partie de leur production de plaques de verre est vendue à une centaine de fabricants qui les transforment en produits finis. En gros, l'utilisation des plaques de verre se répartit comme suit: fenêtres pour immeubles résidentiels et non résidentiels, 50 %; transports (surtout automobile), 30 %; autres usages (miroirs, tablettes, décoration, etc.), 20 %.

Deux autres entreprises, Domglas Inc., filiale de Consolidated Bathurst Inc., et Consumers Glass Company, qui sera rebaptisée Consumers Packaging Inc., le 1<sup>er</sup> juillet prochain, assurent la production de contenants en verre. Ces deux sociétés fabriquent également une grande quantité de contenants faits principalement de plastique. Elles ont aussi investi aux États-Unis. Ainsi, Consolidated Bathurst détient 42 % des actions de Diamond-Bathurst Inc., le troisième fabricant de contenants en verre en importance aux États-Unis, qui exploite 16 usines d'un bout à l'autre du pays. De son côté, Consumers Glass possède deux usines de contenants en plastique aux États-Unis, mais elle ne produit pas de contenants en verre dans ce pays.

Domglas exploite cinq usines de contenants en verre au Canada, plus précisément à Montréal (Québec), à Brampton et à Hamilton (Ontario), à Redcliff (Alberta) et à Scoudouc (Nouveau-Brunswick). Consumers Glass compte elle aussi cinq usines de contenants en verre au Canada; elles sont situées à Montréal et à Candiac (Québec), à Toronto et à Milton (Ontario) et à Lavington (Colombie-Britannique). Domglas est le plus important fabricant canadien de contenants en verre avec 50 % du marché, contre 40 % pour Consumer Glass. Le reste du marché est desservi par les importations.

Le sous-secteur des contenants en verre fait face à une concurrence croissante de la part des fabricants de contenants en plastique et en métal. Bien que les matériaux autres que le verre soient de plus en plus courants au Canada, le verre continue de dominer: on l'utilise dans 62 % des cas, contre 33 et 5 % respectivement pour le métal et le plastique. En revanche, le marché américain est très différent. Le verre, le métal et le plastique accaparent respectivement 24, 64 et 12 % du marché. Les bouteilles en verre fabriquées au Canada pour la vente de bière et de

boissons gazeuses sont moins susceptibles d'être remplacées par des canettes en métal, car étant consignées, elles sont plus économiques que les contenants utilisés aux États-Unis, qui ne sont pas consignés. En moyenne, les contenants consignés sont recyclés douze fois avant d'être jetés. Pour conserver leur part du marché, les fabricants canadiens de contenants en verre ont étendu leurs activités au secteur des plastiques et y jouent un rôle important. Ils n'ont toutefois pas pénétré le secteur des contenants en métal, déjà occupé par de grandes entreprises.

Selon les estimations de l'industrie, l'utilisation des contenants en verre se répartit comme suit:

bière et boissons gazeuses: 48 % (30 et 18 % respectivement);  
 aliments: 34 %;  
 boissons alcooliques et vin: 15 %;  
 produits pharmaceutiques, produits de beauté  
 et autres: 3 %.

Le gros du commerce des contenants en verre s'effectue avec les États-Unis. Le niveau des importations et des exportations a beaucoup varié au cours des dernières années, oscillant entre 30 et 75 millions et entre 50 et 60 millions de dollars respectivement. Les deux fabricants canadiens de contenants en verre desservent des clients aux États-Unis, surtout parce qu'ils sont situés plus près de ces clients que les entreprises américaines (la distance dépasse rarement environ 800 km). Dans le cas de certains whiskeys et de quelques marques de bière, les bouteilles sont importées vides et exportées une fois remplies. La plupart du temps, les bouteilles de fantaisie pour le parfum sont importées.

Le Canada a toujours affiché un déficit commercial appréciable dans le secteur des plaques de verre en raison de l'étendue du marché intérieur et du fait que les entreprises sont concentrées en Ontario. Même le marché de cette province fait l'objet de la concurrence que se font plus d'une douzaine d'usines américaines, dont quelques-unes sont contrôlées par les propriétaires des entreprises canadiennes. En outre, certains produits ne sont pas fabriqués au Canada.

La valeur des importations annuelles de plaques de verre est de l'ordre de 100 millions de dollars; celle des exportations, surtout destinées aux États-Unis, est moindre, mais on ne peut la quantifier. Ces chiffres relativement élevés sont attribuables d'une part au Pacte de l'automobile et, d'autre part, à la rationalisation partielle des fournisseurs de produits de verre pour automobiles, tant au Canada qu'aux États-Unis. Bien que Ford Glass fabrique la plupart des produits en verre métallisé, couramment employés dans le domaine de la construction non résidentielle, PPG doit importer ce dont elle a besoin des États-Unis.

b) Rendement

Exprimée en dollars courants, la valeur des livraisons de verre de première transformation a augmenté de 25 % en trois ans (1982 à 1984), surtout en raison de la reprise économique qui a suivi la récession. Au cours de cette dernière, notamment en 1982, la demande de plaques de verre a diminué en raison du ralentissement des activités dans les secteurs de la construction et de la production d'automobiles, tandis que les ventes de contenants en verre ont affiché une progression assez soutenue. La production de contenants en verre n'est pas aussi soumise à des variations cycliques que ne l'est celle des plaques de verre, mais elle fait l'objet d'une vive concurrence exercée par les fabricants de contenants en métal ou en plastique.

Bien que les livraisons de verre de première transformation aient augmenté de 25 % en trois ans, le nombre d'emplois ne s'est accru que de 5 % pendant la même période, passant de 5 800 à près de 6 100, ce qui traduit un certain accroissement de la productivité. Les usines sont davantage automatisées, elles investissent davantage dans les matières premières, l'utilisation des fourneaux, la manutention et l'emballage et utilisent maintenant l'énergie de façon plus efficace. Cela est vrai pour les fabricants de contenants et de plaques de verre.

Bien qu'il soit difficile de distinguer les données sur les investissements des fabricants de contenants en verre de celles concernant les fabricants de contenants en plastique, il semble que ces immobilisations soient de l'ordre de 40 millions de dollars, soit près de 10 % de l'investissement brut affecté aux installations de production de contenants en verre. Les données sur les nouveaux investissements des deux fabricants de plaques de verre ne sont pas disponibles.

En 1985, le chiffre d'affaires et les bénéfices des deux fabricants de contenants en verre ont été légèrement inférieurs à ceux de 1984, année record, et les deux sociétés jouissent d'une bonne situation financière. Plus récemment, elles ont été plus rentables que certaines entreprises américaines qui ont axé leurs activités sur le secteur des bouteilles de bière et de boissons gazeuses consignées, segment du marché littéralement envahi par les cannettes en aluminium.

Aucune donnée n'a été publiée sur les ventes et les bénéfices des fabricants de plaques de verre, mais on estime qu'au cours des dernières années, l'industrie a connu une certaine croissance et un taux de rentabilité acceptable. De son côté, Ford Glass, qui a acheté les installations de Pilkington en 1980, n'a pas cru bon de remettre sur le marché l'une des deux séries identiques de produits qu'elle avait retiré du marché avant de faire cette acquisition.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

L'ensemble des coûts de production des contenants en verre se répartit comme suit: matières premières, 15 % (dont 10 % pour la cendre de soude); combustible, 10 %; main-d'oeuvre, 35 %; frais liés aux immobilisations, 40 %. La plupart de ces dépenses sont plus élevées au Canada qu'aux États-Unis. Les cycles de production des fabricants canadiens de contenants en verre sont habituellement plus courts que ceux de leurs concurrents américains. Les usines des principaux fabricants des États-Unis ont été rationalisées. Résultat: leurs cycles de production sont plus longs, les changements de couleurs et de moules sont moins nombreux. Une usine canadienne peut utiliser jusqu'à 1 200 moules par année, contre 50 ou 100 pour une usine américaine. Une telle rationalisation n'est pas réalisable dans la même mesure au Canada en raison des grandes distances qui séparent les usines. Les changements de moules constituent une opération coûteuse qui nécessite un délai de six heures. Si l'on effectue 300 changements par année, cela représente une perte de 20 % de la capacité de cuisson. Les changements de couleurs sont moins fréquents, mais il faut compter deux à trois jours pour les effectuer.

Bien que le Canada et les États-Unis disposent de leurs propres sources de sable de silice et de cendre de soude, le coût des matières premières est plus élevé au Canada. Ainsi, le prix de la cendre de soude canadienne reflète les droits de douane de 12,5 % et les frais de transport qui frappent l'importation de ce produit à partir de l'État du Wyoming. Vu sa qualité, près de la moitié de sable utilisé au Canada pour la fabrication de contenants en verre provient des États-Unis, en dépit des coûts de transport relativement élevés.

Les frais d'immobilisation sont également plus élevés au Canada qu'aux États-Unis, surtout en raison de l'imposition d'un tarif de 9,2 % sur l'importation de machinerie utilisée à des fins de production. Bien que cette machinerie soit considérée comme "fabriquée au Canada", elle est en fait importée des États-Unis pour assurer le niveau requis de productivité des usines et la qualité des contenants en verre.

L'approvisionnement en verre recyclé est également important et peut constituer de 25 à 60 % des matières premières traitées dans les fourneaux, en plus de réduire de façon appréciable le coût de l'énergie et des matières premières. Une partie de ce verre recyclé est importé des États-Unis, car vu que le coût des matières premières est déjà plus élevé au Canada, les sociétés canadiennes peuvent offrir un prix plus élevé que leurs concurrents américains.

On estime que les usines canadiennes de plaques de verre fonctionnent à près de 80 % de leur capacité, ce qui dépasse légèrement leur seuil de rentabilité, qui s'élève à 75 %. Les sociétés mères américaines contrôlent dans une certaine mesure le niveau d'activité de leurs filiales canadiennes. Les produits pour lesquels la demande est faible sont habituellement importés des États-Unis plutôt que fabriqués au Canada.

b) Facteurs liés au commerce

Selon le genre de produit, le tarif douanier imposé par le Canada en 1987 sur les plaques de verre oscillera entre 4 et 5,5 %, tandis que les États-Unis toucheront entre 2,8 et 4,6 %. Ces tarifs ne nuiront guère à la rationalisation de l'industrie entre les deux pays, car les deux entreprises visées sont déjà adaptées à la situation du marché nord-américain.

Le tarif sur l'importation au Canada de la plupart des types de contenants en verre sera de 11,7 % à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1987. En revanche, la plupart des catégories de ces contenants pourront être importés aux États-Unis en franchise à compter de cette même date. Le tarif imposé par le Canada est important pour nos entreprises, qui estiment en avoir besoin pour préserver leur part du marché intérieur. L'entrée des produits en franchise aux États-Unis n'est pas considérée comme un facteur important en raison des coûts plus élevés au Canada. Le problème consiste donc à être concurrentiel sur le vaste marché américain, où les prix sont plus bas.

Les tarifs imposés par le Canada sur les importations de contenants en verre, en plastique et en métal oscillent tous entre 10 et 11 %. Tout changement apporté au tarif visant un type de produit déterminé a donc une incidence sur la part du marché accaparée par tous les autres.

Il n'existe aucun obstacle non tarifaire sur les exportations de contenants en verre ou sur les plaques de verre.

c) Facteurs technologiques

Toutes les usines modernes de plaques de verre, dont celles du Canada, utilisent le procédé de verre flotté mis au point en Grande-Bretagne dans les années 50. Les entreprises canadiennes ont accès librement aux compétences techniques de leur société mère.

Domglas Inc. a souvent pu accéder, par voie de licence, à diverses techniques utilisées par la société Owens-Illinois, le plus important fabricant américain de contenants en verre. De son côté, Consumers Glass Inc. profite d'un accord de coopération technique avec le principal concurrent de Owens, Brockway Glass Inc. En vertu de licences, les deux entreprises fabriquent de petites bouteilles légères pour jus de fruits et boissons gazeuses qui sont devenues très populaires au Canada.

La machinerie importée pour la fabrication du verre comprend déjà de nombreux éléments de la technologie nécessaire.

En 1984, Consumers Glass a pris part à la création du International Partnership for Glass Research (IPGR). Cet organisme a mis en oeuvre des travaux de recherche en vue de réduire le poids des contenants en verre et d'accroître leur résistance. Certains travaux ont été entrepris au Canada, mais la majeure partie des activités a été confiée à des universités de Grande-Bretagne et des États-Unis, ainsi qu'à des organismes privés.

d) Autres facteurs

Les taux de change et les frais d'expédition transatlantique influent sur le commerce des plaques de verre et au fil des ans, les fabricants européens en ont exporté des quantités variables au Canada et aux États-Unis. Le rajustement des devises effectué en 1985 a entraîné une baisse appréciable de ces importations.

### 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Le gouvernement fédéral n'applique aucune politique et n'offre aucun programme précis à l'intention des entreprises du secteur du verre.

En revanche, les règlements provinciaux en matière d'environnement ont une forte incidence sur le marché des contenants de bière et de boissons gazeuses. Ces règlements favorisent l'emploi du verre au Nouveau-Brunswick, du métal en Colombie-Britannique et de l'acier en Ontario.

### 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Au cours des dernières années, les livraisons de contenants en verre aux États-Unis ont diminué de quelque 5 % par année, et cette tendance devrait persister. Certaines usines américaines fabricant ce type de produit ont donc fermé leurs portes. Il est peu probable que cela se produise au Canada, vu l'utilisation courante de bouteilles consignées, ce qui continue de favoriser l'emploi du verre pour des raisons d'ordre économique. En outre, ce matériau est très populaire sur le marché canadien.

En Amérique du Nord, le secteur des plaques de verre a progressé de plus de 4 % par année au cours des deux dernières décennies. D'ici à la fin du siècle, la demande sur ce marché devrait augmenter un peu plus lentement, surtout en raison de facteurs démographiques. Bien que la taille des maisons risque de diminuer, l'utilisation du verre pourrait augmenter si l'on multiplie le nombre de fenêtres et si l'on a davantage recours au verre isolant. L'emploi des nouveaux types de verre à faible conductibilité thermique dans le secteur de la construction résidentielle et immobilière devrait augmenter, tandis que les panneaux de verre réfléchissant accapareront une plus grande part du marché des immeubles non résidentiels neufs. Bien qu'à l'heure actuelle, les usines canadiennes de plaques de verre ne produisent que certains types de verre réfléchissant et que les importations répondent à une bonne partie de la demande intérieure, cette situation pourrait changer si la demande s'accroît.

La demande de verre du secteur de l'automobile dépendra largement du niveau de production de voitures. Si, d'une part, le volume des importations diminue et si, d'autre part, la production, au Canada et aux États-Unis, de voitures étrangères augmente, on peut s'attendre à ce que la demande intérieure de verre de ce secteur soit plus forte.

### 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

A l'heure actuelle, le secteur canadien des contenants en verre n'est pas très concurrentiel, même si les entreprises sont modernes et disposent d'équipement perfectionné. Les principales raisons ont déjà été énumérées: coût plus élevé des matières premières et des investissements, et productivité réduite en raison des pertes de temps attribuables aux fréquents changements de moules et de couleurs. Vu la grande capacité résiduelle des entreprises américaines, les tarifs douaniers jouent un rôle important pour ce qui est de préserver la part du marché détenue par les fabricants canadiens et d'éviter que la production excédentaire aux États-Unis n'envahisse le marché canadien.

Pour concurrencer efficacement sur le marché nord-américain rationalisé, l'industrie doit avoir accès aux matières premières et à la machinerie à des prix semblables à ceux que paient ses concurrents américains. En outre, il faut prévoir un certain délai et des investissements pour répandre l'utilisation d'équipement plus productif que les machines qui suffisent présentement à répondre uniquement à la demande intérieure. Pour ce qui est des perspectives sur le plan de la compétitivité, on s'inquiète au sujet de la pénétration croissante d'autres types d'emballages sur le marché canadien du verre et l'on se demande dans quelle mesure les aliments conditionnés continueront d'être fabriqués au Canada plutôt que d'être importés.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 6 -

Les contenants en métal constituent le principal concurrent des deux principaux débouchés, les bouteilles pour la bière et les boissons gazeuses. Toutefois, si l'usage des bouteilles consignées est maintenu au Canada, la pénétration des contenants en métal y sera probablement moins importante qu'aux États-Unis.

L'industrie canadienne des plaques de verre exploite deux usines de calibre mondial qui, dans l'ensemble, sont aussi concurrentielles et efficaces que celles des États-Unis. Toutefois, les usines canadiennes ne fabriquent pas de séries complètes de produits et elles sont parfois situées plus loin de leurs clients du marché intérieur que leurs concurrentes aux États-Unis. Le niveau élevé des importations, qui desservent près de 40 % du marché canadien, indique que les fabricants américains jouissent d'une position très favorable au Canada.

Bien que les usines canadiennes semblent pouvoir conserver leur part du marché intérieur, elles sont actuellement incapables de l'augmenter ou d'accroître leurs exportations.

Préparé par: Direction générale de la transformation des richesses naturelles  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

original original  
signed by signé par  
**R. Harley McGee**

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation  
des richesses naturelles

Date: le 3 juillet 1986

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR: VERRE DE PREMIÈRE TRANSFORMATION CTI: 3561  
(Plaques de verre et contenants)

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements (usines)	12	12	12	12
Emplois (en milliers)	5.8	5.7	6.1	6.1
Expéditions (millions de dollars)	572	644	718	800 (est.)

Les données sur le Produit intérieur brut, les investissements et les profits après impôt ne sont disponibles que pour l'ensemble de la catégorie 356, qui englobe tous les produits en verre. Elles ne sont donc pas pertinentes pour le seul secteur du verre de première transformation.

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
*Exportations (millions de dollars)	95	84	91	92
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	477	560	627	708 (est.)
Importations (millions de dollars)	122	147	180	180
Marché canadien (millions de dollars)	599	707	807	888 (est.)
Exportations en % des expéditions	16.6	13.0	12.7	11.0
Importations en % du marché canadien	20.4	20.8	22.3	12.6
Part canadienne du marché international				

Source des importations (4 principales)	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>JAPON</u>	<u>AUTRES</u>
% du total				
1982	88.4	6.2	3.5	1.9
1983	87.1	7.0	3.3	2.6
1984	87.7	6.9	3.0	2.4
1985	85.6	10.0	2.4	2.0

Destination des exportations	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>JAPON</u>	<u>AUTRES</u>
% du total				
1982	81.0	6.8	nu1	12.2
1983	80.5	5.1	0.1	14.3
1984	80.9	2.8	0.1	16.2
1985	91.1	1.2	0.1	7.6

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne de 1985

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	8.3	25	50	8.3	8.3
Emplois - % du total	x	x	x	x	x
Expéditions - % du total	x	x	x	x	x

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>	<u>Concentration (% du marché intérieur)</u>
1. Domglas Inc.	Canada	5 usines au Canada	n.d.
2. Consumer Glass Co. Ltd	Canada	5 usines au Canada	n.d.
3. Ford Glass Ltd	États-Unis	Scarborough (Ontario)	n.d.
4. PPG Canada Inc.	États-Unis	Owen Sound (Ontario)	n.d.

\* Vu que chaque sous-secteur ne regroupe que deux entreprises, les données de Statistique Canada sur les exportations ne portent que sur deux grandes catégories renfermant des produits qui ne devraient pas faire partie du groupe 3561. La distorsion qui en résulte n'est pas jugée très importante.

Nota: Les données pour les années antérieures à 1982 ne sont pas disponibles, car la répartition des industries a été modifiée par Statistiques Canada.



**1. STRUCTURE ET RENDEMENT****1.1 STRUCTURE**

L'industrie sidérurgique est composée de 17 sociétés exploitant 26 usines dans l'ensemble du Canada. Ces sociétés fabriquent des produits laminés en profilés primaires; des blooms, des billettes et des brames, des feuilles, des feuillards, des tôles, des barres, des tiges, des profilés de charpentes et des rails. En 1984, l'industrie employait 44 500 personnes et ses livraisons étaient évaluées à 7,76 milliards de dollars.

Il existe deux catégories principales de producteurs : les grandes aciéries "intégrées" qui consomment du minerai de fer et fabriquent un vaste éventail de produits et les mini-aciéries qui utilisent des déchets ferreux pour fabriquer un assortiment limité de produits. Les aciéries sont intégrées en amont, dans les matières premières (minerai de fer, charbon, calcaire) ou en aval, dans les produits finis (tuyaux et fil métallique). Les mini-aciéries peuvent être intégrées soit en amont (déchets) soit en aval (tuyaux et fil métallique).

Plus de 90 % des sociétés oeuvrant dans l'industrie sont en mains privées et contrôlées par des Canadiens. Deux aciéries appartiennent au gouvernement de la province où elles sont établies (Nouvelle-Écosse et Québec) et ce sont là des exceptions notables.

La proximité du marché, déterminant fondamental de l'emplacement des aciéries (pour environ 80 % des cas en Ontario et 10 % au Québec), et la technologie (indispensable à une production à très grande échelle) influent fortement sur la concentration disproportionnée des aciéries dans la région centrale du Canada. Trois sociétés, soit Stelco, Dofasco et Algoma, représentent 75 % de la capacité intérieure de production; les aciéries de taille plus modeste jouent toutefois un rôle important au niveau des régions.

Le fait de considérer que l'industrie sidérurgique du Canada est représentée par trois grands producteurs individuels, intégrés et concentrés en Ontario, et par diverses mini-aciéries qui alimentent les marchés régionaux dans l'ensemble du Canada nous permet de mieux évaluer la compétitivité de l'industrie canadienne.

**i) Mini-aciéries**

Ensemble, ces sociétés dominent la production des barres et des tiges d'acier; en effet, elles se sont emparé des marchés ouverts aux aciéries intégrées au cours des vingt-cinq dernières années. Maintenant, elles se livrent une concurrence réciproque. A quelques exceptions près, ces sociétés poursuivent leur activité à titre d'élément d'une grande société. L'aciérie peut ainsi bénéficier d'un levier financier qui serait autrement hors de sa portée et, dans certains cas, d'un marché assigné. Les principales exceptions chez les mini-aciéries sont, entre autres, Ipsco Inc. en Saskatchewan et Sidbec-Dosco au Québec, toutes deux productrices d'acier et de tubes laminés plats.

ii) Aciéries intégrées

Quatre entreprises canadiennes exploitent des aciéries intégrées mais seules Stelco, Dofasco et Algoma sont retenues sous la présente rubrique. Sysco, en Nouvelle-Écosse, fera l'objet d'observations distinctes.

Ces trois entreprises sont fort différentes sous l'angle des orientations commerciales et des possibilités financières. Dofasco ne fabrique que des produits laminés plats, des feuilles, des feuillets et des tôles, particulièrement pour les marchés de consommateurs de biens durables, tels automobiles, gros appareils électroménagers, etc. Ces marchés ont été relativement stables. Dofasco a échappé au pire de l'affaiblissement du marché de l'acier en 1982-1983, n'a essuyé aucune perte financière et n'a pas tardé à se rétablir en 1984, réalisant des bénéfiques records de 180 millions de dollars; elle a alors peut-être été l'aciérie intégrée la plus rentable au monde.

Stelco offre l'assortiment le plus varié de produits en acier au Canada; cette société alimente tant les marchés de biens de consommation que les marchés de biens d'équipement. Sa dépendance des marchés de biens d'équipement, qui ont tardé à se redresser, a ralenti son relèvement de la récente récession. En 1985, Stelco a regagné sa rentabilité (78 millions de dollars), mais il lui reste à égaler son rendement des années antérieures à 1981.

Algoma fabrique une série de produits qui est fortement orientée vers les marchés de biens d'équipement et de l'énergie. Ces marchés sont très volatils; ils affichent traditionnellement des rendements supérieurs à la moyenne lorsque la demande est forte mais ils sont sujets à de brusques affaiblissements. Depuis 1982, ils ont été languissants et la remontée du volume des ventes connue en 1984 n'a pas réussi à générer un raffermissement sensible des prix.

iii) Aciéries exploitées par le gouvernement provincial

La province de Québec (Sidbec-Dosco) et la province de la Nouvelle-Écosse (Sysco) exploitent des aciéries léguées par des industriels du R.-U. qui ont abandonné des installations jugées non rentables à la fin des années 1960. Ces deux sociétés ont essuyé des pertes considérables depuis cette prise en main, mais des mesures récentes, le retrait de la production de minerai de fer dans le cas de Sidbec-Dosco et un engagement renouvelé à l'égard de la modernisation de l'usine Sysco, ont amélioré les perspectives de ces sociétés. Dans les deux cas, l'intervention financière du gouvernement s'est imposée; étant donné que ces sociétés sont exploitées à l'extérieur de l'environnement du secteur privé, elles doivent être traitées de façon distincte dans toute analyse.

1.2 RENDEMENT

Malgré un nouvel investissement de 5 milliards de dollars et une commande de plusieurs nouvelles usines, depuis 1973, la croissance du volume des ventes a été lente, essentiellement en raison de la stagnation du marché intérieur de l'acier. Au Canada, la consommation d'acier n'a pratiquement pas augmenté au cours de la dernière décennie, se situant en moyenne à quelque 10,8 millions de tonnes par année dans les années 1984 et 1985 par rapport à 11 millions de tonnes en 1973-1974. Les exportations croissantes (d'environ 150 000 tonnes par année de 1973 à 1984) ont compensé les tendances intérieures et permis une certaine augmentation des expéditions. L'entrée des importations est généralement demeurée inchangée, à des niveaux d'environ 16 % de la valeur de la demande canadienne. Depuis 1982, les prix ont considérablement baissé en raison d'une surabondance d'acier à prix inférieur sur le marché

international. Dans les pays industrialisés, la maturité des marchés est à l'origine de la stagnation, mais le choc du pétrole, la technologie (aciers plus résistants, conception plus avancée) et l'évolution des forces du marché international (fabrication dans les pays en développement) sont autant de facteurs importants. De nouvelles installations antérieurement considérées comme une capacité supplémentaire de production sont devenues une capacité de remplacement en présence d'une réduction concomitante de l'outillage désuet. Le nombre d'emplois a baissé d'environ 9 000, soit 17 % du niveau record atteint en 1981, à mesure que sont entrées en opération des installations permettant d'accroître la productivité et que les sociétés ont comprimé leurs frais généraux en vue de réduire leurs coûts.

Par rapport à leurs homologues, les aciéries canadiennes intégrées ont toujours été au nombre des plus productives du monde entier. La rentabilité a fléchi brusquement en 1982, toutefois, et une seule société intégrée, Dofasco, s'est depuis fortement rétablie. Les mini-aciéries semblent afficher une compétitivité efficace, mais il existe très peu de données concluantes à l'égard de ces aciéries.

Selon les porte-parole de l'industrie, un mouvement d'investissements d'une valeur de quelque 3 milliards de dollars serait amorcé à la fin de la décennie en vue de réduire les coûts et d'améliorer la qualité du produit. Certaines sociétés, particulièrement Algoma qui a déclaré des pertes nettes de 222 millions de dollars depuis 1982, ont accumulé des frais considérables en recourant au financement par emprunt de projets d'investissement et en empruntant pour éponger des pertes récentes d'exploitation. Les problèmes de formation de capital semblent constituer plutôt une situation particulière à une société donnée qu'une situation générale dans le secteur.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### 2.1 FACTEURS STRUCTURELS

Malgré la segmentation qui existe dans l'industrie, toutes les sociétés oeuvrent sur le même marché. La compétitivité individuelle, cependant, peut varier sensiblement d'une société à l'autre et sera traitée dans une autre section du rapport.

Les marchés de l'acier évoluent en taille et en composition. Nombre des forces qui ont appuyé le cycle de croissance structurelle du marché, soit la création d'une infrastructure dans les pays industrialisés, la reconstruction de l'Europe et du Japon, etc., sont maintenant épuisées. La construction de voitures plus compactes, le remplacement de certains matériaux (l'acier profilé par le béton) et l'amélioration de la technologie (l'utilisation d'un acier plus rigide requiert de moins grandes quantités, l'amélioration des techniques de conception favorise une consommation plus efficace des matériaux) sont autant de facteurs qui ont contribué à la baisse de la consommation d'acier par habitant et du rôle de l'acier au Canada et dans la plupart des autres pays industrialisés. Sur la scène internationale, les fabricants d'acier doivent s'attaquer à un marché à peu près saturé sur le plan de la quantité qui, simultanément, exploite les limites de la technologie pour assurer la qualité du produit.

L'industrie intérieure éprouve relativement peu de difficulté à s'ajuster aux normes internationales. La plupart des installations sont de calibre international et en position confortable par rapport aux marchés du Canada et des États-Unis. Contrairement aux sociétés américaines, où l'investissement réparti entre plusieurs installations n'a pas engendré des résultats optimaux, les entreprises canadiennes exploitent généralement une seule aciérie et sont en mesure de focaliser au mieux tout nouvel investissement. Les véritables fermetures

d'installations ont été comparativement limitées, malgré une perte de main-d'oeuvre due à l'abandon de certaines lignes de produits et au recours à un outillage moins axé sur la main-d'oeuvre.

De façon générale, les aciéries intérieures ne peuvent concurrencer efficacement les fournisseurs affichant de faibles coûts d'exploitation à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Au Canada et aux États-Unis, toutefois, elles ont l'avantage de concurrencer par des facteurs autres que les prix. Les aciéries canadiennes sont en mesure d'alimenter les principaux secteurs de fabrication du Canada et des É.-U., tel celui de l'automobile dont les besoins de produits et de services sont à la fois spécifiques et exigeants, par exemple la livraison "sur demande". La proximité des marchés internationaux de l'acier les plus importants et les plus lucratifs constitue un facteur primordial de la force de l'industrie.

Les principales faiblesses de l'industrie incluent certains coûts de facteurs non compétitifs à l'échelle internationale. Les intrants majeurs sont, entre autres éléments, la main-d'oeuvre, les matériaux, l'énergie et les capitaux. Les producteurs canadiens ne sont pas compétitifs sur les marchés internationaux, si ce n'est sur le marché américain, au niveau des coûts de la main-d'oeuvre et de certains matériaux (minerai de fer). Les sociétés canadiennes sont actuellement liées aux coûts élevés des mines captives de minerai de fer au Canada et aux États-Unis, mais l'industrie du minerai de fer est en voie de rationalisation et les coûts du minerai de fer sont graduellement réduits. Les coûts de la main-d'oeuvre baissent également et pourraient éventuellement être liés à la rentabilité de la société.

Le taux de change actuel entre le Canada et les É.-U. favorise largement la compétitivité des transactions commerciales en Amérique du Nord. Les aciéries canadiennes étaient dans une position fort désavantageuse par rapport à nombre d'autres pays industrialisés et de pays en développement en raison des alignements des devises en vigueur au début des années 1980, mais ce désavantage s'est atténué en 1985-1986.

Il s'impose de réduire les coûts pour améliorer la rentabilité et s'attacher une part du marché des produits d'une qualité établie. Un produit de qualité supérieure est essentiel pour éviter de concurrencer directement des producteurs dont les coûts d'exploitation sont peu élevés et pour satisfaire aux exigences des consommateurs de produits de haute qualité tels les clients du secteur de l'automobile. La plupart des producteurs effectuent des dépenses en capital pour atteindre ces objectifs. Il n'est toutefois pas évident qu'une réduction des coûts fera nécessairement augmenter les profits de l'industrie. Le fait de maintenir une production excédentaire peut faire baisser les prix à mesure que fléchissent les coûts. Les producteurs qui n'abaissent pas leurs coûts sont voués à perdre complètement leur compétitivité dans l'avenir.

## 2.2 FACTEURS LIÉS AU COMMERCE

Les questions liées au commerce revêtent une importance fondamentale à l'égard des perspectives d'importation et d'exportation. Simultanément, l'industrie canadienne subit la pression des importations, souvent négociées de façon déloyale, alors qu'elle fait face de plus en plus à divers obstacles non tarifaires à l'étranger. Depuis 1977, l'industrie a entamé des poursuites dans 54 cas d'antidumping, visant 22 produits et 19 pays.

Tarifs : les tarifs canadiens sont nominalement supérieurs aux tarifs américains, mais compte tenu des exemptions visant l'utilisation finale, la protection tarifaire réelle n'est que de 5 ou 6 % et décline selon les tarifs des négociations commerciales

multilatérales (NCM). De façon générale, les tarifs en vigueur ne réussissent pas à limiter les importations en provenance de fournisseurs étrangers en raison des pratiques de dumping ou de la tendance à subventionner les exportations d'acier.

Les tarifs en vigueur dans d'autres pays n'influent pas sensiblement sur les exportations canadiennes, contrairement aux obstacles non tarifaires (ONT).

Obstacles non tarifaires : les ONT deviennent de plus en plus un instrument de la politique des gouvernements étrangers. Les ONT relevés aux É.-U. revêtent beaucoup d'importance pour les fabricants d'acier canadiens du fait que les É.-U. soient un marché sur lequel les aciéries canadiennes sont, à d'autres égards, généralement compétitives. Récemment, l'Administration et le Congrès américains se sont montrés empressés de renforcer le régime de protection contre les pratiques commerciales déloyales, administré en vertu des lois sur le commerce et les échanges, au moyen de nouveaux obstacles non tarifaires. Les dispositions de la loi dite U.S. Federal Surface Transportation Assistance Act visant l'achat en Amérique (Buy America) en vigueur dans plus de 30 États américains ont empêché les sociétés canadiennes consommatrices d'acier intérieur, soit les fabricants de profilés de charpentes et de ponts, de participer aux marchés américains pertinents.

La préoccupation majeure de l'industrie canadienne est la possibilité que ses exportations vers les É.-U. soient contraintes par des quotas imposés en vertu de l'article 201 (GATT, Clause de sauvegarde, XIX) pour des périodes pouvant s'étendre à cinq ans. Du fait que le programme de l'acier du Président visant le contrôle des importations des États-Unis soit entré en vigueur en octobre 1984, les pays d'origine de ces importations, représentant 85 % du total des importations, ont signé des ententes de restrictions volontaires à l'exportation (RVE). L'industrie sidérurgique des É.-U. et les membres du Congrès, élus dans des districts axés sur cette industrie, exercent des pressions auprès de l'Administration visant à inclure du Canada dans le Programme. L'industrie canadienne est forcée de recourir à d'importantes ressources financières et d'engager ses hauts dirigeants pour combattre ces menaces à l'accès du marché et, de toute évidence, ces menaces influent sur les décisions d'investissement. Nombre de sociétés ont indiqué que l'investissement aux É.-U. peut constituer l'unique recours des sociétés dépendantes d'une pénétration accrue du marché pour maintenir leur croissance.

### 2.3 FACTEURS TECHNOLOGIQUES

Les aciéries canadiennes sont relativement modernes comparées aux aciéries actuellement en place en Europe et aux É.-U., mais les programmes de rationalisation et de modernisation rapides dans ces pays y accroîtront très fortement la compétitivité des installations dans un avenir prévisible. Les sociétés canadiennes possèdent généralement des usines de finition très modernes et, partant, elles peuvent consacrer leurs dépenses à des usines de traitement primaire, à des techniques améliorées de fabrication de l'acier et au coulage en continu. La qualité supérieure des produits et les coûts inférieurs aux stades primaires sont avantageux pour toutes les lignes de produits finis.

Les techniques de la sidérurgie se retrouvent partout et les producteurs canadiens sont reconnus pour leur avant-gardisme en matière de commercialisation des techniques de pointe. L'unique entrave à l'adoption de techniques nouvelles est la taille réduite du marché intérieur. Une fois adapté un procédé donné, les marchés doivent généralement s'élargir suffisamment pour soutenir les nouvelles installations. Les aciéries demeurent en activité très longtemps. L'abandon de biens utilisables, entièrement amortis, est justifié uniquement si des économies d'exploitation ou des considérations visant la qualité du produit compensent les coûts en capital.

## 2.4 AUTRES FACTEURS

Le facteur le plus important, sur lequel les sociétés n'ont aucun contrôle, est celui des taux de change. L'incidence peut être positive comme c'est actuellement le cas quand il s'agit de pénétrer le marché américain malgré la force persistante du dollar américain. Depuis 1984, nombre d'autres pays industrialisés ont certes considérablement renforcé leur monnaie respective par rapport au dollar canadien, mais certains autres, la France par exemple, ne l'ont pas fait et les producteurs canadiens sont toujours dans une position désavantageuse sur le plan de la compétitivité.

Une difficulté supplémentaire des fluctuations des devises est liée au coût du financement par emprunt en devises étrangères. Le renforcement relatif des devises étrangères ajoute aux coûts de financement des projets d'immobilisation et réduit la compétitivité.

## 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

A quelques exceptions près, l'industrie canadienne de l'acier n'a pas été dépendante de l'appui financier du gouvernement et l'appui reçu, le cas échéant, n'a pas été substantiel.

Un accord a récemment été signé avec la province de la Nouvelle-Écosse visant le partage, entre les gouvernements fédéral et provincial, des coûts de modernisation des installations de Sysco's Steelworks au Cap-Breton.

En raison de l'importance des relations commerciales entretenues entre le Canada et les États-Unis dans le secteur de la sidérurgie, où les aciéries canadiennes se sont assuré un traitement favorable, largement fondé sur leurs revendications de "négociants loyaux", l'industrie ne devrait recourir à une demande directe de capitaux que dans des cas exceptionnels.

## 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Dans les cinq ou dix années à venir, les aciéries canadiennes auront vraisemblablement à faire face i) à la stagnation des marchés intérieurs; ii) à la compétitivité des prix et de la qualité des produits des fournisseurs étrangers, tant établis qu'en voie d'organisation; iii) à un protectionnisme accru sur leur principal marché d'exportation, les É.-U. L'industrie a indiqué que ses objectifs fondamentaux sont i) de s'assurer une part du marché intérieur actuel et d'améliorer la structure des prix par la mise en vigueur de règlements visant les pratiques commerciales déloyales; ii) d'entreprendre les projets de capitaux requis pour lui permettre d'exercer sa compétitivité sur la base du prix et de la qualité des produits; et iii) de maintenir des entrées favorables sur les marchés américains. L'atteinte du dernier objectif exige que l'industrie maintienne son statut actuel : industrie orientée sur les profits et non subventionnée.

## 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

La formulation d'exposés d'ensemble sur la compétitivité du secteur canadien de l'acier ne permet pas de décrire adéquatement nombre de caractéristiques importantes de l'industrie. Il est donc pertinent de formuler des commentaires sommaires sur trois sous-groupes de producteurs ainsi que des observations particulières à l'égard des trois plus importants producteurs.

- i) Mini-aciéries - En tant que groupe, ces sociétés se livrent d'abord une concurrence réciproque et exercent leur compétitivité auprès de leurs homologues des É.-U., bien que les fournisseurs étrangers, qui exploitent à bas prix, minent les marchés au niveau de la qualité inférieure du produit fini. Aux États-Unis, où il y a un excès de capacité de production chez les mini-aciéries, la

compétitivité est acharnée et une certaine rationalisation est prévisible. L'offre et la demande sont mieux équilibrées au Canada et il est moins probable qu'une telle situation se produise. Les entreprises canadiennes ont été parmi les chefs de file sous l'angle de la technologie propre aux mini-aciéries et elles sont considérées comme compétitives.

ii) Aciéries intégrées

Comparées aux entreprises internationales, les trois entreprises formant ce sous-groupe sont actuellement compétitives sur le plan de la technologie, mais elles auront besoin d'investissements importants pour le demeurer. L'habileté de ces sociétés à maintenir leur compétitivité est, dans une très grande mesure, liée à leur présente capacité de souscrire aux projets d'immobilisation requis.

Dofasco a échappé au pire du marasme de la sidérurgie survenu en 1982-1983, n'a pas essuyé de pertes financières et n'a pas tardé à se remettre de cette impasse en 1984. La société a déclaré des profits de 180 millions de dollars pour l'année 1984 et de 170 millions pour 1985. Affichant de faibles coûts de service de la dette et des profits élevés, Dofasco devrait pouvoir facilement investir 750 millions de dollars dans ses dépenses de modernisation. La société devrait demeurer compétitive.

En 1984, Stelco a réalisé des profits de 48 millions de dollars, après avoir essuyé des pertes en 1982 et 1983, et elle a déclaré des profits nets de 78 millions de dollars. Stelco exploite l'aciérie intégrée la plus moderne en Amérique du Nord (l'usine Lake Erie Works a ouvert ses portes en 1980) mais elle doit revaloriser de façon sensible son usine principale à Hamilton. La société poursuit actuellement la mise en place de deux installations de moulage en continu et la revalorisation de ses installations de fabrication et de laminage de l'acier à Hamilton; ces innovations devraient améliorer largement les coûts de production vers la fin des années 1980 et assurer la compétitivité de la société à toutes ses installations.

La situation financière d'Algoma s'est gravement érodée; cette société a accumulé des pertes de 220 millions de dollars depuis 1982. Sa dette à long terme atteint environ 680 millions de dollars. Bien qu'elle ait atteint le seuil de la rentabilité sur le plan de l'exploitation en 1984, la société demeurera dans une situation désavantageuse jusqu'en 1985 en raison de ses obligations à l'égard du service de la dette. Algoma éprouve de graves difficultés financières et elle a déclaré publiquement qu'elle évaluait actuellement ses opérations. Une certaine rationalisation de la société est probable.

iii) Aciéries exploitées par les gouvernements provinciaux

Sydney Steel entreprend un programme majeur de modernisation qui réduira ses frais généraux et ses coûts d'exploitation et améliorera la qualité des produits. Il est possible que Sysco revienne à un certain niveau de rentabilité dans l'avenir. Sidbec-Dosco exploite plusieurs usines dans la région de Montréal. Bon nombre d'entre elles sont compétitives au niveau des prix. Les pertes de la société sont dues à une exploitation non rentable d'une mine de minerai de fer. La situation a été rectifiée en 1985 grâce à la rationalisation de l'industrie du minerai de fer du Québec.

L'industrie reconnaît que les ajustements structurels qui s'imposent sont de trois ordres :

- i) Modernisation des installations en place par l'acquisition d'un équipement amélioré de fabrication de l'acier ou d'un outillage pour le moulage en continu.
- ii) Lancement de projets d'investissement limités lorsque les circonstances le permettent.
- iii) Restructuration financière pertinente.

Préparé par : Direction de la transformation des richesses naturelles, MEIR

original original  
signed by signé par

R. Harley McGee

Sous-ministre adjoint

DATE : le 25 mars 1986

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : Industrie Sidérurgique

CTI : 291

**1. PRINCIPALES STATISTIQUES**

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	21	26	26	26	26	26	26
Emplois	49,000	50,214	53,564	43,051	49,500	44,500	45,000
Expéditions (millions de dollars)	2,345	6,432	6,997	5,715	6,313	7,660	8,000
(millions de tonnes)	9.9	12.3	12.0	9.3	10.0	11.6	11.9
Produit intérieur brut** (millions de dollars constants de 1971)	942.1	1,009.1	955.4	775.3	837.4	970.6	N/D
Investissements (millions de dollars)	486.7	1,293.7	1,409.2	1,102.1	820.4	979.9	1,464.7
** Profits après impôt (millions de dollars)	178.2	424.1	472.5	5.6	(9.3)	237.6	250.0
(% des ventes)	9.34	7.19	7.23	0.16	(0.12)	3.33	4.33

\*\* États financiers de loa sociét de 6 entreprises représentant  
approximativement 90% de l'industrie.

**2. STATISTIQUES COMMERCIALES**

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de dollars)	292	1,601	1,663	1,525	1,266	1,615	N/D
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	N/D						
Importations (millions de dollars)	410	940	1,688	798	829	1,172	N/D
Marché canadien (millions de dollars)	2,463	5,771	7,022	4,988	5,876	7,217	N/C
Exportations en % des expéditions	12.5	24.9	23.8	26.7	20.1	21.0	N/C
Importations en % du marché canadien	16.6	16.3	24.0	16.0	14.1	16.2	N/C
Part canadienne du marché international	1.1	2.2	2.2	2.3	1.6	1.8	1.9

Sources des importations (en % du volume)	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	38	36	14	12
1982	40	26	18	16
1983	44	29	16	11
1984	26	39	10	25

Destination des exportations (en % du volume)	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	77	3	5	15
1982	47	12	13	28
1983	84	2	4	10
1984	92	4	3	1

**3. DISTRIBUTION RÉGIONALE- Moyenne de 1980-1982**

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	3.8	27.0	50.0	15.4	3.8
Emplois - % du total	3.5	8.5	83.5	3.5	1.0
Expéditions - % du total	3.8	8.6	80.4	6.2	1.0

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>	<u>Concentrations (% de la capacité canadienne)</u>
1. Stelco Inc.	canadienne	Hamilton (Ontario) Nanticoke (Ontario) Contrecoeur (Quebec) Edmonton (Alberta)	36.5
2. Dofasco Inc.	canadienne	Hamilton (Ontario)	21.3
3. Algoma Steel Corp.	canadienne	Sault Sainte-Marie (Ontario)	16.0
4. Sidbec-Dosco Ltée.	Prov. of Quebec.	Contrecoeur (Quebec) Montreal (Quebec) Longueuil (Quebec)	6.3
5. Lake Ontario Steel Co.	canadienne	Whitby (Ontario)	4.1
6. Ipsco Inc.	canadienne	Regina (Saskatchewan)	3.4

\*CTI 1970 jusqu'à 1982; CTI 1980 1983-1985

n.d. - non disponible

n.c. - non calculé



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

SECTEUR DE L'ÉQUIPEMENT DE PRODUCTION DE L'ÉLECTRICITÉ

1. Structure et rendement

Structure

Le secteur produit une vaste gamme de produits de haute technologie, principalement fabriqués sur demande, pour un marché d'avant-garde. Les principaux produits du secteur comprennent le matériel mécanique utilisé dans la production d'électricité par les entreprises de service public, dans les usines de transformation des ressources et autres installations industrielles, ou encore dans des applications marines. Le secteur comprend environ 200 entreprises comptant 9 500 salariés, situées principalement en Ontario et au Québec.

Les expéditions du secteur atteignent en moyenne 995 millions de dollars chaque année depuis 1980. Il y a d'importantes variations dans les expéditions annuelles du secteur à cause de l'irrégularité des commandes à valeur élevée et du long délai entre la réception d'une commande et l'expédition des marchandises.

Dans la plupart des pays industrialisés, les marchés intérieurs sont fermés à la concurrence des importations par la politique nationale ou l'utilisation d'autres barrières non tarifaires. Dans ces pays, le secteur a donc pu se développer en capitalisant sur un marché captif et la stabilité de volume et de prix qui en découle pour une proportion importante de son chiffre d'affaires. Pour leur part, le Canada (et les États-Unis) sont restés des marchés ouverts et le secteur canadien a perdu un volume d'affaires important aux mains de fabricants étrangers.

Il existe une surcapacité mondiale dans le secteur de la production de l'électricité et l'on estime qu'il opère à près du tiers de sa capacité. Par exemple, dans le sous-secteur des chaudières, les contrats attribués pour des chaudières à combustibles fossiles à l'extérieur de la Chine et du bloc soviétique atteignaient un volume de 20 436 MW en 1984; alors que la capacité était estimée à plus de 70 000 MW. Cela décrit très bien le caractère fortement compétitif du marché international. Sur les marchés d'exportation, la concurrence vient surtout des pays qui ont des marchés intérieurs protégés (c'est-à-dire le Japon, l'Europe occidentale et l'URSS). Certains pays du Tiers-monde comme le Brésil et la Corée, qui ont négocié des ententes de transfert technologique avec des producteurs des pays industrialisés, deviennent de nouveaux concurrents sur ce marché.

Les produits du secteur peuvent être divisés en deux grandes catégories. En voici une description globale.

- Générateurs de vapeur pour centrales, vaisseaux sous pression et échangeurs de chaleur (CTI 3011/3021)

Les fabricants de ces produits forment le groupe le plus important du secteur, soit quelque 185 entreprises et environ 8 000 salariés. Ils fabriquent essentiellement des produits de grande taille et de valeur élevée, fabriqués sur demande. Le groupe est dominé par de grandes multinationales appartenant surtout à des intérêts américains et qui se sont établies au Canada il y a de nombreuses années, à cause des tarifs douaniers élevés. Le groupe fonctionne dans un réseau étendu de liens interindustriels. Il fait appel à des secteurs très divers de

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

fournisseurs comme ceux de l'acier, les produits réfractaires, les tubes, les pièces de forge, les ventilateurs, les pompes, les compresseurs, la robinetterie industrielle, l'instrumentation, les commandes perfectionnées et les services d'ingénierie. Ses clients sont les entreprises de service public, l'industrie en général et les entreprises de services.

- Moteurs et turbines (CTI 3194/3199)

Au Canada, 13 entreprises regroupant 1 500 salariés fabriquent des moteurs et des turbines. La demande intérieure des grosses turbines vient surtout des entreprises de service public, alors que la demande de petites turbines émane des multinationales du pétrole, des industries chimiques et des ressources naturelles. Les moteurs fabriqués au Canada sont essentiellement des moteurs diesel pour les locomotives, tandis que les besoins en moteurs industriels sont satisfaits par les importations. Les liens interindustriels du secteur sont étendus. Celui-ci fait appel à des fournisseurs de pièces de moulages d'acier, de forgeages, d'engrenages, de moteurs électriques, de pompes, de robinets industriels et d'appareils de contrôle de l'environnement. Il vend aux secteurs de l'électricité et de la fabrication.

Rendement

En 1985, les expéditions de matériel de production d'électricité ont été d'un milliard de dollars, soit 8 % des expéditions totales de l'industrie de la machinerie. Ces expéditions comprenaient une forte part d'exportations car celles-ci, d'une valeur de 235 millions de dollars, représentaient 24 % des expéditions totales des fabricants canadiens. Les importations de 491 millions de dollars ont occupé 39 % du marché intérieur.

Sur le plan du rendement global, le secteur a enregistré, entre 1980 et 1985, une diminution de 5,1 %, en termes réels, du taux annuel de production, comparativement à une diminution de 1,3 % pour le secteur de la machinerie dans son ensemble. Le rendement des deux grands sous-secteurs pour la période 1980-1985 illustre les variations importantes qui peuvent se produire à l'intérieur des regroupements de produits qui constituent le secteur.

- Générateurs de vapeur pour centrales, vaisseaux sous pression, échangeurs de chaleur

Les fabricants de ces produits représentent le regroupement le plus important du secteur avec des expéditions de 677 millions de dollars en 1985, expéditions qui ont augmenté à un taux annuel réel de 4,3 % entre 1980 et 1985. Les exportations atteignaient 56 millions de dollars en 1985 et représentaient 8 % des expéditions totales, tandis que les importations se chiffraient à 76 millions de dollars et occupaient 11 % du marché intérieur de 697 millions de dollars.

Bien que le marché canadien soit ouvert aux importations, les fabricants canadiens ont obtenu la plupart des commandes de générateurs de vapeur au Canada à cause de leur compétence technique et de la force de leur service. Certains des grands fabricants canadiens qui ne sont pas limités dans l'exportation, sauf vers les États-Unis, ont connu un succès considérable dans la vente à d'autres pays.

Dans l'ensemble, les entreprises canadiennes sont compétitives et, à l'exception de certains produits particuliers comme les vaisseaux sous pression et les échangeurs de chaleur à parois épaisses en provenance du Japon et de l'Europe, les importations ne sont pas menaçantes. Les exportations ont représenté en moyenne 12 % des expéditions depuis les cinq dernières années. Les entreprises canadiennes ont connu succès dans les marchés de l'Europe de l'Est, de l'Afrique, de l'Amérique du Sud et de l'Asie.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- Moteurs et turbines

Ces produits ont représenté en 1985 des expéditions de 325 millions de dollars. La production du secteur a subi une diminution annuelle réelle de 7,3 % au cours de la période de 1980 à 1985. En 1985, les exportations atteignaient 179 millions de dollars et représentaient 55 % des expéditions totales, alors que les importations se chiffraient à 415 millions de dollars et représentaient 74 % du marché intérieur de 561 millions de dollars.

De 1980 à 1985, les exportations ont représenté en moyenne 57 % des expéditions et comprenaient surtout des turbines à vapeur et à gaz de petite et moyenne taille ainsi que des grosses turbines hydrauliques. La majorité des exportations ont été le fait de deux filiales canadiennes d'entreprises américaines qui ont un mandat mondial (Westinghouse Canada Inc. et Générale Électrique du Canada Limitée). Le revers de la médaille est une pénétration moyenne des importations de 76 % de 1980 à 1985, qui résulte essentiellement des achats de grosses turbines à vapeur, à gaz et hydrauliques par les sociétés de service public provinciales. Cette concurrence des importations vient des grands fabricants du Japon, de l'Italie, du Royaume-Uni, de la Suisse, de la France, de l'Allemagne et de l'URSS qui peuvent capitaliser sur deux éléments clés, soit une exclusivité mondiale et la protection totale de leur marché intérieur.

2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

Facteurs structurels

En général, dans les produits qu'il fabrique, le secteur de la production de l'électricité est capable de répondre aux demandes d'une clientèle exigeante dans le domaine de la technologie et du service après vente. L'efficacité de la fabrication du secteur est élevée pour les produits fabriqués sur demande. Par ailleurs, ses coûts de main-d'oeuvre et de matériel sont élevés et il ne peut pas tirer parti des économies d'échelle comme ce serait le cas si ses produits se prêtaient à la production en grande série.

Nombre des grandes entreprises de ce secteur appartiennent à des multinationales étrangères, ce qui peut être un point fort et un point faible selon les circonstances particulières de l'entreprise.

Dans certains cas, les entreprises canadiennes n'ont pas accès à certains marchés d'exportation à cause de la politique d'entreprise en matière de rationalisation des marchés. C'est le cas en particulier du marché américain qui est souvent l'exclusivité des sociétés mères. La propriété étrangère peut aussi avoir pour résultat le transfert de la production vers l'extérieur du Canada dans l'intérêt général de la société, mais au détriment de l'industrie canadienne.

Par ailleurs, la propriété étrangère a constitué un point fort pour de nombreuses filiales du secteur, particulièrement celles qui ont obtenu des exclusivités mondiales. Dans ce cas, les sociétés mères étrangères ont souvent fourni à la filiale canadienne une aide précieuse en matière de commercialisation internationale. En plus de fournir de l'aide financière de temps à autre, les sociétés mères étrangères donnent souvent à leur filiale l'accès à leur technologie et à leurs installations de recherche-développement. En contrepartie, cette facilité d'accès a souvent réduit le niveau de recherche-développement au Canada.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Facteurs liés au commerce

Comme nous l'avons déjà mentionné, le secteur est dominé par de grandes multinationales, surtout américaines, qui se sont établies au Canada il y a de nombreuses années, à cause des tarifs douaniers élevés ou pour profiter du tarif préférentiel du Commonwealth. Dans la majorité des cas, le tarif était de 22,5 % sur les marchandises pour une catégorie ou un type fabriqué au Canada et de 7,5 % sur les marchandises non fabriquées au Canada. Le tarif général est maintenant de 9 % et une remise des frais de douanes peut être accordée lorsque les marchandises ne sont pas disponibles des fabricants canadiens. En outre les tarifs appliqués à certaines utilisations particulières sont souvent de 0 %, notamment pour le matériel destiné aux usines d'engrais, aux mines et à la récupération du pétrole, et ont été adoptés pour aider certaines industries particulières, mais ils ont réduit la protection pour les fabricants canadiens de matériel qui, par conséquent, voient une partie importante de leur marché faire face à une forte concurrence des importations.

La pratique du dumping et du financement de faveur étrangers peuvent avoir un impact important sur le marché intérieur. Peu de poursuites ont été intentées en cette matière; en effet la plupart des entreprises sont réticentes à prendre des mesures contre un client important de peur de perdre un marché potentiel futur. Néanmoins, malgré ces considérations commerciales et la difficulté d'établir la preuve, particulièrement dans le cas d'appels d'offres où les soumissions sont confidentielles, la preuve de dumping a pu être faite pour trois cas de vente de turbines hydrauliques, mais seulement après que les commandes furent passées et que des emplois aient été perdus au Canada.

Les entreprises de service public sont les principaux acheteurs de turbines hydrauliques et à vapeur et, jusqu'au début des années 60, elles s'approvisionnaient surtout au Canada. Jusqu'à présent, l'Ontario et le Québec ont continué à acheter de fournisseurs canadiens. Toutefois, au cours des deux dernières décennies, les autres provinces, à quelques exceptions près, se sont surtout approvisionnées auprès de fournisseurs étrangers. Par exemple, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1964, sur 48 achats de groupes turbines à vapeur, d'une taille convenant aux services publics, 40 ont été faits à l'étranger. Ce changement de provenance de l'approvisionnement s'est produit alors que le Canada réduisait ses tarifs douaniers et que certains pays industrialisés, s'engageaient à accroître l'emploi dans un secteur de haute technologie à fort taux de main-d'oeuvre tout en protégeant leur propre autonomie nationale dans le domaine de l'énergie.

Le commerce de contrepartie est un objet de préoccupation croissante. Certaines administrations provinciales ont manifesté leur intérêt pour ce type de commerce en vertu duquel l'acheteur étranger achèterait des produits des ressources de la province en échange de biens d'immobilisations qui n'existent pas dans cette province, mais qui sont produits ailleurs au Canada. Par exemple, on a récemment fait savoir que le Manitoba négocie un accord de contrepartie avec l'Inde pour l'exportation de la potasse; en retour, le Manitoba achèterait des groupes turbines-alternateurs.

A la différence des autres pays industrialisés, le marché des États-Unis n'est pas fermé aux importations étrangères de matériel de production de l'électricité. Les tarifs douaniers aux États-Unis varient de 4 à 7,5 %. Seules les quelques entreprises publiques de service (par exemple, la Tennessee Valley Authority) favorisent la matériel fabriqué aux États-Unis. Les entreprises canadiennes ont eu un succès relatif sur ce marché grâce à leur exclusivité mondiale et à l'aide en matière de commercialisation de la part de leur société mère américaine.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Malgré la nature concurrentielle du marché international, certaines entreprises canadiennes ont réussi à vendre des turbines hydrauliques et des générateurs de vapeur à des pays en développement en surmontant la concurrence vigoureuse livrée par des fabricants étrangers qui ont les capacités techniques de produire des produits de haute qualité à des coûts concurrentiels et qui peuvent offrir des modalités de financement souples et attrayantes. Parce que les principaux marchés sont dans les pays en développement (Chine, Inde, Indonésie), les modalités de financement offertes par l'État canadien constituent souvent le facteur décisif de l'adjudication du contrat.

### Facteurs technologiques

Le secteur dans son ensemble produit des biens de haute technologie et, sur ce plan, le Canada est sur un pied d'égalité avec ses concurrents internationaux.

Ce n'est pas un secteur où l'on trouve des produits radicalement nouveaux, mais plutôt un secteur à évolution lente qui exige des efforts continus. Nombre des filiales étrangères qui font de la fabrication au Canada importent cette technologie, tandis que le reste du secteur est responsable de son propre R-D. Dans les conditions du marché intérieur dont nous avons fait état, il est difficile pour les entreprises canadiennes de financer les installations modernes de fabrication, les activités continues de recherche-développement et les activités d'ingénierie et de commercialisation qui sont nécessaires pour maintenir leur compétence technique et leur compétitivité en matière de fabrication.

De nombreux fabricants canadiens ont déjà réalisé des programmes de modernisation touchant les machines-outils à commande numérique par ordinateur et l'utilisation de la CAO/FAO. Ils pourront peut-être encore obtenir certains avantages additionnels par une automatisation plus poussée. On considère que les usines canadiennes sont comparables à celles de leurs principaux concurrents en matière de modernisme des installations et des techniques.

### Autres facteurs

La faible valeur du dollar canadien ces dernières années a contribué à compenser les coûts élevés de main-d'oeuvre du pays. Si la valeur de notre dollar devait augmenter substantiellement, la position concurrentielle du Canada à l'égard des fournisseurs étrangers, tant sur le marché d'exportation que sur le marché intérieur, pourrait être gravement minée. Les sociétés mères étrangères s'approvisionneraient rapidement auprès de filiales ou de détenteurs de licences d'outre-mer. Les fabricants canadiens pourraient aussi être obligés de s'associer en co-entreprise et de faire de la fabrication locale sur certains marchés d'exportation afin de réduire les coûts.

### 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

C'est surtout par la politique d'achat des sociétés provinciales de service public que les pouvoirs publics influent sur le secteur. Les sociétés de service public de l'Ontario et du Québec ont des préférences d'achat pour les fournisseurs locaux (habituellement de 5 à 10 %) et la plupart des sociétés de service public ont des liens d'affaires étroits avec les fabricants de leur province.

Comme le secteur fait face à la pression croissante des importations, des mesures administrées par l'État fédéral comme la lutte anti-dumping et les droits compensatoires deviennent plus importantes pour le secteur.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

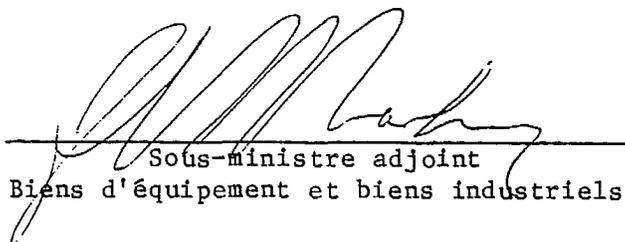
Les pays en développement offriront probablement des marchés importants pour de nouveaux matériels de production de l'électricité dans un avenir rapproché. La demande prévue pour ces matériels au Canada est minime et proviendra probablement des provinces où l'industrie canadienne n'a pas pu garder une part importante du marché intérieur. On s'attend à ce qu'il y ait une forte concurrence internationale sur ce marché et il est important pour la survie des fabricants canadiens que ceux-ci s'en approprient une forte proportion. La perte de ces commandes affaiblirait la compétitivité future du secteur, car elle réduirait le carnet de commandes et la marge d'autofinancement et mettrait en danger les investissements futurs en R-D, en machines-outils et en usines. Cette perte minerait aussi la crédibilité des producteurs canadiens en matière de commercialisation sur le marché d'exportation dont le secteur aura également besoin pour sa survie.

5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

La capacité de production des usines canadiennes est assez bien équilibrée et le secteur compte certains points forts, notamment les grosses turbines hydrauliques et les petites et moyennes turbines à gaz et à vapeur, ainsi qu'un large éventail de matériel de production de la vapeur, y compris les générateurs de vapeur et les chaudières industrielles et l'équipement de salles de chaudières. Dans ces domaines, les entreprises canadiennes exportent beaucoup et ont démontré leur compétitivité sur les marchés internationaux qui ne leur sont pas fermés.

Le secteur dépend de façon cruciale des pratiques nationales d'achat et du financement des exportations par l'État. L'ouverture du marché canadien a permis à des fabricants étrangers d'employer des pratiques comme le dumping pour obtenir des commandes dans certains segments du marché. On peut citer en exemple les groupes turbines à vapeur, les grosses turbines hydrauliques (sauf au Québec), les vaisseaux sous pression à parois épaisses et les échangeurs de chaleur. Même si les entreprises canadiennes sont concurrentielles, l'établissement de tarifs douaniers favorables aux industries utilisatrices, le dumping et le financement de faveur par les États étrangers font en sorte qu'il est difficile pour les fabricants canadiens de se voir adjudger des commandes émanant des grands projets canadiens. Si ces conditions se maintiennent, on s'attend à ce que le nombre de fabricants canadiens dans ce secteur continue à diminuer.

Préparé par : Direction générale de la machinerie et de l'équipement  
électrique  
**Ministère de l'Expansion industrielle régionale**

  
Sous-ministre adjoint  
Biens d'équipement et biens industriels

Date : 24 novembre 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : Équipement de production de l'électricité

CTI\* : 3011, 3021,  
3194, 3199

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
						Données partielles estimées	
Établissements							200
Emplois							9500
Expéditions (en millions de dollars)	278	856	1188	1117	431	874	1001

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Exportations (en millions de dollars)	68	182	272	284	270	275	235
Expéditions canadiennes (en millions de dollars)**	211	674	916	832	662	598	767
Importations (en millions de dollars)	111	459	564	473	526	429	491
Marché canadien (en millions de dollars)**	322	1133	1480	1305	1187	1028	1258
Exportations en pourcentage des expéditions	24	21	23	26	29	32	24
Importations en pourcentage du marché intérieur	35	41	38	36	44	42	39

Origine des importations (Z)

	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	74	19	5	2
1982	69	20	6	5
1983	72	16	8	4
1984	72	20	5	3

Destination des exportations (Z)

	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	48	3	19	30
1982	36	1	32	31
1983	34	4	37	25
1984	50	7	18	25

3. RÉPARTITION RÉGIONALE - Renseignements basés sur les données sectorielles.

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	4	23	53	12	8
Emplois - % du total	1	29	58	10	2

\*CTI de 1980

\*\*Comme ils sont arrondis, ces chiffres peuvent ne pas donner des sommes exactes.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION (suite)

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Principales usines</u>
1. Babcock & Wilcox Canada	É.-U.	Cambridge
2. Combustion Engineering	É.-U.	Sherbrooke, Cornwall, Edmonton
3. Les chaudières Foster Wheeler Inc.	É.-U.	St. Catharines
4. Versatile-Vickers	Canada	Montréal
5. Canadian Erectors Ltd. (Div. TIW)	Canada	Toronto, Calgary
6. Koch Muirhead Engineering	É.-U.	Toronto
7. Générale Électrique du Canada Ltée (Les Ateliers d'Ingénierie Dominion)	É.-U.	Lachine
8. Westinghouse Canada Inc.	É.-U.	Hamilton, Renfrew
9. Brown-Boveri Howden	Suisse/R.-U.	Scarborough
10. Dominion Bridge-Sulzer	Canada/Suisse	Montréal



### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ Secteur : édition

#### 1. Structure et rendement

##### a) Structure

Ce secteur se compose d'établissements qui oeuvrent dans le domaine de l'édition seulement ou dans les domaines combinés de l'édition et de l'impression. Les distributeurs et les revendeurs de publications sont exclus. L'édition regroupe diverses activités comme la collecte des nouvelles, la rédaction d'éditoriaux et la vente de publicité dans le cas des journaux et des périodiques ainsi que le choix et l'édition de manuscrits dans le cas des livres. Environ le tiers des sociétés qui oeuvrent dans ce domaine, la plupart d'entre elles dans le secteur des quotidiens, effectuent leurs propres travaux d'impression. Les autres les confient à contrat à des imprimeurs.

En 1985, l'industrie canadienne comptait environ 1 300 sociétés contrôlant 1 575 établissements; elle employait environ 47 200 personnes de façon permanente et tirait de ses ventes des revenus de 3,9 milliards de dollars. Les publications de langue anglaise représentaient environ 80 % de tous les envois. Cette industrie est une source importante d'emploi pour les pigistes (surtout les écrivains).

Ce secteur se subdivise en trois grands sous-secteurs, dont l'ensemble compte pour environ 90 % des expéditions; seules quelques sociétés oeuvrent dans plus d'un sous-secteur.

- les journaux : en 1985, ils employaient environ 30 000 personnes et leurs recettes s'élevaient à environ 2,4 milliards de dollars; 75 % des recettes proviennent de la publicité; les journaux répondent essentiellement à des besoins locaux ou nationaux; comme ce sous-secteur est peu sujet aux échanges internationaux, nous ne l'analyserons pas en détail;
- les périodiques : ils employaient en 1985 environ 10 000 personnes et leurs recettes s'élevaient à environ 800 millions de dollars; la publicité compte pour environ 60 % des recettes; les périodiques destinés au consommateur comptent pour environ les deux tiers des publications de ce sous-secteur;
- les livres : ce secteur employait en 1985 environ 5 000 personnes et ses ventes s'élevaient à environ 500 millions de dollars. Les livres d'enseignement comptent pour environ 40 % des ventes; en outre, la plupart de ces sociétés agissent à titre d'agent pour des maisons d'édition étrangères; cette activité, mélange d'importation et de commercialisation, génère des ventes additionnelles d'environ 300 millions de dollars.

L'industrie est fortement concentrée en Ontario et au Québec, surtout dans les régions à forte densité de population. L'édition de livres constitue le secteur le plus centralisé, plus de 90 % des expéditions provenant des régions métropolitaines de Toronto et de Montréal.

L'industrie est caractérisée par la présence d'un grand nombre de petits établissements. Environ 60 % de ces établissements comptent moins de dix employés et ils contribuent, dans leur ensemble, à moins de un dixième de toutes les expéditions. Par comparaison, les établissements qui comptent 100 employés et plus, soit environ 4 % du total, comptent pour environ 65 % de toutes les expéditions. Au niveau de l'entreprise, la concentration des activités est particulièrement forte dans le secteur des quotidiens, où les deux principales chaînes accaparent plus de 5 % des recettes totales.

La participation étrangère (surtout américaine) est importante dans le sous-secteur des livres (environ 50 % des expéditions) et négligeable dans les deux autres sous-secteurs en conséquence de la réglementation gouvernementale. Les filiales de maisons d'édition étrangères se bornent surtout à jouer le

rôle d'agent pour la société mère. Cette activité compte pour environ 60 % de leurs ventes. Le reste provient de l'édition d'ouvrages d'auteurs canadiens. Bien que la plupart des sociétés canadiennes jouent également le rôle d'agent pour des maisons d'édition étrangères, cette activité ne représente pour elles qu'environ 30 % du total de leurs ventes. Ce rôle d'intermédiaire leur permet de financer l'édition d'ouvrages d'auteurs canadiens. D'autre part, bon nombre des principales maisons d'édition canadiennes, notamment dans le sous-secteur des quotidiens, possèdent d'importants investissements à l'étranger, surtout aux États-Unis.

Il existe environ 350 sociétés qui publient surtout en langue française et leurs recettes s'élèvent à environ 0,8 milliard de dollars. La taille moyenne des entreprises est plus petite dans le secteur de langue française que dans celui de langue anglaise. Dans le premier, la concentration des activités chez les grandes sociétés est plus prononcée dans le sous-secteur des journaux alors que la participation étrangère est négligeable dans le sous-secteur des livres. Dans l'ensemble, les périodiques de langue française se fient moins que les périodiques de langue anglaise à la publicité comme source de revenus.

La plupart des emplois dans l'industrie canadienne sont des emplois spécialisés. Le sous-secteur des quotidiens est fortement syndiqué. Le papier et l'encre constituent les principaux matériaux bruts consommés par cette industrie. Au cours des dernières années, il n'y a pas eu de véritable problème d'approvisionnement, bien qu'à certains moments il y ait eu pénurie de papier de qualité supérieure.

Dans l'ensemble, les caractéristiques structurelles de l'industrie canadienne de l'édition ressemblent à celles des industries homologues dans la plupart des pays industrialisés. La forte participation de sociétés étrangères au sous-secteur canadien de l'édition de livres constitue la seule exception par rapport à ce qui se passe dans d'autres pays. Cette situation résulte de la proximité des États-Unis, un des chefs de file mondiaux dans la création et la distribution de livres.

#### b) Rendement

En raison d'un marché raisonnablement favorable, les expéditions et les emplois, dans cette industrie, au cours de la période de 1973 à 1985, se sont accrus à un taux de croissance annuel moyen compris entre 1 et 5 % respectivement (en dollars constants). Dans l'ensemble, ce comportement est légèrement meilleur que dans le secteur de la fabrication. Les autres pays industrialisés ont connu le même genre de croissance.

Au cours de la période de 1973 à 1985, les exportations d'ouvrages publiés se sont accrues à une cadence plus rapide que les expéditions domestiques, de sorte que leur part de la production totale de cette industrie est passée de 3 à 8 %. Les importations se sont également accrues à un rythme plus rapide que la production nationale, leur part du marché canadien passant de 19 à 23 %. Toutefois, le déficit commercial est passé de 203 millions de dollars à 727 millions de dollars. Dans ce secteur, c'est surtout avec les États-Unis que le Canada fait des échanges. Il n'y a pratiquement pas d'échanges de journaux et cela s'explique par la nature locale et nationale de ceux-ci. En 1985, la proportion des exportations dans le sous-secteur des périodiques canadiens était comprise entre 5 et 10 % alors que celle des importations était d'environ 35 %. Dans ce domaine, la majeure partie des échanges portaient surtout sur des périodiques destinés au consommateur, les produits américains comptant pour environ 75 % des ventes en kiosque de périodiques de langue anglaise au Canada. Dans le sous-secteur des livres, la proportion des exportations est d'environ 18 %, une entreprise unique comptant à elle seule pour environ 90 % des exportations. Dans le sous-secteur des livres, les importations comptent pour environ 70 %.

Dans l'ensemble, le rendement financier du secteur canadien de l'édition s'est avéré meilleur que celui du grand secteur de la fabrication. Toutefois, cette situation est en grande mesure attribuable aux profits très élevés réalisés par les journaux et elle ne reflète pas la difficile situation dans laquelle se trouvent de nombreux éditeurs canadiens de périodiques et de livres, qui doivent faire face à la concurrence de l'étranger.

Le facteur de risque constitue l'une des principales caractéristiques du secteur de l'édition de livres et de périodiques (et particulièrement de périodiques destinés au consommateur et de livres populaires). Les goûts du consommateur dans ces domaines sont très instables.

## 2. Points forts et points faibles

### a) Facteurs structurels

Le travail des maisons d'édition consiste essentiellement à rechercher de bons ouvrages et de bons auteurs et à les publier. Il y a d'importantes différences dans les marchés potentiels que peuvent exploiter les maisons d'éditions canadiennes et américaines. Ainsi, les deux principales maisons d'édition canadiennes déclaraient en 1985 des recettes de 266 millions et 35 millions de dollars canadiens, alors que les revenus de leurs homologues américaines s'élevaient respectivement à un milliard et 600 millions de dollars américains.

En raison de leur taille et des avantages économiques qui en découlent, taille et avantages qui à leur tour résultent de l'importance de leur marché, les grands éditeurs américains de livres sont en mesure d'attirer les meilleurs écrivains et de publier une grande variété de titres, ce qui leur permet de répartir leurs risques. En outre, ils sont capables de mettre sur pied d'importantes campagnes publicitaires.

Dans l'ensemble, le secteur canadien de l'édition de livres connaît les faiblesses en général associées aux petites entreprises. La majorité de ces sociétés sont sous-capitalisées. Après avoir absorbé les coûts de création et d'impression, elles ne possèdent plus les ressources nécessaires pour entreprendre les campagnes de publicité qui s'imposeraient au pays et à l'étranger. La faible importance de la plupart de ces sociétés les empêche en outre d'employer des gestionnaires et des techniciens à plein temps. Les incidences de ces faiblesses se font particulièrement sentir au Canada français, compte tenu du faible nombre de francophones.

Dans le sous-secteur des périodiques, l'écart de taille entre le Canada et les États-Unis n'est pas aussi évident, bien qu'il s'agisse là d'un facteur important, tout particulièrement dans le domaine des périodiques destinés au consommateur. Compte tenu de la population importante à laquelle il s'adresse et des revenus qu'elles tirent de la publicité, les grandes maisons d'édition américaines sont en mesure d'offrir une meilleure couverture journalistique et des produits plus intéressants que leurs homologues canadiennes.

### b) Facteurs liés au commerce

En réponse à la surcharge imposée par les Américains sur les bardeaux d'importation, le Canada réimposait, le 6 juin 1986, un droit de 10 % sur les livres en langue anglaise (à l'exception des livres destinés aux établissements d'enseignement et aux bibliothèques ainsi que des livres de nature religieuse) et les périodiques publiés moins de quatre fois l'an. Ce droit avait été supprimé en 1979 en raison d'une exemption accordée au Canada relativement à la clause sur la fabrication de la loi américaine sur les droits d'auteur. Les autres publications sont admises au Canada en franchise. Toutefois, par sa Loi sur les douanes, le Canada interdit l'importation de (1) périodiques dont plus de 5 % de l'espace réservé à la publicité se compose d'annonces qui mentionnent des sources au Canada où on peut se procurer les produits en cause et (2) d'éditions régionales de périodiques contenant une

publicité axée surtout sur le marché canadien et n'apparaissant pas dans les autres éditions de ce périodique. Ces restrictions ont été imposées dans le but d'inciter les commanditaires canadiens à faire paraître leur publicité destinée au marché intérieur dans des périodiques canadiens.

En outre, par cette même loi sur les douanes, le Canada interdit l'importation de rééditions de livres canadiens et de rééditions de livres britanniques dont les droits d'auteur ont été délivrés au Canada. Aux termes de cet article, le titulaire d'un droit d'auteur peut empêcher l'importation d'éditions étrangères bon marché de ses ouvrages en en avisant par écrit Revenu Canada. Jusqu'à ce jour, cette mesure de protection n'a été que peu exploitée par les maisons d'édition canadiennes en raison des importants problèmes administratifs qu'elle pose. En effet, l'application correcte de cette mesure nécessiterait l'examen du contenu de tous les envois de livres expédiés au Canada dans le but de déterminer les auteurs des ouvrages.

Enfin, plusieurs mesures établies par le gouvernement canadien dans le but de soutenir le secteur de l'édition sont considérées par le gouvernement américain comme des mesures non tarifaires, notamment les restrictions fiscales qui s'appliquent à la publicité dans les média étrangers et les tarifs postaux privilégiés. Par comparaison avec le Canada, les autres pays industrialisés autorisent l'importation en franchise de publications et se servent peu de mesures non tarifaires.

### c) Facteurs technologiques

A l'échelle mondiale, l'industrie de l'édition laisse le soin des progrès technologiques aux fabricants de machines et de matériel. Les technologies de fabrication sont accessibles partout dans le monde.

Au cours de la dernière décennie, les maisons d'édition (par opposition aux sociétés d'édition et d'impression), à l'échelle mondiale, ont eu tendance à acquérir de l'équipement de pré-impression (en particulier des machines de composition) dans le but de réduire leurs frais. Dans ce domaine, les maisons d'édition canadiennes, dans l'ensemble, n'ont pas totalement suivi leurs homologues américaines.

### 3. Programmes et politiques fédéraux et provinciaux

Au cours des années, l'administration fédérale a adopté diverses mesures spéciales dans le but de soutenir le secteur de l'édition, tout particulièrement les sous-secteurs des périodiques et des livres. Ces mesures avaient surtout pour objectif de favoriser l'émergence d'une culture canadienne en fournissant aux auteurs canadiens un moyen de s'exprimer et d'étudier diverses questions du point de vue canadien. Par conséquent, ces mesures ont été axées surtout sur la stimulation de la production d'une grande variété de titres plutôt que sur le développement d'entreprises fortes. Voici les principales mesures qui ont été adoptées :

- a) aucune déduction fiscale n'est accordée pour ses dépenses de publicité au contribuable qui fait paraître des annonces axées directement sur le marché canadien dans un journal ou un périodique étranger;
- b) la loi sur les douanes interdit l'entrée au Canada de périodiques étrangers contenant des annonces publicitaires destinées au marché canadien;
- c) grâce à son programme de développement de l'industrie canadienne de l'édition de livres, le ministère des Communications accorde un soutien financier aux maisons d'édition pour la mise en oeuvre de projets destinés à améliorer leur rentabilité ainsi qu'à des associations commerciales qui désirent entreprendre des projets dont le sous-secteur dans son ensemble puisse tirer profit;
- d) le Conseil des arts du Canada accorde des subventions pour la publication de périodiques littéraires et artistiques ainsi que d'ouvrages de valeur culturelle alors que le Conseil de recherches en sciences humaines subventionne les périodiques savants;

- e) le ministère des Communications assume en partie les frais d'envoi par la poste en deuxième classe de divers produits culturels (qu'ils soient d'origine canadienne ou non) en absorbant une portion du déficit subi par la poste dans la distribution de ces articles; les périodiques et les journaux communautaires sont les deux principaux bénéficiaires de cette mesure; en outre, le règlement des postes prévoit un tarif privilégié pour les périodiques canadiens, un tarif un peu plus élevé pour les périodiques étrangers imprimés au Canada (dont le Time constitue l'exemple le plus connu) et enfin un dernier tarif, plus cher, pour les périodiques étrangers imprimés à l'extérieur du Canada;
- f) les journaux, les périodiques et les livres (qu'ils soient d'origine canadienne ou non) sont exemptés de la taxe de vente fédérale.

En juillet 1985, le gouvernement fédéral adoptait une politique visant à canadianiser le secteur de l'édition et de la distribution de livres. Ainsi, l'acquisition directe d'entreprises contrôlées par l'étranger au Canada par de nouveaux intérêts étrangers est permise aux termes de la loi canadienne sur les investissements pourvu que les investisseurs étrangers conviennent de remettre le contrôle de leur filiale au Canada à des Canadiens à l'intérieur d'un délai raisonnable, en général deux ans.

La loi canadienne actuelle sur le droit d'auteur est entrée en vigueur en 1924 et, à l'exception de quelques modifications mineures, n'a pas été mise à jour depuis. On prévoit maintenant commencer à refondre cette loi en 1986. Par comparaison, aux États-Unis, la loi sur le droit d'auteur a été refondue vers la fin des années 1970. En particulier, elle offre maintenant une meilleure protection contre les utilisations illégales de documents protégés par un droit d'auteur.

Plusieurs gouvernements provinciaux, notamment ceux du Québec et de l'Ontario, soutiennent les sous-secteurs des périodiques et des livres, en particulier en prêtant de l'argent aux maisons d'édition, en accordant des subventions aux associations commerciales et en exigeant que les livres d'enseignement aient un contenu canadien. Au Québec, les établissements publics ne peuvent acheter que de libraires et de distributeurs agréés par le gouvernement.

Lors d'une rencontre des ministres fédéral, provinciaux et territoriaux responsables des ressources culturelles en mars 1986, les participants ont mis sur pied un comité directeur de l'édition de livres qui tentera, notamment, d'améliorer l'accès des maisons d'édition aux marchés financiers et d'étudier le rôle des subventions postales.

#### 4. Évolution de l'environnement

Dans l'ensemble, on prévoit une croissance à moyen terme de la demande d'ouvrages publiés légèrement inférieure à celle qu'on a connue au cours des années 70. Des facteurs comme le temps libre dont les gens disposent et le niveau de scolarité de la population vont continuer à avoir d'importants effets positifs. Toutefois, ces effets vont être compensés par une croissance plus lente de la population et du revenu libre personnel. Par opposition, le vieillissement de la population aura peu d'influence sur la situation en général. Enfin, on va assister au cours des prochaines années à l'émergence d'un certain nombre de progrès technologiques dans le domaine des télécommunications, notamment le vidéotexte, qui auront sans doute des incidences négatives sur l'industrie de l'édition.

On ne prévoit pas, à moyen terme, de changements draconiens dans les caractéristiques structurelles de base ou dans la façon de fonctionner de l'industrie canadienne de l'édition. On ne prévoit pas non plus à moyen terme de pénurie de papier ou d'autres matières premières utilisés par ce secteur. On estime en général qu'au cours des cinq prochaines années il ne se produira pas de changements importants dans les méthodes de fabrication exploitées par ce secteur et que les efforts porteront surtout sur l'amélioration des techniques existantes. Les maisons d'édition vont continuer à investir dans l'achat de machines de pré-impression.

5. Évaluation de la compétitivité

Dans ce secteur, la compétitivité est liée à la capacité de trouver et de publier des auteurs et des ouvrages intéressant la masse. Dans le cas des journaux et des périodiques, c'est également ce facteur qui permet d'attirer les commanditaires. Le sous-secteur des journaux répond essentiellement à des besoins locaux ou nationaux et est en général sain. Par opposition, les sous-secteurs des périodiques et des livres doivent faire face à une forte concurrence de la part de l'étranger, malgré l'introduction par le gouvernement fédéral d'une grande variété de mesures spéciales visant à favoriser les maisons d'édition et les auteurs canadiens.

Actuellement, la majorité des entreprises canadiennes d'édition de livres ne sont pas concurrentielles. Elles sont, en raison de leur taille, défavorisées du point de vue économique par rapport aux filiales canadiennes de maisons étrangères. Bien que moins marqué, cet inconvénient se retrouve également dans le sous-secteur des périodiques, tout particulièrement dans celui des périodiques destinés au consommateur.

Plus tôt cette année, le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux et les gouvernements des territoires ont mis sur pied un comité directeur dans le but d'étudier les moyens de mieux aider le sous-secteur des livres.

ÉLABORÉ PAR : LA DIRECTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DES PRODUITS DE  
CONSOMMATION  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed By  
R. H. McGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint

Biens de consommation, services et transplantation des richesses naturelles

DATE : Le 11 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR: ÉDITION

CTI TRAITÉS: 2831, 2839, 2841 & 2849 (1980)

1. <u>PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	1,164	1,273	1,350	1,359	1,480	1,525(E)	1,575(E)
Emplois	41,178	47,475	45,443	45,832	46,365	46,700(E)	47,200(E)
Expéditions/recettes (millions de dollars)	1,055	2,613	2,944	3,121	3,427	3,797	3,900
Produits intérieur brut (millions de dollars constant de 1971)	599	839	836	770	789	798	795
Investissements (millions de dollars)	35	86	92	90	89	115	101
Profits après impôt (millions de dollars)	92	173	207	205	273	n/d	n/d
(% du revenu)	8.7	6.3	5.8	5.3	6.7	n/d	n/d

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

Exportations (millions de dollars) (1)	33	138	147	173	278	275	325
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	1,022	2,475	2,797	2,948	3,149	3,425	3,575
Importations (millions de dollars)	236	680	769	869	937	1,047	1,052
Marché canadien (millions de dollars)	1,257	3,155	3,566	3,817	4,086	4,569	4,627
Exportations en % des expéditions	3.1	5.3	5.0	5.6	8.1	7.2	8.3
Importations en % du marché canadien	18.7	21.5	21.6	22.8	22.9	22.9	22.7
Part canadienne du marché international	n/d						

Source des importations (%)	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	87.4	11.2	0.5	0.8
1982	89.4	9.6	0.5	0.5
1983	89.3	9.2	0.9	0.6
1984	87.8	10.2	1.1	1.0
1985	88.0	10.2	0.8	1.0

Destination of exports (%)

1981	88.0	8.0	0.2	3.5
1982	93.0	5.1	0.2	1.7
1983	95.4	3.0	0.1	1.5
1984	94.5	3.5	0.2	1.9
1985	94.8	3.3	0.2	1.8

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne sur 3 ans

	<u>ATLANTIQUE</u>	<u>QUÉBEC</u>	<u>ONTARIO</u>	<u>PRAIRIES</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	5	23	41	18	13
Emplois - % du total	5	19	48	17	11
Expéditions/recettes - % du total	3	26	47	14	10

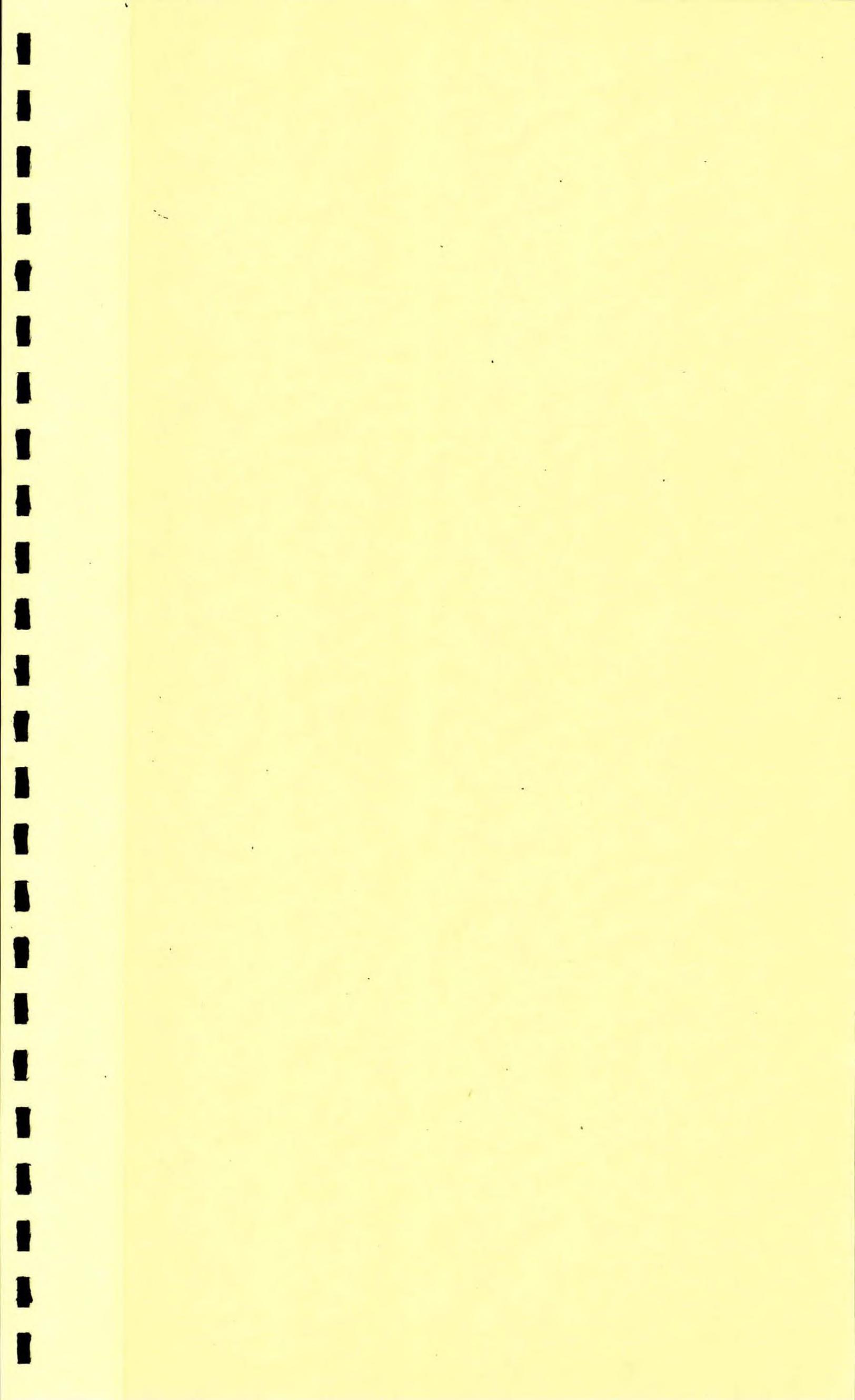
<u>4. PRINCIPALES ENTREPRISES</u>	<u>PROPRIÉTÉ</u>	<u>EMPLACEMENT DES PRINCIPALES USINES</u>
1. Torstar	Canadienne	Ontario et étranger
2. Maclean Hunter (édition seulement)	Canadienne	Québec, Ontario, Alberta et étranger
3. Southam (édition seulement)	Canadienne	Québec, Ontario, Alberta, C.-B. et étranger
4. Thomson Newspaper	Canadienne	Canada et étranger

(E) : Estimation

n.d. : Non disponible

(1) : Les statistiques sur les exportations citées dans le présent rapport font apparaître plus importantes qu'elles ne le sont en réalité les exportations de l'industrie canadienne de l'édition. A des fins statistiques, on fait relever de l'industrie de l'édition les envois par le Canada à l'étranger de journaux, de périodiques et de livres. Toutefois, on estime qu'une bonne partie de ces exportations proviennent d'entreprises classées dans le secteur de l'impression. Malheureusement, il n'est pas possible pour le moment d'estimer la valeur de ces envois à l'étranger. Par comparaison, on estime que la majeure partie des importations au Canada de journaux, de périodiques et de livres proviennent de maisons d'édition étrangères plutôt que d'imprimeurs.

DATE :



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉSECTEUR DU MATÉRIEL DE PRODUCTION DE PÂTE ET DE PAPIER1. STRUCTURE ET RENDEMENTa) Structure

Le présent profil du secteur de la fabrication du matériel de production de pâte et de papier comprend l'équipement de traitement de la pâte et celui des moulins à papier, mais non l'outillage de transformation du papier où l'on estime qu'il existe un minimum de capacité au Canada.

Les deux principaux produits de l'industrie canadienne de la pâte et du papier ont été la pâte chimique et le papier journal. Étant donné que le secteur canadien du matériel de production dans ces deux domaines visait d'abord le marché intérieur, il n'est que naturel que sa vigueur et sa compétence technique se situent dans ces mêmes domaines.

Ce secteur comprend environ 60 entreprises dont 20 sont considérées de tailles moyenne à grande, c'est-à-dire qu'elles possèdent plus de 100 employés chacune. La plupart sont situées dans les grands centres urbains de l'Ontario (30 %), du Québec (65 %) et de la Colombie-Britannique, où sont concentrés les débouchés, l'apport des fournisseurs et la main-d'oeuvre spécialisée. Ce secteur assure 4 000 emplois directs. La plupart des grandes entreprises de cette industrie fournissent du matériel à plus d'un secteur industriel; par exemple, la pâte et le papier, les mines, les centrales électriques et les installations de traitement des déchets. Elles se fient habituellement à cette diversité pour maintenir un arriéré de commandes relativement sain.

Les filiales d'entreprises étrangères, la plupart américaines, représentent environ 75 % des expéditions de l'industrie canadienne de la fabrication du matériel de production de pâte et de papier. La plupart se sont établies ici au début des années 1900 lorsque les tarifs à l'importation étaient élevés (25 %) et que de nouvelles usines de pâte à papier et de papier se construisaient partout, notamment dans l'Est du Canada. Les entreprises qui sont la propriété de Canadiens sont généralement plus petites, ont des spécialités plus limitées et sont davantage axés sur l'exportation.

La plupart des ventes de matériel canadien de production de pâte et de papier dans les pays d'outre-mer, c'est-à-dire à l'extérieur des États-Unis, sont reliées à des projets internationaux majeurs auxquels participent des experts-conseils canadiens. Ces projets se situent habituellement entre 250 et 500 millions de dollars, dont environ 40 % sont directement consacrés à l'achat d'outillage de traitement. Les ingénieurs-conseils canadiens de la pâte et du papier ont une bonne réputation sur le plan international et peuvent fournir une gamme de services qui s'étendent des études préliminaires jusqu'à la prise en charge complète de contrats clés en main. Habituellement les conditions financières, telles qu'elles sont offertes par des organismes comme la SEE, jouent un rôle déterminant dans l'adjudication des contrats. Évidemment, lorsque la SEE participe à un projet, les multinationales sont souvent obligées de laisser tomber les restrictions géographiques habituellement imposées à leurs filiales canadiennes en raison du caractère conditionnel du financement. Bien que la SEE exige habituellement 60 % de contenu canadien, la norme est généralement de 75 à 80 % en raison de la force de ce secteur.

Dans l'ensemble, la concurrence dans ce secteur provient de la Suède, de la Finlande et de la République fédérale d'Allemagne (RFA).

b) Rendement

Les expéditions de fabricants canadiens de matériel de production de pâte et de papier ont augmenté d'environ 5.2 % par année en termes réels, pour passer de 69 millions de dollars en 1970 à 325 millions en 1985. Cette hausse se compare avec le taux de croissance réelle de 5,9 % qu'a connu l'ensemble de l'industrie de fabrication des machines au cours de la même période.

Comme on l'a déjà signalé, les exportations ont été particulièrement fortes à la fin des années 1970, puisqu'elles ont constamment accru leur pourcentage des expéditions, soit de 33 % en 1976 à 76 % en 1980. Néanmoins, de 1980 à 1984, ce chiffre est tombé à moins de 30 %, vu que les nouvelles expansions de cette industrie ont connu un ralentissement marqué dans le monde entier. En 1985, 80 % des expéditions vers l'étranger ont eu lieu dans le cadre d'un projet financé par la SEE en Malaisie. Chaque grand projet d'exportation se chiffre à près de 100 millions de dollars en outillage de transformation et, par conséquent, compte pour beaucoup dans le calcul des exportations annuelles. Les ventes à l'étranger ont été particulièrement fortes à partir du milieu des années 1970 jusqu'à 1980, car les entreprises canadiennes de fabrication de matériel de production de pâte et de papier ont réussi à commercialiser du matériel technique de pointe dans le cadre de projets majeurs financés par la SEE en Pologne, en Tchécoslovaquie, en Argentine et au Chili.

À ce jour, les États-Unis constituent le plus grand marché d'exportation pour les producteurs canadiens, puisque c'est vers ce pays que sont dirigées plus de 50 % de toutes les exportations annuelles. Cependant, les données sur les importations publiées par le Département du commerce des États-Unis révèlent que la part canadienne du marché américain est tombée de sa situation de premier plan (30 % au milieu des années 1970) à environ 15 % au début de années 1980. Les fabricants de la Suède et du Royaume-Uni ont également vu leur part du marché américain diminuer au cours de cette période. C'est la Finlande qui a connu la plus forte augmentation, soit de 21 % à 34 %.

Au cours du ralentissement qu'a connu le marché des exportations de 1981 à 1984, les fournisseurs de matériel canadien ont pu se concentrer sur le marché intérieur où des projets d'amélioration, dont certains faisaient partie des initiatives fédérales ou provinciales en vue de moderniser les installations de production de pâte et de papier de l'Est du Canada, ont constitué le gros des nouveaux débouchés commerciaux. Au cours de la même période, environ 70 % des expéditions ont été vendues à des clients canadiens. Le marché intérieur a donc plus que triplé entre 1980 et 1981, puis s'est stabilisé à environ le double du niveau de 1980, au cours des quatre années suivantes.

La pénétration des importations sur le marché intérieur a quelque peu diminué au cours des premières années de 1980 pour passer à une moyenne de 39 %, par comparaison avec celle de 43 % à la fin des années 1970. Néanmoins, ce secteur connaît de nouveau une forte pression provenant des importations. La concurrence provient non seulement de fournisseurs européens habituels de matériel tels que la République fédérale d'Allemagne, la Suède et la Finlande mais également de pays en voie de développement comme le Brésil. Certaines multinationales utilisent leurs filiales brésiliennes pour faire leur entrée sur le marché canadien du matériel de production de pâte et de papier, parce que celles-ci bénéficient de tarifs préférentiels ainsi que de conditions financières très favorables et bienveillantes.

Certaines de ces importations témoignent de ce que l'industrie canadienne de la pâte et du papier évolue progressivement d'une situation où elle constituait un grand producteur de papier journal et de pâte chimique pour passer à la production de papiers spéciaux (couchés, glacés et autres). Ces catégories se vendaient déjà en Europe depuis plusieurs années et, par conséquent, la renommée du matériel et de la technologie connexe y est déjà faite.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

Comme la plupart des grandes entreprises sont des filiales de sociétés américaines, établies chez nous en vue de desservir le marché intérieur, la force traditionnelle de ce secteur repose principalement sur la fourniture d'outillage et de technologie aux entreprises de fabrication de pâte chimique et de papier journal. Cette force se reflète dans le fait que ce secteur peut répondre à tous les besoins de ces deux grandes industries en leur fournissant le matériel technique le plus évolué et dans le fait que les importations se limitent habituellement à des projets qui comportent des crédits étrangers. Certaines filiales ont même des mandats internationaux pour leur gamme de produits. Les entreprises appartenant à des intérêts canadiens ont décelé des secteurs spécialisés dans lesquels elles excellent et où elles peuvent supporter la concurrence avec succès sur les marchés intérieurs et extérieurs.

Au cours des années, la plupart des filiales ont grandement compté sur leur société mère pour obtenir le soutien technique dont elle avaient besoin pour demeurer compétitives, et elles ont réalisé peu de recherche et de développement au Canada. Les succursales canadiennes sont généralement beaucoup plus petites que leurs concurrents étrangers, et elles offrent un assortiment de gammes de produits à l'intention de divers secteurs, y compris parfois de la sous-traitance pour le compte d'autres entreprises. Cette situation semble nuire à la productivité, à la qualité et à la compétence professionnelle. Quelques-unes de ces filiales sont maintenant en voie de restructuration et de redressement dans le but d'améliorer leur fonctionnement, principalement à la suite de changements de propriétaires et de cadres supérieurs.

Au Canada, il n'y a aucune relation commerciale (de propriété) entre les fabricants de matériel et les utilisateurs (sociétés de pâte et de papier), comme en Suède et en Finlande. Cette situation frappe ce secteur sous deux aspects importants : premièrement, il est très difficile de trouver des clients qui collaborent à l'essai de prototypes d'outillage et de processus qui découlent de la R&D et deuxièmement, tandis que nous pouvons fournir les derniers fruits de la technologie à des installations de fabrication complètes dans le cadre de projets majeurs outre-mer, en même temps, nos clients canadiens ne se gênent pas pour importer du matériel de transformation semblable, à cause des conditions financières plus alléchantes que leur font les fournisseurs étrangers.

D'après de récentes observations faites dans les secteurs du matériel de production de pâte et de papier de Suède, et surtout de Finlande, il semble que leurs installations de fabrication soient mieux équipées et organisées que l'industrie canadienne pour répondre aux besoins de l'industrie en matière de normes de qualité. De plus, la productivité de toute l'industrie semble supérieure à celle du Canada, possiblement en raison du degré élevé de spécialisation de la production de chaque usine.

Enfin, lorsqu'on examine l'engagement majeur des fabricants suédois et finlandais à l'égard de la R&D, surtout depuis les cinq dernières années, il n'est pas surprenant de constater une hausse de leurs ventes à l'étranger, surtout en Amérique du Nord, au cours de cette même période.

### b) Facteurs reliés au commerce

Pour ce qui est des exportations dans ce secteur, le seul pays où des tarifs ont contribué sensiblement à prévenir l'entrée de nos gammes de produits est le Brésil, où les tarifs à l'importation sont de l'ordre de 40 % en ce qui concerne l'outillage propre à la production de pâte et de papier. Dans tous les autres pays, les tarifs ne semblent pas influencer sur nos exportations. De plus, sauf pour le Brésil où la licence d'importation est obligatoire, il n'y a aucune BNT dans ce secteur.

Le principal facteur dans ce secteur des marchés d'exportation est la disponibilité de financements concurrentiels. Bien que des experts-conseils canadiens aient réussi à décrocher des contrats offshore

moins importants, leur capacité d'offrir des contrats clés en main complets, y compris le financement concurrentiel comme celui de la SEE, ont contribué définitivement et singulièrement à leurs succès antérieurs tels qu'à Kwidzyn en Pologne (1977-1979), à Ruzomberok en Tchécoslovaquie (1979-1980) de la part de la H.A. Simons Overseas Ltd.; à Alto Parana en Argentine (1980) de la part de la SNC Rust; à Puerto Piray, également en Argentine, (1980) de la part de la Sandwell, et plus récemment au Sud-Sabah en Malaisie (1984-1985) de la part de la Klockner-Stadler-Hurter (KSH) de Montréal. Ce dernier projet comportait un élément supplémentaire en ce sens qu'en raison de la faible cote de crédit du pays client, le gros du risque financier était partagé par le Canada et l'Autriche, et dans une moindre mesure par la République fédérale d'Allemagne.

Pour ce qui est des importations, la dernière menace nous vient du Brésil. Comme on l'a déjà expliqué, elle se rapporte directement à des facteurs de financement tels que les taux d'intérêt, les délais de remboursement et la période de grâce qui précède l'échéance des paiements. En vue de l'article tarifaire 42700, les importations en provenance du Brésil sont assujetties à un droit de douane de 2,5 % (TU) au lieu du taux habituel de 9,2 % (NPF), depuis que le Brésil est considéré comme un pays en voie de développement.

c) Facteurs technologiques

L'industrie canadienne de la pâte et du papier est en train d'abandonner la fabrication traditionnelle de pâte chimique et de papier journal standard pour adopter des processus de fabrication de pâte à fort rendement telle que la pâte mécanique chimico-thermique (Chemi-Thermo Mechanical Pulp - CTMP) et des papiers de spécialité comme les papiers glacés ou couchés. On tend à se tourner vers l'extérieur pour répondre aux besoins technologiques concernant ces nouvelles catégories de produits, surtout vers la République fédérale d'Allemagne, la Suède et la Finlande, où ces changements ont débuté il y a plusieurs années déjà et où, par conséquent, la technologie connexe et le matériel de transformation semblent être beaucoup plus évolués. De plus, comme la plupart des entreprises canadiennes de ce secteur sont des filiales de sociétés américaines, elles n'ont généralement pas accès à la technologie de pointe provenant d'autres pays et sont, de ce fait, non compétitives.

Les entreprises de fabrication de matériel appartenant à des intérêts canadiens poursuivent fermement des projets de R&D dans divers secteurs du traitement de la pâte en vue de mettre au point leurs propres gammes de produits qui pourraient soutenir la concurrence du point de vue technique avec les fournisseurs étrangers. À l'heure actuelle, il n'y a aucune entreprise appartenant à des intérêts canadiens qui fournisse du matériel de finition du papier, comme dans les secteurs du couchage et du glaçage du papier.

Alors que les fournisseurs européens de matériel de production de pâte et de papier investissent environ 4 à 5 % de leurs ventes en R&D, on estime que les entreprises appartenant à des intérêts canadiens investissent environ 1 à 1½ %, et les filiales moins de 0,5 %.

3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Les entreprises de fabrication du matériel de production de pâte et de papier bénéficient des dispositions du Programme sur la machinerie qui prévoient que les fabricants reçoivent une pleine protection tarifaire à l'égard du matériel importé qui équivaut à celui qu'ils fabriquent au Canada. De plus, bon nombre de ces fabricants sont aidés dans le parachèvement de leurs propres gammes de produits, puisqu'ils reçoivent des remises de droits sur des machines importées mais non fabriquées au Canada.

Il n'y a aucun doute que le Programme de modernisation de la pâte et du papier, qui était un programme de coopération entre le fédéral et les provinces, a eu un effet considérable sur les expéditions du secteur des machines entre 1980 et 1985. La participation permanente des divers

gouvernements aux projets majeurs, par exemple Domtar, à Windsor (Québec), continuera de faire sentir son effet sur cette industrie.

4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Les exportations de pâte chimique en provenance du Canada, qui représentent 90 % de la production de ce secteur, sont passées d'un taux de croissance annuel record de 7,2 % en 1960 à 0 % depuis 1980, et on s'attend à ce qu'elles demeurent à ce niveau dans un avenir prévisible. Le secteur de la fabrication du papier journal est considéré comme une industrie internationale mûre dont le potentiel de croissance est évalué à moins de 2 % annuellement. C'est pour cette raison que la possibilité de débouchés pour les deux secteurs de spécialisation du matériel et de la technologie du Canada, dans le cadre de nouveaux projets, est jugée très faible et qu'elle se limite surtout à la modernisation des installations existantes.

L'industrie de fabrication du matériel doit réagir au volume accru des importations. Les solutions manifestes se situent dans des engagements sérieux envers la R&D, dans l'acquisition de technologies concernant les catégories de spécialité; et ce, au moyen d'entreprises conjointes, d'accords de licence, etc. Néanmoins, étant donné que de larges segments de cette industrie sont la propriété d'étrangers, surtout d'intérêts américains, les entreprises canadiennes n'ont pas la liberté de traiter directement avec les entreprises européennes et scandinaves et, de ce fait, sont gravement privées de débouchés dans ce secteur.

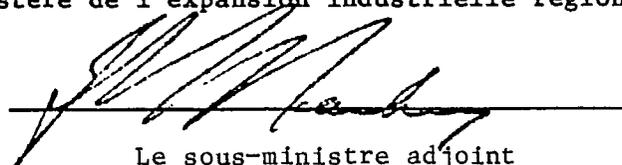
5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Les fabricants canadiens de matériel de production de pâte et de papier, surtout les filiales de sociétés américaines, ont acquis une compétence technique qui leur permet de soutenir la concurrence sur le marché intérieur. Jusqu'à ce jour, les deux principaux produits de ce marché étaient la pâte chimique et le papier journal. Néanmoins, de nouvelles expansions et la modernisation des moulins à papier contribuent à faire évoluer ce secteur vers des processus de fabrication de pâte à haut rendement et de papiers de spécialité.

Bien que les fournisseurs canadiens de matériel se tiennent à jour en ce qui concerne la technologie et le matériel nécessaires à la fabrication de pâte et de papier, ils ne sont pas compétitifs dans les secteurs de la finition du papier tels que le couchage et le glaçage. On estime que ces deux domaines correspondent à moins de 10 % du marché de ce secteur. Cette carence provient du fait qu'il n'y ait aucune entreprise appartenant à des intérêts canadiens qui soit active dans ce domaine et que les filiales étrangères ne soient pas libres d'établir des relations qui faciliteraient le transfert de technologie de pointe en provenance de la Finlande et de la République fédérale d'Allemagne.

Néanmoins, dans une large part (environ 90 %), l'industrie canadienne de la fabrication du matériel de production de pâte et de papier est compétitive dans le domaine de la finition du papier, domaine qui est en expansion et où il existe une pénurie de capacité.

Préparé par : Direction générale de la machinerie et de l'équipement  
électrique  
Ministère de l'expansion industrielle régionale

  
Le sous-ministre adjoint  
Biens d'équipement et biens industriels

Date : \_\_\_\_\_

## FICHE D'INFORMATION

 SECTEUR : Matériel de production de pâte et de papier CAE ou CTI : 3199

## 1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985**</u>
Établissements							60
Emplois							4000
Expéditions (en millions de dollars)	58	280	427	303	231	273	325
volume, p. ex., tonnes le cas échéant)							
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)							
Investissements (millions de dollars)							
Profits après impôt (millions de dollars)							
(% du revenu)							

## 2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de dollars)	18	213	95	92	68	75	169
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	40	67	332	211	163	198	156
Importations (millions de dollars)	24	102	176	128	83	108	176
Marché canadien (millions de dollars)	64	169	508	337	246	306	332
Exportations en % des expéditions	31%	76%	22%	30%	29%	28%	52%
Importations en % du marché canadien	30%	61%	35%	38%	34%	35%	53%
Part canadienne du marché international	S/0						

## Source des importations (en %)

	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	45%	20%	3%	32%
1982	53%	8%	2%	37%
1983	60%	11%	3%	26%
1984	67%	12%	5%	16%
1985	S/0	S/0	S/0	S/0

## Destination des exportations (en %)

	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	52%	3%	6%	39%
1982	57%	2%	1%	40%
1983	68%	2%	2%	27%
1984	76%	5%	4%	15%
1985	S/0	S/0	S/0	S/0

## 3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total		65	30		5
Emplois - % du total		70	25		5
Expéditions - % du total		70	25		5

## 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
Beloit Canada Ltd.	États-Unis	Sorel (Québec)
Ingersoll Rand (Canada) Inc.	États-Unis	Sherbrooke (Québec)
Black Clawson Kennedy Ltd.	États-Unis	Owen Sound, (Ontario)
Dorr Oliver (Canada) Ltd.	R.-U./É.-U.	Orillia (Ontario)
Valmet Dominion Inc.	Finlande/Can.	Lachine (Québec)

\* Prière d'indiquer si vous utilisez la CAE de 1970 ou la CTI de 1980.

\*\* Chiffres estimatifs pour les expéditions et la distribution régionale.



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

INDUSTRIE DU WAGON A MARCHANDISES

1. Structure et rendement

Au Canada, les quatre principaux fabricants de wagons à marchandises ont une capacité de production de 15 000 véhicules par année. En 1984 et 1985, ils en ont produit respectivement 3 488 et 3 160 (soit pour 193.8 millions de dollars en 1984 et pour 206.4 millions de dollars en 1985).

La National Steel Car Ltd., qui fabrique des wagons à Hamilton (Ontario) depuis 1912, a produit presque toutes les sortes de wagons à marchandises, à l'exception des wagons-citernes.

La Hawker Siddeley Canada Ltd. de Trenton (Nouvelle-Écosse) fabrique des wagons à marchandises depuis 1930. Elle a produit tous les genres de wagons, y compris les wagons-citernes. Cette entreprise fabrique également des roues en acier forgé pour les véhicules ferroviaires et elle est l'unique producteur au Canada d'essieux de wagon.

Marine Industrie Limitée de Sorel (Québec) construit des navires de faible tonnage, des turbines industrielles de grande puissance et de l'équipement connexe. Au milieu des années 1950, cette entreprise a décidé de fabriquer des wagons pour tirer profit de la main-d'oeuvre disponible (lorsque les commandes de construction de bateaux ont baissé).

Procor Ltd., une filiale de l'Union Tank Car Corporation (É.-U.), a été mise sur pied à Oakville (Ontario) en 1952 comme entreprise de location. Par la suite, elle s'est lancée dans la fabrication de wagons-citernes pour répondre aux besoins des locataires.

En raison de l'aspect concurrentiel et de la structure de cette industrie, nous ne possédons aucun renseignement financier sur des entreprises précises ou des filiales d'entreprises; nous ne pouvons donc pas évaluer leur rendement. L'investissement de capitaux dans l'amélioration des installations s'est limité à certaines exploitations.

2. Points forts et points faibles

Facteurs structurels

L'industrie canadienne accuse une surproductivité importante. La capacité totale, établie en fonction d'une exploitation sur trois périodes de relève, dépasse grandement le rendement historique annuel moyen qui était de 5 000 à 6 000 (de 1974 à 1984) et de 3 200 au cours des dernières années. Habituellement, la production s'effectuait au cours d'un seul quart de travail (parfois deux). Cette surproductivité, combinée à l'aspect cyclique de la demande, a découragé les investissements et empêché la modernisation de l'équipement. De plus, les politiques gouvernementales, les préoccupations régionales et la nature du marché du travail ont empêché les redressements à long terme. Le nombre d'employés peut facilement être réduit en cas de déclin des activités, au moyen de licenciements ou de réaffectations à d'autres secteurs de production (dans le cas de MIL) et les employés peuvent être rappelés par la suite. Dans certaines agglomérations, les autres possibilités d'emploi étant très restreintes, le nombre d'employés rappelés et qui reviennent effectivement au travail est très élevé.

Certains fabricants de wagons à marchandises ont été capables de diversifier leur production et d'exploiter leurs usines avec un nombre restreint d'employés. La Hawker Siddeley fournit d'autres produits industriels lourds et elle se dit disposée à signer d'autres contrats pour la fabrication de produits industriels en acier. Marine Industries Limitée recherche des contrats de construction de bateaux, car cette entreprise est inactive depuis qu'elle a terminé ses dernières commandes de wagons à céréales en 1985. En général, la National Steel Car s'en tient à la production de wagons et tend à se concentrer sur la recherche d'autres commandes auprès du CN et du CP.

Facteurs liés au commerce

L'industrie à exporté moins de 10 % de sa production au cours de la dernière décennie, même si Hawker Siddeley a exporté pendant certaines années jusqu'à 32 % de sa production annuelle. Les exportations, soutenues par une aide financière gouvernementale provenant de l'ACDI et de la SEE, ne se faisaient que vers les pays en voie de développement. D'autres pays sont plus concurrentiels au chapitre des exportations en raison de leurs liens coloniaux (France et Royaume-Uni) ou de l'infériorité de leurs coûts salariaux (Japon et Corée). On s'est peu intéressé à la commercialisation de nos produits aux États-Unis en raison de la surproduction survenue pendant la récession économique des dernières années.

Un droit de douane (17.5 % sur les wagons et leurs composants) ainsi que des barrières non tarifaires protègent le marché canadien. Ces barrières découlent des anciennes méthodes d'achat de la Commission canadienne du blé et des Sociétés ferroviaires. Le Canada impose un groupe spécial de droits de douane aux wagons étrangers (américains) qui entrent au Canada dans le cadre de la flotte du "service international". Ces unités bénéficient de privilèges sur des itinéraires précis dont ils ne peuvent s'écarter que pendant au plus 90 jours par année. Dès qu'un wagon a dépassé cette limite de 90 jours, un droit de douane de 17.5 % frappe les frais de location mensuels pendant qu'il est utilisé comme équipement national. Même si de temps à autre, le gouvernement fait l'objet de pressions visant à relâcher l'application de ces droits de douane, ils sont maintenus de la même façon que les tarifs américains qui visent les wagons de fabrication canadienne. L'industrie américaine ayant rationalisé sa production de wagons au cours des dernières années, il n'y reste plus maintenant que trois ou quatre importants fabricants de wagons. Ces entreprises connaissent également une surproductivité et tendent à mettre en marché leurs wagons d'une façon autre que celle permise par le marché canadien, qui est moins important. Les constructeurs américains font surtout des wagons spéciaux et offrent des rabais sur ces wagons de plus grande capacité et sur des séries de wagons qui équivalent souvent à des commandes combinées provenant de plusieurs clients.

La dépendance de l'industrie sur la protection du commerce se reflète dans ses craintes de voir ses intérêts s'orienter vers d'autres secteurs (comme le transport commun ou même ses propres fournisseurs) qui pourraient tirer profit d'une politique commerciale plus libérale. Enfin, il faut noter qu'à la demande de la Hawker Siddeley, une commission antidumping a étudié la question des essieux importés au Canada à partir du Japon, des États-Unis et du Royaume-Uni. Revenu Canada a établi qu'il y avait eu dumping d'essieux japonais. Le Royaume-Uni a déjà fait du dumping d'essieux de locomotives par le passé et devrait être surveillé pour s'assurer qu'il ne commet plus d'infraction dans ce domaine. Les fabricants américains n'ont pas fait de dumping d'essieux pendant l'année 1984.

Facteurs technologiques

La robotique et les opérations mécanisées de taille, de forage et d'usinage existent à divers degrés dans les usines canadiennes de fabrication de wagons à marchandises. Le manque d'économies d'échelle, l'obligation d'embaucher trop de travailleurs locaux et la compression des budgets de recherche et de développement, à la suite du faible rendement des marchés canadien et international au cours des dernières années, ont cependant entravé l'innovation au niveau des produits et méthodes.

Il y a eu peu d'innovations sur le plan des produits dans l'industrie du wagon à marchandises. A l'exception des wagons en aluminium, des wagons-citernes soudés et des wagons spéciaux, cette industrie utilise une technologie ancienne et s'en tient à des conceptions standards. En ce qui a trait aux méthodes, les machines à souder entièrement automatiques et le découpage au chalumeau de tôles immergées sont utilisées depuis quelques années et les systèmes CAO/FAO de conception de wagon n'ont été adoptés que récemment chez Marine Industrie Limitée et National Steel Car Ltd. Hawker Siddeley est sur le point d'obtenir un système CAO/FAO de

conception de wagon et de wagon-citerne tandis que Procor n'en fait pas une de ses priorités. Puisque les monteurs canadiens doivent se conformer aux normes de construction du CN et du CP, ils effectuent peu de recherche et de développement et sont désavantagés au niveau international, vis-à-vis des États-Unis, par exemple.

### 3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

L'industrie canadienne du wagon de chemin de fer a reçu l'appui du gouvernement fédéral pour la création de nouveaux produits, l'approvisionnement de composants canadiens, le développement de marchés internationaux et le maintien des tarifs douaniers. Le gouvernement fédéral a également permis de conserver le statu quo en passant d'importantes commandes auprès des principales entreprises. Les achats de wagons à céréales effectués par la Commission canadienne du blé (ou les provinces) au cours des dix dernières années ont totalisé environ 33 % des achats canadiens de wagons. Toutes les sociétés (à l'exception de Procor) ont tiré profit de ces achats pendant les périodes où la demande de wagons de chemin de fer était faible.

A l'occasion, le gouvernement a soutenu la production des wagons à marchandises par les sociétés ferroviaires afin qu'elles n'aient pas à licencier d'employés dans leurs usines de révision et de réparation en période de surproductivité. Cette préoccupation concernant l'emploi régional a été un des facteurs de la décision prise en 1983 de fabriquer des wagons à charbon aux usines du CN à Transcona (Winnipeg). De même, on est intervenu auprès des sociétés ferroviaires afin de leur demander d'augmenter et d'orienter les commandes pour empêcher que le secteur privé ne fasse de mises à pied.

### 4. Évolution de l'environnement

Les nouveaux wagons demandés ne serviront surtout qu'à remplacer les autres. La demande est faible en raison de l'amélioration des méthodes d'entretien des sociétés ferroviaires et de leur efficacité accrue au niveau de l'utilisation des wagons (grâce à des procédés informatisés de contrôle des wagons et à l'emploi de wagons de plus grande capacité et plus spécialisés).

La demande canadienne de wagons au cours des prochaines années ne semble pas devoir augmenter. On s'attend à des commandes inférieures à 3000 wagons au Canada en 1986, et cette situation persistera de 1986 à 1990.

Comme on ne prévoit pas d'autres commandes de wagons-trémie, les constructeurs connaissent les limites du carnet de commandes. Il existe des possibilités au niveau de la création de wagons plus légers, et l'industrie et ses fournisseurs devront faire appel à la recherche et au développement pour mettre au point ce nouveau genre de produit. Puisque les sociétés ferroviaires canadiennes se préoccupent de plus en plus des coûts d'exploitation (carburant) et des frais de remplacement du parc des wagons, elles tenteront autant que possible d'acheter des wagons légers et de plus grande capacité. Ce serait plus avantageux pour le transport de marchandises en vrac d'importantes quantités d'un même produit. Il semble que les possibilités d'exportation de ces wagons ne soient pas très élevées.

Les exportations semblent également faibles en raison d'une forte concurrence. De nombreux marchés possibles sont situés dans des pays en voie de développement qui ne répondent pas aux exigences financières de la SEE. La détérioration générale du crédit international a mis fin aux possibilités d'exportation dans le cadre du financement inconditionnel. Il est à noter que Marine Industrie Limitée de Sorel (Québec) a annoncé en février 1986 qu'elle licencierait 180 travailleurs et qu'elle avait l'intention d'évaluer la demande nationale et internationale en ce qui concerne sa production de wagons et d'équipement connexes.



FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : WAGONS A MARCHANDISES

CAE OU CPI : 326

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	1980	1981	1982	1983	1984*	1985
Établissements	4	4	4	4	4	4
Emplois	3,800	3,200	1,400	1,000	1,140	1,513
Expéditions (millions de dollars)	486	452	190	113	212	190
Produits intérieurs bruts (millions de dollars constants de 1971)	Produit 85% contenu canadien					
Investissements (millions de dollars)	50	50	50	50	50	50
Profits après impôt	50	50	50	50	50	50
Exportations (millions de dollars)	131	30	13	0	2	6
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	355	422	177	113	231.3	206.4
*Importations (millions de dollars)	50	50	50	50	50	50
Marché canadien (millions de dollars)	-	-	-	-	-	-
Exportations - % des expéditions	25	6	7	0	1	3
Importations - % du marché canadien (y compris les composants)	5	5	5	5	5	5

2. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	25	25	50		
Emplois - % du total	22	24	54		
Expéditions - % du total	35	24	41		

3. PRINCIPALES ENTREPRISES

	Propriété	Emplacement des principales usines
1. Hawker Siddeley	Canadienne/anglaise	Nouvelle-Écosse
2. National Steel Car	Canadienne	Ontario
3. Marine Industrie	Québécoise	Québec
4. Procor	Américaine	Ontario

4. PROGRAMMES DES GOUVERNEMENTS FÉDÉRAL ET PROVINCIAUX

Programme	Type	Montant	Objet
PDME	Subvention		Aide à la commercialisation
SEE/ACDI	Aide financière aux exportations		
Programmes provinciaux			Acquisition de capital par les Sociétés ferroviaires

\* Les importations sont des wagons loués des États-Unis.

\*\* Statistiques provenant d'une enquête du MEIR sur l'industrie. Données Stats Can non ventilées.



## PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

## COMMERCE DE DÉTAIL

1. STRUCTURE ET RENDEMENT

Vu que, à quelques exceptions près, les détaillants doivent être situés sur le marché qu'ils desservent, la concurrence à l'échelle internationale est minime dans ce secteur. Il existe une certaine concurrence dans les localités situées très près de la frontière canado-américaine et dans le commerce par commandes postales. Le présent document porte sur l'efficacité du secteur du commerce de détail. Les références au secteur du commerce de détail d'autres pays ne figurent qu'à titre de comparaison et non d'indication de concurrence directe.

a) Structure

L'industrie du commerce de détail (n<sup>os</sup> 601 à 659 de la CTI de 1980) comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre des marchandises au public pour usage personnel ou ménager et à offrir des services qui s'y rattachent comme l'installation et la réparation. Elle se compose d'un grand nombre de genres d'établissements et, en 1984, les ventes des grands sous-secteurs étaient les suivantes:

<u>Grands sous-secteurs</u>	<u>% des ventes du secteur</u>
Automobile	32,0
Aliments	26,0
Marchandises diverses	14,5
Vêtements et accessoires	6,4
Quincaillerie et meubles de maison	6,3
Autres magasins	14,8

En 1985, environ 200,000 établissements de vente au détail ont enregistré un chiffre d'affaires global de 128,4 milliards de dollars et fourni de l'emploi à 1,5 million de personnes, soit 13% de la population active occupée. En 1984, la part de l'industrie au titre du PIB (en dollars de 1971) s'établissait à 7,3%.

La taille des établissements varie considérablement, la majorité étant des petites entreprises dirigées par leurs propriétaires. En 1983, environ 96% des détaillants avaient un chiffre d'affaires de moins de deux millions de dollars. Bien que nombreux, ces établissements n'interviennent que pour environ 40% de l'ensemble des ventes au détail. Par contre, un petit nombre de très grandes entreprises de vente au détail comptent pour la majorité du chiffre d'affaires total. Environ une douzaine d'établissements ont un chiffre d'affaires annuel de loin supérieur à un milliard de dollars et quelque 18 autres effectuent des ventes d'une valeur oscillant entre 100 millions et un milliard de dollars. Les secteurs des grands magasins et de l'alimentation sont dominés par des établissements dont les ventes annuelles varient de un à plusieurs milliards de dollars. Un nombre croissant de magasins à succursales ont un chiffre d'affaires de centaines de millions de dollars et certains approchent le milliard de dollars ou le dépassent.

Le commerce de détail comprend également certains grands groupes volontaires ou de franchises<sup>(1)</sup> comme Canadian Tire, Shopper's Drug Mart-Pharmaprix, Independant Grocers Association (IGA) et Métro-Richelieu dont le chiffre d'affaires annuel se situe entre un et

(1) Un groupe d'entreprises indépendantes se sont réunies sur le plan horizontal pour bénéficier de certains avantages comme l'utilisation d'une raison sociale commune et l'achat en grandes quantités.

NOTA: Bien que dans certains cas, il n'ait pas été possible d'obtenir des données plus récentes, la présente analyse est également fondée sur des renseignements plus récents obtenus de personnes ressources au sein de l'industrie.

trois milliards de dollars. Chaque point de vente est habituellement exploité par un indépendant et est donc reconnu comme un établissement distinct aux fins des statistiques. Par conséquent, l'industrie du commerce de détail semble plus morcelée qu'elle ne l'est en réalité.

En 1982, les entreprises contrôlées à l'étranger représentaient 13% des ventes au détail (exception faite des ventes des franchises étrangères), en baisse par rapport au taux de 21% enregistré en 1970. Cette diminution est attribuable à la canadienisation de grandes entreprises comme Loblaws Co. Ltd et la Compagnie de la Baie d'Hudson, et à la croissance plus rapide, au cours de cette période, des entreprises canadiennes de vente au détail contrôlées par des Canadiens. Plus des trois quarts des ventes des entreprises contrôlées à l'étranger étaient concentrées dans les secteurs de l'alimentation et des marchandises diverses, qui accaparaient respectivement 17 et 33% du marché. En 1982, ces entreprises détenaient une faible part du marché des autres grands secteurs. Les franchises d'entreprises étrangères étaient concentrées dans les secteurs de l'automobile (par ex., Midas Muffler) et des magasins d'appareils électroniques et d'ordinateurs (par ex., Radio Shack). Au cours de la dernière décennie, des entreprises américaines de franchisage ont réussi à pénétrer certains segments du marché canadien et, en raison de leurs succès, elles poursuivront probablement leurs efforts dans cette direction.

Bien qu'ils soient orientés sur le marché intérieur, les détaillants s'occupent d'activités à l'échelle internationale, principalement dans trois domaines: (1) l'expansion du marché étranger, (2) l'exportation et (3) l'importation de biens. Ces deux derniers domaines peuvent influencer de façon appréciable sur les industries manufacturières canadiennes.

Les détaillants canadiens, plus particulièrement ceux du secteur de l'alimentation et les magasins à succursales, ont pénétré le marché américain au cours des dernières années, principalement grâce aux acquisitions. En 1984, on a établi que leurs ventes sur le marché américain ont oscillé entre 3 et 4 milliards de dollars, ce qui représente de 3 à 4% des ventes canadiennes au détail. Bien qu'un certain nombre d'entreprises aient connu passablement de succès (par ex., Steinberg), d'autres ont éprouvé de la difficulté à percer le marché américain (par ex., Canadian Tire). Bon nombre d'entreprises ont constaté que les méthodes canadiennes en matière de commerce de détail ne s'appliquent pas au marché américain, qui est très différent et des plus concurrentiel.

En plus de s'implanter sur le marché international grâce à l'acquisition d'entreprises dans d'autres pays, un petit nombre de détaillants exportent également leurs produits. Parmi les exportations dans le domaine du commerce au détail, mentionnons les "produits de propre fabrication" (par ex., Canada Safeway), les produits-maisons (par ex., Loblaws Co. Ltd) et les produits exportés à des magasins de la société établis aux États-Unis (par ex., Dylex).

La division des exportations d'une entreprise de vente au détail appartenant à des étrangers (Canada Safeway) est devenue une maison de commerce exportant pour plus de 30 millions de dollars par année. La valeur du dollar canadien et l'entrée plus marquée des détaillants canadiens sur le marché américain devraient permettre d'accroître les débouchés d'exportation de produits canadiens sur le marché américain, plus particulièrement de la part des détaillants canadiens dont les activités sont intégrées verticalement dans le domaine de la fabrication. Certains détaillants américains s'approvisionnent également à partir de leurs installations au Canada comme Colour Your World, Canada Safeway et Sears.

Bien que l'on ne puisse obtenir de données à jour sur les activités actuelles des détaillants en matière d'importation, une étude effectuée en 1978 indique que les entreprises à contrôle étranger sont davantage portées à se lancer dans l'importation directe que les sociétés canadiennes (4,6% des ventes par rapport à 1,7% pour les sociétés canadiennes). Il n'existe pas beaucoup de données sur la mesure dans laquelle les détaillants contrôlés à l'étranger importent de leurs sociétés mères. On sait toutefois que certains s'approvisionnent à même leurs sociétés affiliées afin de profiter de l'avantage que leur confèrent l'utilisation de produits-maison, leur pouvoir d'achat ou leurs capacités manufacturières. La société Sears possède actuellement à la rationalisation d'une partie de ses activités d'approvisionnement de telle sorte que les établissements canadiens de cette société devront se charger d'obtenir certains biens et services pour des magasins en Amérique du Nord tandis que la société américaine prendra des dispositions semblables pour d'autres établissements. Les activités d'importation des détaillants peuvent influencer de façon appréciable sur la fabrication au Canada.

b) Rendement

En principe, l'industrie du commerce de détail est cyclique et elle dépend de la prospérité économique et du taux de croissance de la population et du revenu. Après une forte croissance réelle enregistrée au début des années 70, l'industrie du commerce de détail a amorcé une période de croissance plus modérée en 1977, en raison de la hausse des taux d'intérêt et de la diminution de la demande à la consommation. Les ventes au détail ont subi une baisse remarquable en termes réels au cours de la récession, mais depuis, elles donnent des signes de forte croissance, principalement en raison des ventes de voitures neuves. En 1986, on s'attend à un léger ralentissement des ventes en raison du fait que la hausse des impôts entraînera une diminution des dépenses des consommateurs. Entre 1971 et 1980, le taux de croissance annuel moyen du PIB (en dollars de 1971) s'est établi à 5,4% pour le commerce de détail comparativement à 4,7% pour toutes les industries. Pour la période comprise entre 1980 et 1984, ce taux a chuté à 1,1% par rapport à 1,5% pour toutes les industries. Les bénéfices à l'échelle de l'industrie sont modestes et traduisent bien sa maturité. Au cours de la récession, les bénéfices du commerce de détail ont subi de fortes baisses, mais ils ont maintenant atteint les niveaux d'avant la récession. Les bilans des détaillants se sont quelque peu détériorés par rapport aux années 60 et au début des années 70. L'industrie a perdu des liquidités et a accru son recours au financement de la dette, mais on note actuellement une certaine amélioration de la situation.

Au cours des dernières années, l'industrie du commerce de détail a fait piètre figure en matière de productivité, en raison de la capacité excédentaire et d'un manque d'attention à l'égard de certains facteurs comme la gestion des stocks. On accorde maintenant plus d'attention à l'accroissement des ventes et de l'efficacité des magasins actifs en améliorant les techniques de ventes, en faisant une meilleure utilisation de l'espace, en fermant des magasins vieillots ou démodés et en recourant davantage à des techniques d'économie des ressources humaines comme les points de vente électroniques, le contrôle informatisé des stocks et les centres de distribution automatisés. Toutes ces mesures ont pour but d'accroître les ventes de chaque établissement.

De nombreuses sociétés, plus particulièrement des grands magasins, ont également mis en oeuvre des programmes visant à remettre à neuf et à moderniser leurs points de vente. On investit encore dans l'acquisition d'espace, mais ce genre d'investissement est maintenant plus sélectif et mieux orienté et il s'inscrit souvent dans le cadre de l'agrandissement de centres commerciaux. En outre, les détaillants de secteurs comme l'alimentation, les médicaments et la rénovation investissent

dans de vastes entrepôts ou des magasins à prix réduits afin de réduire les coûts et d'accroître leur part du marché. L'industrie canadienne suit les tendances enregistrées sur le marché américain en faveur des magasins de plus grande envergure qui ont connu passablement de succès. Ces ajustements sont également imputables à des changements démographiques et à la nécessité de mieux desservir le marché.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

De par leur nature, les principaux facteurs qui influent sur l'efficacité des entreprises membres de ce secteur sont les compétences en matière de commercialisation et l'aptitude à répondre à la demande des consommateurs en tenant compte des éléments prix, service, commodité et produit. Les méthodes et techniques utilisées par l'industrie canadienne du commerce de détail peuvent être qualifiées de progressives. Les compétences et la réputation de nombreuses entreprises, comme Dylex, Loblaws et Shopper's Drug Mart-Pharmaprix, sont grandement respectées par les détaillants étrangers. Toutefois, l'industrie canadienne est davantage concentrée et les chaînes sont plus orientées sur le marché national qu'aux États-Unis. Au Canada, le faible niveau de la population canadienne et l'étendue du territoire favorisent la concentration et la mise sur pied de grandes organisations de détaillants qui assurent l'efficacité de l'industrie. Le niveau de concentration et la connaissance des marchés et réseaux de distribution régionaux empêchent des sociétés contrôlées à l'étranger de pénétrer massivement le marché canadien, autrement que par l'acquisition d'une entreprise active.

Au cours des années 80, les magasins de marchandises diverses comme les grands magasins ont perdu une part de leur marché aux mains des magasins à succursales spécialisés qui offrent un plus grand choix de marchandises et un meilleur service. Pour leur part, les supermarchés conventionnels ont dû s'adapter à une concurrence plus acharnée de la part de divers genres de points de vente au détail qui offrent des prix plus avantageux et un meilleur service. Les magasins rentables ont adopté une méthode de commercialisation particulière (par ex., s'adresser à une catégorie d'âge ou de revenus précis) afin de se détacher de leurs concurrents. Conscients qu'il ne leur est dorénavant plus possible d'accaparer tout le marché, ils se concentrent maintenant sur un ou plusieurs segments du marché.

En gros, les grands magasins canadiens se sont adaptés moins rapidement que leurs concurrents américains à l'évolution du marché. Les analystes du secteur du commerce de détail ont fait état d'une faiblesse en ce qui touche la gestion et ont constaté que les ventes au mètre carré sont moins élevées qu'aux États-Unis. Au cours des dernières années, les grands magasins contrôlés à l'étranger (Sears, Woolco et K-Mart) ont eu un avantage sur les entreprises appartenant à des Canadiens (La Baie, Simpsons, Woodward et Miracle Mart) sur les plans de la rentabilité et du rendement. Les entreprises canadiennes possèdent actuellement à une rationalisation de leurs activités, elles relocalisent leurs points de vente et elles veillent au perfectionnement de leurs dirigeants dans le but d'augmenter leur efficacité et leurs bénéfices. Si l'on établit des comparaisons, on constate que Eaton semble accroître sa part du marché tandis que de grands magasins de moindre envergure comme Zellers et Towers ont amélioré leur rendement.

L'industrie canadienne de l'alimentation au détail est très efficace, ses ventes au mètre carré dépassant les normes américaines. Malgré la cessation des opérations des magasins Dominion, qui n'ont pu suivre l'évolution du marché, les entreprises contrôlées par des Canadiens sont concurrentielles par rapport à la plupart des sociétés contrôlées à

l'étranger comme Safeway Canada et A&P. Les entreprises appartenant à des Canadiens, comme Loblaws, Overwaitea (détaillant en alimentation de l'Ouest), et d'autres, ont fait fonction de chefs de file en appliquant de nouveaux concepts de vente au détail plus efficaces et plus rentables comme les grands magasins d'alimentation en entrepôts. Les magasins d'alimentation indépendants appartiennent en grande partie à des franchiseurs et des associations (IGA) qui sont appuyés par d'importants grossistes canadiens, ce qui leur permet également de demeurer efficaces.

Il se peut que les petites entreprises connaissent des problèmes liés au manque de compétences en matière de gestion et à la difficulté de garantir leur financement; en outre, elles sont plus vulnérables aux ralentissements de l'économie. Les petits magasins indépendants qui ne sont pas affiliés à une franchise ou une association voient leur part du marché s'effriter et, selon les prévisions, cette tendance devrait se poursuivre. Le franchisage est de plus en plus populaire, car il permet aux exploitants d'entreprises indépendantes de concurrencer de grandes sociétés grâce à leur association à des marques et des raisons sociales reconnues, des stratégies commerciales qui ont fait leurs preuves, un pouvoir d'achat accru et une publicité beaucoup plus vaste. En outre, les franchisés bénéficient habituellement de l'appui et des conseils du franchiseur et ils jouissent de modalités de financement raisonnablement favorables en raison du taux d'échec relativement peu élevé au sein des entreprises franchisées.

L'industrie du commerce de détail constitue un débouché important pour les nouveaux travailleurs; elle compte d'ailleurs un grand nombre de jeunes travailleurs et d'autres personnes dont il s'agit du premier emploi. Elle compte également de nombreux employés à temps partiel et des travailleurs à compétences restreintes. Dans un milieu où la diversification des activités est nécessaire, ces caractéristiques obligent l'industrie à former une main-d'oeuvre efficace.

b) Facteurs liés au commerce:

Comme il a déjà été indiqué, l'industrie du commerce de détail participe à des activités internationales. Des efforts visant à réduire les obstacles au commerce pourraient favoriser l'exportation de certains concepts canadiens de vente au détail ou de franchises axés sur des séries précises de produits ou des systèmes uniformes. Pour les détaillants qui importent et exportent des biens, les restrictions au commerce varient d'un produit à l'autre. La valeur du dollar canadien et l'efficacité des manufacturiers canadiens constituent également des facteurs importants qui influent sur l'activité des détaillants.

La vente accrue de produits portant l'étiquette du détaillant ou de produits-maison, de même que l'établissement d'excellents rapports grâce à l'importation, a permis aux détaillants d'avoir accès au marché de l'exportation. Cependant, les détaillants ne profitent pas tous de leur potentiel d'exportation, certains préférant se concentrer sur le marché intérieur.

Pour accroître leur pouvoir d'achat à l'échelle internationale, certaines entreprises canadiennes, comme des grands magasins, se sont jointes à des groupes d'acheteurs internationaux. En outre, dans les secteurs comme la quincaillerie, une entreprise peut s'unir à une société américaine pour acheter des biens sur un marché d'outre-mer.

c) Facteurs technologiques:

L'industrie du commerce de détail s'est grandement automatisée au cours de la dernière décennie, plus particulièrement dans les domaines du contrôle des stocks et du contrôle au point de vente. Les grands magasins et les magasins à succursales ont donné le ton, 80% de ces établissements utilisant des systèmes informatisés. Les entreprises qui ont pris le plus de temps à s'informatiser sont les magasins indépendants et les petits magasins à succursales, en grande partie à cause des coûts en capital et de la pénurie de personnel qualifié et de logiciels conçus spécialement pour les détaillants.

Les détaillants canadiens accusent un certain retard par rapport à leurs concurrents américains pour ce qui est du taux d'intégration de la technologie, mais ils suivent de près les tendances observées aux États-Unis, car les techniques y ont fait leurs preuves. Cette situation est imputable en grande partie à la taille plus imposante de certaines entreprises américaines et à la place des États-Unis comme principale source dans les domaines de l'informatique et de la technologie de l'information au sein de l'industrie du commerce de détail. Cependant, dans certains secteurs (médicaments et quincaillerie), le Canada possède une longueur d'avance en ce qui touche l'application de la technologie. La présence d'un nombre croissant d'entreprises canadiennes de vente au détail sur le marché américain devrait aider l'industrie canadienne du commerce de détail à demeurer à l'avant-garde des tendances et de la technologie aux États-Unis.

**3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX**

Les lois et règlements qui influent en grande partie sur l'industrie du commerce de détail relèvent surtout de la compétence des provinces et des municipalités. A l'échelle fédérale, le régime fiscal, les politiques commerciales et la protection du consommateur constituent des questions importantes. Il n'existe pas de programme précis d'aide sectorielle conçu uniquement pour l'industrie du commerce de détail. Cependant, l'industrie a à sa disposition un certain nombre de programmes de portée plus générale, dont quelques-uns sont énoncés ci-après.

La Banque fédérale de développement (BFD) fournit des services financiers et de gestion comme de l'orientation à toute une gamme de petites entreprises, y compris l'industrie du commerce de détail. Un certain nombre de provinces appliquent des programmes semblables.

En vertu de la Loi sur les prêts aux petites entreprises, on incite les prêteurs du secteur privé à consentir des prêts à terme à des petites entreprises. L'industrie du commerce de détail est un important utilisateur de ce programme, intervenant pour près de 25% des sommes prêtées.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) a permis à quelques établissements du secteur (par ex., Canada Safeway, Dominion) de profiter de débouchés à l'exportation (marchandises). Le recours à ce programme par les détaillants possédant des concepts de franchisage exportables (par ex., Kiddie Kobler) a été minime, car la plupart d'entre eux ont décidé de réaliser leurs projets d'expansion en procédant par acquisition.

**4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT**

Les changements d'ordre démographique influenceront sensiblement sur le commerce de détail au cours de la prochaine décennie. Selon les prévisions, le taux de croissance de la population canadienne correspondra seulement à la moitié de celui enregistré au cours des années 70.

Cependant, l'accroissement du tiers de la population des 35-49 ans (groupe caractérisé par de fortes dépenses) d'ici à 1994 augure bien pour le commerce de détail et il stimulera la consommation de biens durables et de meubles de maison connexes. Ainsi, les analystes du secteur croient que la croissance des ventes dans le commerce de détail dépassera celle de l'économie en général au cours de cette période.

L'industrie du commerce de détail est caractérisée par une vive concurrence sur le marché: le nombre de faillites et de nouveaux arrivants est élevé et les grandes et petites entreprises font constamment preuve d'innovation. Le marché du commerce de détail exige constamment de ses intervenants des preuves de sérieux et d'attention à l'égard des besoins des consommateurs. Dans le secteur du commerce de détail, la concurrence est de plus en plus vive. Aujourd'hui, les consommateurs sont davantage sensibilisés, ils portent plus d'attention au rapport valeur-prix, ils font preuve de plus de discernement et leurs goûts sont plus personnalisés que ceux de la génération précédente. Ces facteurs, ainsi que la lente croissance enregistrée récemment au titre de la population et du revenu réel disponible, ont pour effet d'accroître la concurrence et d'exiger de meilleures techniques de commercialisation et une planification plus ordonnée de l'emplacement d'un magasin afin de répondre à des besoins particuliers. Les grands magasins, les supermarchés et les magasins spécialisés se livrent une lutte acharnée pour accroître leur clientèle en recourant à des campagnes publicitaires dynamiques, à la guerre des prix, à l'élargissement de leur gamme de produits et au réaménagement des magasins.

Les magasins d'alimentation sont en pleine mutation. On assiste à la croissance des grands magasins-entrepôts d'une superficie pouvant atteindre 10,000 mètres carrés, c'est-à-dire plusieurs fois la taille d'un magasin conventionnel. Ces géants sont davantage en mesure de répondre aux besoins de marchés sensibles aux prix et, en raison de leur taille, ils peuvent offrir également des produits de haut de gamme. Les "super magasins généraux", qui représentent un nouveau concept, vendent des aliments, des produits de santé et de beauté, des vêtements et des appareils ménagers. Les magasins d'alimentation, les pharmacies et les quincailleries de type conventionnel, et même les grands magasins de moindre envergure, font face à une vive concurrence, ce qui entraîne le départ des marginaux.

Un autre type de magasin-entrepôt vient tout juste de faire son apparition au Canada, en provenance des États-Unis. Ils offrent à des prix de gros des produits de marque à des entreprises et à des particuliers qui paient comptant et en prennent directement livraison. On y trouve des aliments, des appareils et articles ménagers et des marchandises diverses dans des entrepôts d'une superficie de 10,000 mètres carrés. Si l'on se fie au succès remporté aux États-Unis, ces magasins constitueront un défi très intéressant pour les détaillants. Même les magasins spécialisés dans un nombre croissant de secteurs (médicaments, électronique, jouets et rénovation) ouvrent des points de vente à grande surface pour élargir la gamme de leurs produits. Pour contrer cette tendance, les grands magasins ont offert des produits de pharmacie, accru leur publicité, éliminé des séries de produits, établi des boutiques spécialisées et mis en valeur les marchandises portant leur propre marque de commerce.

##### 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Bien que le secteur de la vente au détail soit habituellement prospère et bien placé pour répondre à la demande, il doit continuer de s'efforcer d'améliorer son rendement et sa situation financière. A l'heure actuelle, les détaillants doivent bien comprendre les changements nécessaires et prendre les mesures qui s'imposent, ce qui les obligera à recourir à des méthodes de gestion plus complexes, à mieux former leurs employés, à continuer d'investir dans la recherche de marchés, à réaménager leurs

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 8 -

magasins et à utiliser des systèmes automatisés d'information et de contrôle des stocks. Pour connaître du succès, les détaillants devront bien gérer et financer leurs affaires et axer leurs activités sur un marché bien précis.

Les grandes entreprises de vente au détail qui dominent le secteur en raison de leur chiffre d'affaires possèdent les ressources nécessaires pour relever ces défis. Par contre, les petites entreprises, qui constituent la majorité des établissements visés, éprouveront beaucoup plus de difficulté. Elles devront faire face à une concurrence accrue de la part des grandes entreprises de vente au détail sur les marchés de petite et moyenne tailles.

Préparé par: Direction générale des industries de services  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed by  
Original signé par  
D. P. DEMELTO

*pour*  
\_\_\_\_\_  
Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et  
transformation des richesses naturelles

Date: le 17 juin 1986

1. PRINCIPALES STATISTIQUES	1971	1981	1982	1983	1984	1985
Établissements <sup>1</sup>	S.O.	149,584	161,369	169,116	169,862	S.O.
Emplois	955,000	1,389,000	1,367,000	1,376,000	1,441,000	1,489,000
Ventes (milliards de dollars)	31,4	94,3	97,6	106,2	116,0	128,4
PIB (% du total) <sup>2</sup>	6,8	7,2	7,2	7,3	7,3	S.O.
Exportations		non disponibles				
Importations		non disponibles				

1 Ne comprend pas les magasins exploités par les propriétaires qui ne paient pas d'employés

2 En dollars constants de 1971

2. <u>Statistiques commerciales</u>	1971	1981	1982	1983	1984
Investissements (en dollars constants de 1971)					
Capital (en millions de \$)	408,5	527,9	471,0	509,0	502,8
Réparations (en millions de \$)	113,2	137,1	157,0	147,5	147,9
Rentabilité <sup>1</sup> (après impôt) en fonction					
du revenu total (%)	S.O.	1,7	1,3	1,7	S.O.
du capital utilisé (%)	S.O.	8,9	6,8	8,4	S.O.
du capital-actions (%)	S.O.	12,5	9,6	11,5	S.O.
Ventes par rapport aux stocks (fois)	7,4	6,4	6,7	6,8	S.O.
Ratio d'endettement à long terme (%)	17,7	33,7	34,8	32,2	S.O.
Traitements par rapport aux dépenses totales (%)	S.O.	49,1	48,7	47,7	S.O.

1 Ne comprend pas le secteur des autres magasins qui renferme les régies provinciales des alcools dont les bénéficiaires pourraient largement fausser les résultats.

3. <u>Distribution régionale</u> (1983)	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	8,4	29,8	32,6	16,2	13,0
Emplois - % du total	8,3	24,8	37,2	18,3	11,4
Ventes - % du total	8,2	24,3	37,1	18,5	11,9

4. <u>Commerce étranger</u>	É.-U.	C.E.E.	Asie	Autres
Importations: 1982		non disponibles		
1983		non disponibles		
1984		non disponibles		

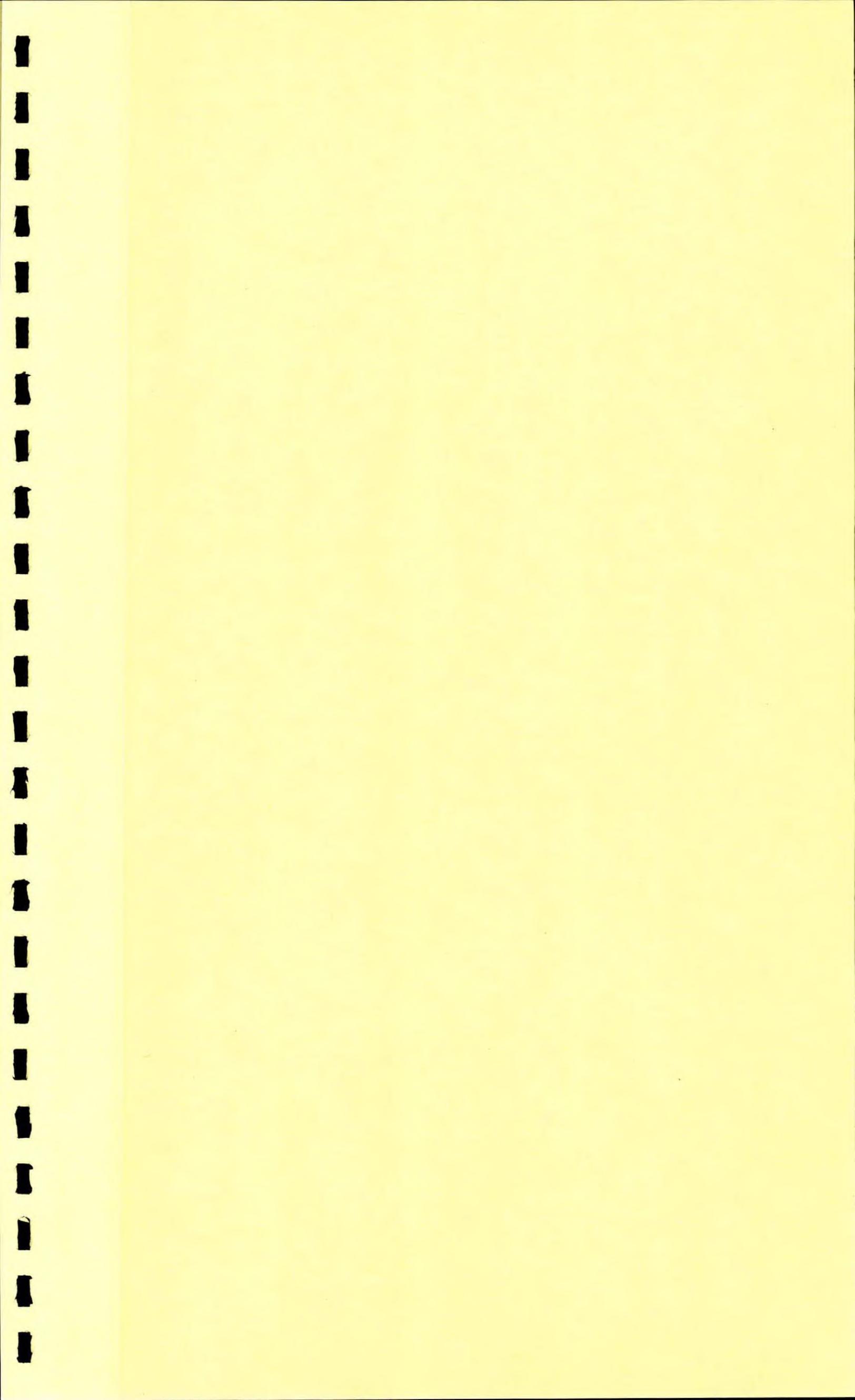
Une étude spéciale effectuée en 1978 révèle que les importations directes des détaillants totalisent quelque 1,3 milliard de dollars comparativement à des ventes de 57,7 milliards de dollars à l'échelle de l'industrie.

Exportations: 1982	non disponibles
1983	non disponibles
1984	non disponibles

Un nombre croissant de détaillants se lancent dans les exportations, surtout pour les produits portant leurs propres marques. En outre, les grandes chaînes canadiennes d'alimentation et de produits spécialisés investissent dans des entreprises américaines de vente au détail et certaines exportent vers les magasins aux États-Unis.

5. <u>Grande entreprise</u>	Chiffre d'affaires annuel (milliards de dollars)	Propriété
1. Loblaws Co. Ltd	6,9	Canada (100%)
2. Compagnie de la Baie d'Hudson	5,3	Canada (96%)
3. Steinberg Inc.	3,9	Canada (100%)
4. Sears Canada Inc.	3,8	É.-U. (60%)
5. Canada Safeway Ltd	3,5	É.-U. (100%)

NOTA: Le chiffre d'affaires peut comprendre les ventes des sociétés canadiennes aux États-Unis et certaines activités non liées au commerce de détail.



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉSECTEUR MARITIME1. Structure et rendementStructure :

Ce secteur d'activité comprend des entreprises qui construisent des navires de charge, des brise-glaces, des bateaux de pêche, des navires de guerre, des semi-submersibles, des plate-formes de forages auto-élévatrices et des engins de forage, des entreprises fabriquant également des pompes, des grues de charge, des hélices, des systèmes d'arbres de transmission, des mécanismes de direction et des systèmes de propulsion pour ces navires. Les activités de construction de navires et de fabrication d'équipement pour bateaux portant le numéro 327\* dans la CTI. La valeur des activités de construction et de transformation de navires au Canada, telle qu'indiquée par Statistique Canada, s'est établie à environ 162 millions de dollars par année entre 1975 et 1984, en dollars de 1971. Pendant cette même période de 10 ans, la valeur des travaux de réparation de navires a atteint environ 75 millions de dollars par année, soit juste un peu plus de 30 % de la valeur totale des activités de construction navale.

Il y avait 21 grands chantiers de construction navale au Canada qui ont occupé, au total, pendant les 10 premiers mois de 1985, environ 8 000 personnes. Traditionnellement, ces grandes entreprises ont employé près de 90 % de la main-d'oeuvre et sont responsables pour environ 90 % de la valeur ajoutée et de la production totale dans les secteurs de la construction et de la réparation des navires au Canada. Le reste des travaux dans ce secteur est exécuté par environ 50 chantiers de moindre importance et par des ateliers de réparation. Il existe des installations navales dans les Territoires du Nord-Ouest et dans chaque province à l'exception de la Saskatchewan.

Peu d'entreprises appartiennent à des étrangers. Les chantiers sont la propriété des gouvernements et des entreprises commerciales. Le gouvernement fédéral possède et exploite les cales sèches de Travaux publics Canada au Québec, au Manitoba et en Colombie-Britannique; cependant, il a annoncé dans son budget du mois de mai 1985 qu'il souhaitait trouver des acheteurs du secteur privé pour ces installations. Le gouvernement de Terre-Neuve possède Marystown Shipyards; Georgetown appartient au gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard et celui de la Nouvelle-Écosse détient actuellement le contrôle de Halifax Industries Limited; le gouvernement de la province de Québec a une participation majoritaire dans Marine Industrie Limitée. Les investissements étrangers se font actuellement surtout par le biais d'entreprises conjointes spécialisées ou d'ententes d'ordre technologique (par exemple, pour des projets d'exploitation de gaz et de pétrole au large des côtes).

Il existe également une certaine intégration verticale entre les compagnies de navigation au Canada et les chantiers maritimes canadiens. Les principaux chantiers, spécialement ceux de l'Ontario et de la Colombie-Britannique, appartiennent partiellement ou totalement à des entreprises comme ULS International, Genstar, Rivtow Straits, et Canada Steamship Lines. La prise de contrôle de Davie par Versatile a beaucoup accentué la concentration de l'industrie de telle sorte que quatre chantiers maritimes principaux (deux au Québec et deux en Colombie-Britannique) représentant 30 % de la capacité de production au pays appartiennent maintenant à une seule entreprise, Versatile Corporation.

---

\* La Division des systèmes maritimes a également des responsabilités résiduelles pour certains éléments de l'équipement maritime spécialisé, les bateaux de plaisance, etc. dont il n'est pas question dans le présent document.

L'industrie de la construction de navires au Canada ne représentait que 0.4 % du marché mondial en mars 1985. Les principaux concurrents du Canada sont le Japon, qui occupait 42 % du marché en 1983, et la Corée avec presque 10 % du marché. L'importance de la Norvège, de la France, du Royaume-Uni, de la Hollande, des États-Unis et de la Yougoslavie va en décroissant. Pendant la période 1970-1975, les chantiers étrangers avaient des carnets de commande pouvant aller jusqu'à quatre années; le Canada pouvait obtenir des commandes d'exportation grâce au Programme d'aide aux constructeurs de navires et en promettant un meilleur délai de livraison. Cependant, la surcapacité mondiale est actuellement évaluée à 40 % pour ce qui est des navires marchands et à 20 % pour les plate-formes de forage. De ce fait, les perspectives d'exportation sont faibles. Les chantiers canadiens disposent d'une surcapacité alors que les chantiers étrangers ont souvent des coûts d'approvisionnement moindres, en raison d'une intégration verticale, de meilleures installations et des coûts de main-d'oeuvre moins élevés.

Il y a plus de 160 entreprises au Canada qui fabriquent divers équipements pour bateaux ayant un contenu canadien de 65 % ou plus. Celles-ci produisent, entre autre chose, des pompes, des grues, des hélices, des systèmes d'arbres de transmission, du matériel de sécurité, de l'équipement pour bateaux de pêche, des systèmes de propulsion, etc.

La plus grande partie de ces fabricants ont des activités diversifiées dans les produits et marchés qui sont autre que maritime et une petite partie se spécialisent dans une seule gamme d'équipements pour bateaux.

#### Rendement :

La diminution annuelle moyenne de la valeur des nouvelles constructions pour la période de 1975-1984 a été de 6.8 % alors que la valeur des travaux de réparation a augmenté de 2.7 %. Quant à la valeur des travaux de construction, de conversion et de réparation, le rythme de diminution a été plus accentué au cours des cinq dernières années que pendant la période allant de 1975 à 1979. La baisse de valeur de la production des chantiers canadiens traduit bien l'instabilité du marché pendant la période et l'érosion de la position concurrentielle des chantiers canadiens sur les marchés intérieurs et étrangers.

Au cours de 1984, la valeur de la production, en dollars courants, des chantiers membres de l'Association des chantiers maritimes canadiens s'est établie à 539 millions de dollars, soit une diminution de plus de 8 % par rapport aux 586 millions pour 1983. Cependant, il faut noter que la valeur du travail exécuté en 1983 représentait également une diminution de 38 % par rapport à 1982.

## 2. Points forts et points faibles

### Facteurs structurels :

La capacité des chantiers maritimes au Canada est supérieure à ce que l'on pourrait justifier compte tenu de la demande potentielle. La sous-utilisation des installations qui en résulte a entraîné une perte de compétitivité de l'ordre de 20 % dans le cas des nouvelles soumissions, une concurrence implacable, des pertes sur les contrats du gouvernement et un ralentissement de l'investissement essentiel dans l'amélioration des installations. L'absence d'intégration verticale avec des fournisseurs et un petit marché intérieur ne permettent pas de compenser ces facteurs défavorables par une plus grande efficacité.

Les taux de rémunération horaire dans les chantiers de construction étaient de 23 % supérieurs à la moyenne canadienne dans les entreprises de fabrication au mois de février 1985. La faible rentabilité et les mauvaises perspectives du marché ont nuit à l'investissement en capital dans ce secteur et, par conséquent, à l'esprit d'innovation et à l'amélioration de la productivité. Les politiques adoptées antérieurement, notamment les achats gouvernementaux, les subventions et la propriété provinciale des entreprises n'ont pas favorisé la compétitivité et la main-d'oeuvre a été lente à s'adapter aux problèmes qu'a connu le secteur.

L'équipement pour bateaux est fourni à l'industrie de la construction navale dans des conditions de pleine concurrence par les fabricants canadiens et étrangers de machines et d'équipements industriels. En fait, il y a très peu d'intégration verticale dans le secteur de la construction de navires au Canada. En outre, très peu de chantiers canadiens se sont diversifiés horizontalement. La plupart des fabricants d'équipements pour bateaux produisent également d'autres biens et desservent d'autres marchés; cependant, il existe un petit nombre de fabricants qui se spécialisent dans une gamme de produits destinés spécialement au marché de l'équipement de bateaux. D'après les dossiers du Programme d'aide aux constructeurs de navires, il y a plus de 160 entreprises qui fabriquent de l'équipement pour bateaux et qui ont un contenu canadien de 65 %.

#### Facteurs liés au commerce :

Traditionnellement, les politiques ont eu pour effet de protéger l'industrie de la construction de navires dans presque tous les pays. Sept pays européens sur 10 subventionnent directement cette industrie. Le marché américain est presque fermé aux entreprises de construction navale canadiennes. Le cabotage aux États-Unis est réservé, en vertu de la Jones Act aux navires construits aux États-Unis et l'équipement pour bateaux a été exclu du Defense Production Sharing Agreement par des closes dérogatoires introduites dans diverses lois d'affectation de crédits américaines. La plupart des pays où l'on trouve des chantiers de construction navale offrent des conditions de financement à l'exportation qui sont favorables. Le financement des exportations canadiennes ne correspond pas au taux minimum consenti en vertu de l'arrangement sur les crédits à l'exportation de navires de l'OCDE. Le Canada n'a pas de taux d'intérêt préférentiel pour les bateaux destinés au marché canadien, comme les États-Unis et presque tous les pays qui disposent d'une industrie de construction navale. Cette situation de fait et l'appréciation du dollar canadien de l'ordre de 30 à 90 % par rapport aux devises européennes depuis 1980 ont affaibli la position concurrentielle du Canada même sur le marché intérieur, en dépit de l'existence de droits élevés (20 à 25 %).

#### Facteurs technologiques

En moyenne, le chantier canadien accuse un retard par rapport au chantier étranger dans le domaine de la technologie; l'importance de l'écart varie d'un chantier à l'autre. La plupart des chantiers au Canada sont encore situés à leur emplacement d'origine et ont dû faire face à des contraintes physiques qui les ont empêchés de construire de gros navires modernes et restreint leur capacité d'utiliser les techniques de la production modulaire. Ces contraintes, de même qu'un ralentissement de la demande, de faibles profits et les perspectives peu encourageantes, ont également retardé l'introduction de méthodes de production évoluées, c'est-à-dire, idéalement, la construction modulaire dans des installations couvertes et l'utilisation d'appareils de levage de charges lourdes au stade de l'assemblage. Ces méthodes comprennent également l'adaptation aux pratiques de délimitation des tâches propres aux corps de métiers, aux méthodes de gestion, aux règles d'ancienneté et aux programmes de formation. Le Canada, qui a l'un des pires climats dans le monde pour ce qui est de la construction de navires, n'a aucune cale sèche couverte.

### 3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

Il existe une longue tradition de subventions à l'ensemble de l'industrie au niveau fédéral de même qu'un appui offert par les provinces, principalement par les Maritimes et le Québec, aux chantiers navals. L'industrie bénéficie également d'allocations du coût en capital plus élevées que la plupart des industries.

En 1983, le gouvernement fédéral a fait part de son intention de supprimer progressivement les subventions directes à la production (pour les navires terminés après le 30 juin 1985). On a plutôt adopté un tarif uniforme dans le secteur douanier et ce champ de compétences a été étendu au plateau continental pour les navires utilisés dans le secteur de l'exploitation des ressources. On a pris cette décision en s'appuyant sur les

prévisions optimistes concernant la demande intérieure (principalement pour ce qui est du gaz et du pétrole au large des côtes) et des mauvaises perspectives quant à la compétitivité des exportations. Les droits sont de 25 % pour tous les navires à l'exception des bateaux de pêche de plus de 100 pieds de long et de 20 %, pour les plates-formes de forage. Les dispositions provisoires concernant les entrées permettent une certaine souplesse dans l'utilisation du tarif.

La forte demande prévue en 1982 à l'égard des produits canadiens au large des côtes ne s'est pas matérialisée; il en est résulté une diminution de l'emploi et le report de l'investissement nécessaire. Les achats gouvernementaux qui ont toujours constitué une partie importante des revenus de l'industrie, sont devenus sa principale source de revenus. On s'attend à ce que ceux-ci constituent bien plus de 40 % des nouvelles activités de construction au cours des dix prochaines années.

Dans la Situation budgétaire du mois de mai 1985, le ministre des Finances a annoncé que les gains de crédits dans le cadre des subventions à l'accroissement de la productivité ne seraient plus possibles après le 30 juin 1985. Cependant, 100 millions de dollars de crédits doivent encore être déboursés et, au taux de déboursement annuel moyen historique de 14 millions de dollars, il faudra 7 années pour épuiser ces crédits. Ceux-ci serviront à couvrir 50 % des coûts des projets visant à moderniser les installations et à améliorer la productivité des chantiers de construction.

#### 4. Évolution de l'environnement

La demande mondiale ne devrait pas augmenter avant la fin de la décennie. Bien que le Canada pouvait auparavant espérer concurrencer certains chantiers européens, l'appréciation du dollar canadien par rapport aux devises européennes a nui à la position concurrentielle des chantiers canadiens. En outre, de nouveaux concurrents (la Corée, le Brésil et Taïwan) ont présenté des soumissions plus avantageuses que le Japon qui a dû réduire la capacité de production de ses chantiers navals de l'ordre de 35 %. On ne s'attend pas à ce que la structure de soumission et d'aide à l'échelle mondiale change radicalement. Le Canada ne devrait donc pas jouer un rôle très actif sur le marché de l'exportation. La demande intérieure devrait demeurer assez faible en raison du ralentissement plus marqué que prévu de l'exploitation des ressources au large des côtes; en outre, les commandes d'unités seront fort probablement exécutées par des entreprises étrangères, étant donné la surproduction et la surcapacité mondiales. Même avec des niveaux de commandes gouvernementales plus élevés que la normale, le nombre total d'emplois-personnes dans les activités de construction de nouveaux navires et de réparation devrait se situer à environ 8 000 personnes ou moins pour le reste de la décennie de 1980, contre une moyenne de près de 12 000 personnes pendant la décennie 1970.

#### 5. Évaluation de la compétitivité

D'après les dernières soumissions au niveau international, dans la plupart des secteurs de production, les chantiers canadiens ne sont pas concurrentiels sur le marché mondial. Les soumissions canadiennes ont dépassé de 30 à 70 % celles des chantiers étrangers les plus concurrentiels (Corée, Singapour) selon le type de navires. Par conséquent, même avec la protection de 20 à 25 % assurée par le tarif, les chantiers canadiens ne sont que marginalement concurrentiels sur le marché intérieur. Bien que les marchés soient limités, les chantiers canadiens ont joué un rôle de premier plan dans certains domaines. Par exemple, la technologie des brise-glaces canadiens est considérée comme parmi les plus avancées et les Canadiens disposent d'une expérience unique dans le secteur des navires de vrac auto-déchargeants pour bas-fonds.

Les chantiers ont de la difficulté à améliorer suffisamment leur position concurrentielle pour s'accaparer une part importante du marché intérieur. Cependant, deux changements pourraient les aider. La consolidation des activités de construction passant par la réduction du nombre de chantiers permettrait de réaliser les économies garanties par un fort volume de

travail et pourrait donc permettre à l'industrie de réaliser de meilleurs profits. Ceux-ci, en retour, amélioreraient les perspectives pour ce qui est du second changement essentiel, l'investissement dans des installations améliorées et dans les nouvelles technologies.

La propriété gouvernementale de certains chantiers navals et les effets négatifs sur l'emploi des coupures de postes dans une industrie importante pour une région pourrait rendre le processus de rationalisation plus complexe. Les chantiers constituent de gros employeurs dans certaines collectivités. Les politiques d'achat pratiquées par les gouvernements joueront un rôle primordial dans le processus d'adaptation.

Préparé par : Direction générale du  
transport routier,  
maritime et ferroviaire

Date : février 1986

---

DG/SMA

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR : MARITIME

CTI : 327

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Établissements	69	70	69	49	62
Emplois (recensement)	14 231	13 605	13 122	9 068	8 660*
Expéditions (millions de dollars)	1 076,2	1 101,7	1 051,9	822,1	987,0
Produits intérieurs bruts (millions de dollars constants de 1971)	168,4	165,1	164,0	112,1	93,0
Investissements (millions de dollars) (nouveaux capitaux)	31,0	47,8	58,3	28,6	22,2
Profits après impôt (millions de dollars)	26,1	8,5	1,2	P.D.	P.D.
Exportations (millions de dollars)	294	141	260	126	165
Expéditions domestiques (millions de dollars)	1 142	1 044	1 362	1 183	P.D.
Importations (millions de dollars)	41	252	80	572	351
Marché intérieur (millions de dollars)	899	1 155	1 183	1 355	1 294
Exportations - % des expéditions	25,7	13,5	19,1	13,8	14,9
Importations - % du marché intérieur <sup>(1)</sup>	5,7	21,8	6,8	42,2	27,1

\* préliminaire

(1) fortement sous-estimé puisque les entrées temporaires ne sont pas comptabilisées comme importations par Statistique Canada.

2. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des trois dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	33,3	14,3	14,3	0,0	38,1
Emplois - % du total	27,7	26,3	19,5	0,0	26,6
Expéditions - % du total	24,9	26,4	18,8	0,0	30,9

3. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
1. Collingwood Shipyards	Canadienne	Collingwood, Ont.
2. Les Chantiers Versatile Davie Limitée	Canadienne	Lévis, Qué.
3. Halifax Dartmouth Industries Limited	Canadienne	Halifax, N.-É.
4. Marine Industrie Limitée	65 % canadienne 35 % française	Sorel, Qué.
5. Port Weller Dry Docks	Canadienne	St. Catharines, Ont.
6. Saint John Shipbuilding & Dry Dock Co. Ltd.	Canadienne	Saint John, N.-B.
7. Versatile Pacific Shipyards Ltd.	Canadienne	Vancouver, C.-B. et Victoria, C.-B.

4. PROGRAMMES DES GOUVERNEMENTS FÉDÉRAL ET PROVINCIAUX

<u>Programme</u>	<u>Type</u>	<u>Montant</u>	<u>Objet</u>
Programme d'aide aux constructeurs de navires	Subventions - aide en capital	Gains de crédits additionnels terminé le 30 juin 1985	Aide à l'amélioration de la productivité
Programme d'amortissement accéléré		Amortissement accéléré du coût en capital des navires construits au Canada	Favoriser la détermination des sources d'approvisionnement au pays par les acheteurs de navires
Politiques provinciales de la C.-B., de l'Ontario, du Québec et des Maritimes	Méthodes d'achat		
Programme de productivité de l'industrie du matériel de défense	Subventions		Améliorations des techniques et de la productivité
Programme de développement des marchés d'exportation	Subventions	Jusqu'à 50 % des coûts d'exportation	Soutien à la mise en marché

5. PRINCIPAUX RAPPORTS DISPONIBLES

<u>Nom</u>	<u>Type de rapport</u>	<u>Année</u>
Répertoire de l'industrie Océanique Canadienne	Répertoire des compagnies Canadiennes de l'industrie Maritime	1980
L'industrie Canadienne de la construction navale: profil sectoriel	Aperçu de l'industrie	1985
L'exploration offshore des hydrocarbures	Aperçu	1983
Profil des champs offshore sur quatre régions	Description et aperçu	1983
Huile et gaz offshore sur trois régions	Document à scénario Documentation de produit	1983
Stratégie de l'industrie océanique: Cote est offshore, Huile et gaz	MEIR rapport du comité de l'industrie océanique	1985



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉL'INDUSTRIE SPATIALE1. Structure et rendementa) Structure

L'industrie spatiale du Canada travaille avant tout à la conception, à la mise au point et à la fabrication de systèmes et de sous-systèmes de satellites de communications. Cette activité comprend tant le secteur terrestre (stations terrestres de transmission et de réception) que le secteur spatial (les satellites et les charges utiles). Le secteur spatial est aussi engagé dans la conception et la fabrication de téléopérateurs et de systèmes de robotique (par exemple, le bras canadien), les systèmes de télécapteurs (par exemple, les capteurs et les systèmes analyseurs d'images pour les satellites d'observation terrestre) et les charges utiles scientifiques (par exemple, les expériences scientifiques effectuées à bord de la navette spatiale).

L'industrie est petite. En 1985, la valeur des ventes a été évaluée à environ 350 millions de dollars, et le nombre d'emplois a été estimé à environ 3 200. Les revenus et les emplois sont répartis de façon égale entre l'Ontario (39 %) et le Québec (41 %) et le reste dans les provinces de l'Ouest. L'industrie est fortement concentrée dans les régions de Montréal et de Toronto.

L'industrie canadienne est fortement axée sur les satellites de communications à cause du rôle que joue l'État dans les questions de l'espace et de la décision d'utiliser l'espace pour satisfaire les besoins particuliers du Canada créés par la grande étendue du territoire, sa région septentrionale et les nombreuses agglomérations éparpillées dans des régions éloignées. La majeure partie de l'industrie doit sa création à la demande qu'a engendrée l'État par des contrats de R-D et des expériences technologiques; le plus souvent, il s'agissait de projets non répétitifs. Des chercheurs et des scientifiques entrepreneurs ont décidé de s'associer à ces projets de l'État et de lancer des entreprises faisant beaucoup de R-D. L'industrie a pu croître considérablement lorsque Télésat Canada est devenue l'acheteur de la série Anik des satellites de communications nationales. Télésat Canada appartient, à parts égales, au gouvernement fédéral et à des sociétés nationales de téléphone. Elle possède et exploite le réseau des satellites de communications du Canada.

Le Canada a également pu devenir un chef de file dans la mise au point de satellites de communications lorsque l'État canadien a décidé d'aider et d'appuyer la Spar Aérospatiale Limitée pour que cette société devienne un maître d'oeuvre dans le domaine des systèmes de satellites de communications. Depuis le satellite Alouette en 1962, Spar s'est associée à plus de 50 programmes privés et gouvernementaux de fabrication de satellites au Canada et à l'étranger. C'est pourquoi Spar elle-même est devenue un fabricant de satellites de renommée mondiale et que nombre d'autres sociétés canadiennes ont excellé sur le plan technologique en tant que fournisseurs de composants et de sous-systèmes de satellites.

Environ 50 entreprises sont associées au domaine spatial; toutefois, environ dix d'entre elles sont responsables de la majeure partie des ventes de l'industrie. La Spar Aérospatiale Limitée domine l'industrie et est responsable d'environ la moitié des ventes et de l'emploi. Bien que la plupart des sociétés importantes de l'industrie appartiennent à des intérêts canadiens, Spar est la seule entreprise qui est cotée à la bourse. En règle générale, la propriété est souvent une affaire privée et, dans de nombreux cas, l'actionnaire principal ou les actionnaires principaux occupent également des postes cadres au sein de l'entreprise.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Dans l'industrie spatiale canadienne, la propriété étrangère est limitée et se manifeste sous la forme d'usines affiliées à des multinationales, surtout américaines, de l'électronique et de l'aérospatiale qui fabriquent des produits spéciaux et liés au domaine de l'espace (avant tout des composants), ainsi que d'autres produits mis au point par leurs sociétés mères. Ces sociétés ne possèdent aucun mandat de production mondiale de produits expressément liés à l'espace et les revenus qu'elles tirent de la fabrication de produits à caractère spatial sont ordinairement peu importants par rapport à l'ensemble de leurs revenus.

Dans tous les pays du monde, l'industrie spatiale est de nature essentiellement technologique. En pourcentage des ventes, les dépenses de recherche-développement sont généralement très élevées (entre 10 % et 15 %). Quant aux sociétés moins diversifiées et à celles qui comptent sur les contrats de l'État, les ventes et les profits ont tendance à varier à cause de la demande irrégulière de systèmes de satellites et du caractère incertain des marchés de l'État.

Partout dans le monde, les gouvernements jouent généralement un rôle déterminant lorsqu'il s'agit de formuler des politiques ou d'appuyer l'industrie, que ce soit directement en accordant des subventions de R-D ou indirectement en créant un marché. L'utilisation de l'espace à certaines fins, comme les communications et la surveillance, constitue un élément stratégique qui explique le rôle déterminant qu'y joue l'État. Les coûts élevés, les risques importants et le temps qu'il faut compter avant que se manifestent les retombées avantageuses sur le plan économique ont nuï aux investissements du secteur privé. Les sommes affectées par l'État à la recherche spatiale à caractère civil sont à la hausse et, en 1985, ces sommes étaient évaluées (en dollars canadiens de 1985) à 10 milliards de dollars aux États-Unis, à 900 millions de dollars en France, à 770 millions de dollars au Japon et à 170 millions de dollars au Canada. En outre, surtout aux États-Unis, des sommes considérables sont affectées à la recherche spatiale à caractère militaire. La concurrence est vive et elle s'intensifie. L'accès au marché constitue un problème et des éléments autres que les aspects conventionnels que sont le prix, la qualité et le temps de livraison prennent de l'importance.

L'industrie spatiale des États-Unis est de loin la plus importante du monde; viennent ensuite celles de l'URSS, de la France, du Japon, du Royaume-Uni, de l'Allemagne de l'Ouest, de l'Italie et du Canada. L'industrie spatiale du Canada a connu un essor important. Cependant, la croissance des industries spatiales d'autres pays a été encore plus prononcée, surtout aux États-Unis, en France et au Japon. Pour ce qui est de certains composants, les sociétés canadiennes détiennent une part importante du marché; par exemple, environ 70 % des multiplexeurs (dispositifs de traitement des signaux) utilisés dans les satellites de communications du monde libre sont fabriqués par une société canadienne (Com Dev Ltd.)

### b) Rendement

Même si l'industrie spatiale a peu d'envergure, elle est en pleine croissance. Au cours des dernières années, les ventes et le nombre d'emplois se sont accrus régulièrement; en moyenne, ils ont augmenté de 20 % par année. Pour ce qui est de l'ensemble du secteur de l'aérospatiale, la croissance a atteint environ 5 % au cours de la même période. Les sommes importantes affectées par l'État, depuis le milieu des années 70, à des contrats de R-D et à l'achat de systèmes ont fait la force de l'industrie spatiale du Canada.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Le marché canadien offrant des possibilités limitées, l'industrie a dû se tourner, pour survivre et croître, vers les marchés étrangers et en particulier vers l'immense marché des États-Unis. Ces démarches se sont avérées très fructueuses; la valeur des exportations a augmenté d'environ 10 millions de dollars en 1977 (17 % des ventes) à plus de 240 millions de dollars en 1985 (70 % des ventes). Le contenu canadien de la production de l'industrie a toujours été élevé et continue de l'être; il est d'environ 70 %. Au chapitre des profits, le rendement a été de passable à bon (de 5 % à 10 % des ventes) et a varié en fonction de la demande de satellites de communications au Canada et à l'étranger.

### 2. Points forts et points faibles

#### a) Facteurs structurels

L'industrie spatiale du Canada est assez bien administrée, elle est bien financée et elle n'est pas soumise aux contraintes associées à la propriété étrangère. Elle est avantagée par la proximité de l'immense marché des États-Unis et de l'industrie spatiale avancée de ce pays, en ce sens que cette proximité permet aux sociétés canadiennes de satisfaire rapidement les besoins de ce marché et de se tenir au courant des progrès technologiques.

Bien que Télésat n'ait besoin que de façon irrégulière de systèmes de satellites de communications nationales, nouveaux ou de remplacement, ces besoins ont des répercussions importantes sur l'industrie canadienne. Par exemple, on estime que le projet récemment annoncé par Telesat de construire deux satellites Anik-E devrait, au cours des 5 prochaines années, engendrer des ventes de plus de 200 millions de dollars pour les sociétés canadiennes.

Les sociétés de l'industrie spatiale des États-Unis, de l'Europe et du Japon peuvent compter sur de vastes marchés intérieurs qui assurent leur fonctionnement et se prêtent à des économies d'échelle. Parce que leur marché intérieur est restreint et que l'accès à d'autres marchés est limité, les sociétés canadiennes n'ont généralement pas, en comparaison, la possibilité de produire en grandes quantités. Il en résulte, pour les sociétés canadiennes, des coûts unitaires de production plus élevés que ceux de leurs concurrents des États-Unis, de l'Europe et du Japon dont les coûts fixes et en particulier les coûts de R-D sont répartis sur de plus grands volumes de production. Par conséquent, les sociétés canadiennes, dans l'ensemble, sont forcées de se tourner vers les marchés d'exportation et de livrer concurrence uniquement en fonction de leur technologie. Elles sont donc désavantagées sur les marchés ayant besoin de grandes quantités de produits dont le coût est un facteur déterminant de la réussite.

A l'exception de Spar, les sociétés canadiennes sont relativement petites (leur chiffre d'affaires s'établit dans une fourchette de 20 à 30 millions de dollars) et une partie importante de leurs revenus continue de provenir de contrats de l'État. Toutefois, certaines d'entre elles (par exemple, Com Dev) ont réussi à se faire une réputation de calibre mondial à cause de leur supériorité technologique.

#### b) Facteurs liés au commerce

La survie des sociétés canadiennes dépend de leur capacité de pénétrer les marchés étrangers et surtout le vaste marché des États-Unis et, à un degré moindre, ceux de l'Europe, du Japon et des pays en développement. En plus du fait qu'un plus grand nombre de sociétés rivales tentent de pénétrer les mêmes marchés, l'accès direct aux divers marchés devient de plus en plus difficile. Aux critères classiques que sont le prix, la qualité et la livraison s'ajoutent d'autres facteurs, notamment le contenu national, le transfert technologique et le financement. En eux-mêmes, les tarifs

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

douaniers sont assez peu élevés (entre 5 % et 10 %) et ne constituent pas un obstacle grave au commerce. Cependant, les exportateurs canadiens doivent composer avec divers obstacles non tarifaires et d'autres pratiques restrictives du commerce qui, dans de nombreux cas, les dissuadent de tenter d'exporter. En voici quelques-uns:

- o les règles de classification restrictive en vigueur aux États-Unis (liées à la sécurité intérieure), notamment la classification "rien d'étranger" (c.-à-d. aucun fournisseur étranger), le Buy American Act et les contrats réservés aux petites entreprises (c.-à-d. qu'un certain pourcentage de la valeur totale d'un contrat est réservé aux petites entreprises des États-Unis);
- o les règles d'utilisation générale de la NASA qui stipulent que les travaux de mise au point des composants et des sous-systèmes destinés aux stations spatiales soient utilisables dans d'autres programmes de la NASA;
- o les achats gouvernementaux pour lesquels aucun "traitement national" n'est requis parce que les organismes gouvernementaux qui achètent du matériel de télécommunications ne sont pas assujettis au code d'achat du GATT;
- o les procédures de sécurité militaire en vigueur aux États-Unis qui sont extrêmement complexes et qui prennent beaucoup de temps;
- o l'utilisation agressive des échanges de contrepartie et du crédit mixte pour obtenir des contrats dans les pays en développement.

Surtout à cause de la position très protectionniste des gouvernements, les sociétés canadiennes ont connu très peu de succès sur le marché européen et pratiquement aucun sur le marché japonais.

Les obstacles non tarifaires confrontant les entreprises désireuses d'exporter vers le Canada sont la compensation industrielle et les retombées régionales qu'exige le gouvernement du Canada dans ses achats à l'étranger et le critère du contenu canadien qu'applique Telesat dans ses acquisitions.

Contrairement aux autres secteurs aérospatiaux, l'industrie spatiale n'est ni couverte par l'Accord canado-américain sur le partage de la production de défense, ni par l'Accord du GATT relatif au commerce des aéronefs.

### c) Facteurs technologiques

La force de l'industrie spatiale réside dans sa capacité d'utiliser une technologie très avancée dans certains marchés spécialisés, surtout au niveau des composants et des sous-systèmes des satellites de communications, de la télédétection et de la télérobotique spatiale. Spar qui a démontré pouvoir fabriquer des systèmes fait exception, en ce sens qu'elle rivalise directement avec les grandes entreprises internationales en tant que maître d'oeuvre de satellites de communications.

Le Canada est actuellement vu comme le chef de file de la technologie des téléopérateurs et, à certains points de vue, de celle de la télédétection. Des succès commerciaux récents sur le marché des exportations, par exemple, Brazilsat, la construction de stations terriennes en Chine et le bras canadien de renommée mondiale, ont permis à Spar et à l'industrie canadienne d'être reconnues partout dans le monde et les ont rendues assez

crédibles pour l'obtention d'autres contrats futurs. Le fait que le Canada, à cause des connaissances techniques de Spar en télérobotique, ait participé au programme de la station spatiale des États-Unis constitue un autre exemple de la supériorité technologique canadienne dans certains domaines.

Les entreprises de l'industrie spatiale du Canada doivent leur supériorité technologique aux sommes importantes que l'État a affectées aux contrats de R-D et à des projets expérimentaux. Il est ordinairement difficile d'avoir accès à la technologie américaine mise au point dans le cadre de programmes militaires ou jugée stratégique pour les intérêts des États-Unis. La technologie mise au point dans le secteur privé est à la disposition des entreprises.

### **3. Politiques et programmes fédéraux**

Le gouvernement du Canada considère que l'industrie spatiale est une industrie en croissance et il maintient son engagement ferme en vue du développement de l'industrie spatiale canadienne. Il est venu directement et activement en aide à cette industrie de deux façons : en octroyant des contrats de R-D et en finançant des projets technologiques expérimentaux. Les dépenses de l'État qui ont atteint environ 150 millions de dollars par année au cours des cinq dernières années étaient axées sur la mise au point de la technologie des communications et de la télédétection, sur la recherche en sciences de l'espace et sur des ententes de collaboration avec l'Agence spatiale européenne (ASE) et avec l'Administration nationale de l'aéronautique et de l'espace (NASA). Le gouvernement du Canada exploite aussi et finance, au Canada, des laboratoires de recherche expérimentale de calibre international (par exemple, le Laboratoire David Florida qui sont à la disposition des sociétés canadiennes moyennant des frais permettant au gouvernement canadien de récupérer ses coûts. En plus de ces dépenses, l'État offre aussi une aide indirecte qui s'est manifestée sous la forme de projets et d'achats importants, notamment le bras canadien et les satellites Anik.

En plus des politiques et des mesures particulières que nous venons de décrire, plusieurs programmes d'aide du gouvernement fédéral (par exemple, le Programme de productivité de l'industrie du matériel de défense et le Programme d'aide à la recherche industrielle) continuent d'offrir une aide financière aux sociétés de l'industrie spatiale du Canada.

### **4. Évolution de l'environnement**

La commercialisation de l'espace a débuté. Des satellites de communications sont déjà exploités avec profit de façon commerciale. Certains gouvernements (en particulier celui des États-Unis) s'efforcent de démembrer les monopoles qu'ils exercent sur les systèmes spatiaux et de permettre à des entreprises du secteur privé d'offrir des services concurrentiels. Mentionnons, par exemple, la vente, par le gouvernement des États-Unis, de son satellite d'observation terrestre (Landsat) à un consortium de sociétés privées et la décision, à la suite de la catastrophe du Challenger, de ne pas utiliser la navette spatiale pour lancer des charges utiles commerciales. Cela devrait donner un bon coup de pouce, aux États-Unis, à la nouvelle industrie, de propriété et d'exploitation privée, de véhicules de lancement remplaçables. En France, Arianespace est déjà une réussite commerciale et la Chine a dit avoir l'intention d'offrir des services de lancement commercial.

Au Canada aussi, l'État envisage différemment l'espace; il délaisse sa prédilection pour la R-D et les projets expérimentaux au profit de la commercialisation et des marchés d'exportation. Récemment, l'État a donné

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

un aiguillon déterminant à l'industrie en signant un protocole d'entente avec Spar pour que la société subvienne davantage à ses propres besoins et pour mettre en valeur les sous-traitants et les fournisseurs canadiens.

Bien que la demande de satellites de communications devrait être stable au moins jusqu'à la fin du siècle, le marché des terminaux terrestres des réseaux de communications privées et commerciales devrait, à court terme, connaître la croissance la plus rapide. Le traitement et la vente de données météorologiques, géologiques, agricoles et géodésiques télécaptées devraient devenir commercialement viables vers le milieu des années 90. A cause de la mise en orbite, au milieu des années 90, de la station spatiale américaine habitée en permanence, la fabrication de matériaux de pointe dans l'espace (par exemple, la fabrication de cristaux d'arsenure de gallium) devrait devenir intéressante au plan commercial vers la fin des années 90.

En dépit de la tendance à commercialiser, les achats du Ministère de la Défense des États-Unis continueront de constituer un marché important. Depuis de nombreuses années, l'utilisation de l'espace à des fins militaires est devenue une réalité courante aux États-Unis; toutefois, depuis quelques années, cette utilisation a pris de l'importance et les Américains lui accordent une plus grande priorité, sans compter que les États-Unis se sont dotés d'un commandement de l'espace dans le but d'unifier toutes leurs activités spatiales à caractère militaire. Le budget spatial du Ministère de la Défense des États-Unis atteint environ 20 milliards de dollars par année. Le ministère de la Défense nationale (MDN) du Canada n'a jamais beaucoup utilisé les systèmes spatiaux et il a pourvu à ses besoins par l'entremise des ententes de collaboration qui existent entre le Canada et les États-Unis dans le domaine de la défense. Par exemple, les deux pays collaborent déjà au système d'alerte dans le Nord (une composante de l'Accord NORAD), le Canada fournissant les terminaux terrestres du système. Certaines sociétés canadiennes effectuent également des travaux liés à l'initiative de défense stratégique (IDS).

Parce que les États-Unis sont à la recherche de systèmes plus perfectionnés et plus sûrs de communications et de surveillance militaires, la recherche-développement technologique s'intensifie dans des domaines comme les communications à ultra hautes fréquences par satellite, l'électrooptique et le radar spatial. Le programme de la station spatiale des États-Unis a favorisé la recherche en robotique et en intelligence artificielle.

Dans le monde libre, les États-Unis, l'Europe et le Japon sont en train de devenir trois noyaux distincts de R-D technologique et trois grands centres spatiaux; ces pays constituent aussi des marchés importants. Pour diverses raisons, il leur est très difficile ou impossible d'accéder mutuellement à leurs marchés. Des entreprises de coparticipation ou des consortiums doivent être mis sur pied pour faciliter l'accès aux marchés, et partager les coûts, les risques et la technologie. Les États-Unis constituent le marché le plus important du Canada et, pour en faciliter l'accès, des entreprises canadiennes tentent de s'associer à d'autres entreprises. Même au Canada, de petites sociétés s'associent à de plus importantes (par exemple, SED Systems s'est associée à Spar et à Telesat) pour pouvoir pénétrer des marchés importants qui pourraient leur échapper si elles restaient isolées.

Les pays en développement constituent des marchés limités, mais accessibles; toutefois, il faut plus qu'une supériorité technologique pour obtenir des contrats. L'État peut aider beaucoup les entreprises

canadiennes à connaître du succès sur ces marchés en les appuyant dans leurs démarches de commercialisation et d'exportation grâce à la Société pour l'expansion des exportations. Il est également important que, grâce à l'Agence canadienne de développement international (ACDI), le Canada aide les pays clients à mettre en valeur leur technologie et à mettre sur pied leur infrastructure et qu'il n'hésite pas à conclure des ententes d'échanges de contrepartie (par exemple, Brazilsat).

#### 5. Évaluation de la compétitivité

Plusieurs petites sociétés de l'industrie spatiale canadienne ont démontré pouvoir satisfaire les besoins de divers marchés spécialisés étrangers. Spar a prouvé qu'elle était en mesure de satisfaire, tant au Canada que sur les marchés d'exportation, l'ensemble des besoins en systèmes de satellites de communications. On peut donc affirmer, assurément au chapitre de la technologie, que l'industrie est concurrentielle lorsqu'il s'agit de répondre à des appels d'offres, sans compter qu'au chapitre des coûts, elle peut soutenir la concurrence dans certains créneaux commerciaux.

La force des sociétés canadiennes continue de résider dans la fabrication, en petites quantités, de produits de technologie de pointe. Toutefois, il est improbable que les sociétés canadiennes puissent être concurrentielles sur les marchés des produits peu coûteux fabriqués en grandes quantités; en effet, l'accès à ces marchés comporte moins d'obstacles et les entreprises du Japon et des États-Unis qui produisent en grandes quantités n'ont aucun mal à tirer rapidement profit des avantages des économies d'échelle et à éliminer toute concurrence par le biais des coûts (les terminaux voués à la seule réception de signaux de télévision constituent un bon exemple). Donc, les sociétés canadiennes ont le plus de chance d'être concurrentielles dans certains créneaux des marchés de la technologie où le prix a une importance secondaire.

Les États-Unis continuent d'être le plus important marché du monde et du Canada. Tant au niveau commercial que militaire, c'est ce marché qui offre le plus de possibilités aux sociétés canadiennes et une pénétration accrue serait possible si des entreprises canadiennes s'associaient à des entreprises américaines, en tant que sous-traitants des entreprises maître d'oeuvre des États-Unis, ou si des fabricants canadiens s'installaient aux États-Unis. Les sociétés canadiennes sont conscientes de l'importance du marché américain et certaines d'entre elles agissent en conséquence. Par exemple, Spar possède deux filiales aux États-Unis et est en train de négocier des ententes de coparticipation avec certaines entreprises américaines.

Préparé par la : Direction de l'électronique et de l'aérospatiale  
Ministère de l'Expansion industrielle régionale



Sous-ministre adjoint  
Biens d'équipement et biens industriels

Date : le 29 octobre 1986

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR : INDUSTRIE SPATIALE

CTI : \_\_\_\_\_

1. PRINCIPALES STATISTIQUES	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	----- est 200 -----						
Emplois	28700	43000	41000	34800	37100	41500	-
Expéditions (en millions de dollars)							
(par volume, par exemple, en tonnes, le cas échéant)	596	2185	2609	2769	2580	3142	3500
Produit intérieur brut (en millions de dollars constants de 1971)	297	550	528	467	427		
Investissements (en millions de dollars)	59	247	398	413	374	413	
Profits après impôt (en millions de dollars)							
(en pourcentage des revenus)	(1.1)	124	191	----- S.O. -----			

2. STATISTIQUES COMMERCIALES	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (en millions de dollars)	423	1850	2297	2450	2048	2576	-
Expéditions canadiennes (en millions de dollars)	173	335	312	319	532	566	-
Importations (en millions de dollars)	313	1941	2350	1523	1815	2224	-
Marché canadien (en millions de dollars)	486	2276	2662	1842	2347	2790	-
Exportations en pourcentage des expéditions	71.0	84.6	88.0	88.5	79.4	82.0	-
Importations en pourcentage du marché canadien	64.4	85.3	88.3	82.7	77.3	79.7	-
Part canadienne du marché international	----- est 5% -----						

Source des importations (4 premiers pays)	ÉTATS-UNIS	CÉE	ASIE	AUTRES
1981	91	5	3	1
1982	91	5	3	1
1983	95	4	-	1
1984	95	4	-	1

Destination des exportations (4 premiers pays)	ÉTATS-UNIS	CÉE	ASIE	AUTRES
1981	76	9	3	12
1982	69	9	5	17
1983	78	9	4	9
1984	76	8	5	11

3. RÉPARTITION RÉGIONALE (Moyenne des trois dernières années)

Atlantique Québec Ontario Prairies C.-B.

Établissements - en pourcentage du total	----- S.O. -----				
Emplois - en pourcentage du total	.5	51	41	7	.5
Expéditions - en pourcentage du total					

#### 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>	<u>Concentration (en pourcentage du marché canadien)</u>
Spar Aerospace	Canadienne et publique	Montréal et Toronto	Environ 50 %
MacDonald, Dettwiler	Canadienne et privée	Vancouver	Environ 13 %

1. Approximatif - des données précises ne sont pas disponibles parce que de nombreuses sociétés de l'industrie spatiale appartiennent à des intérêts privés.



# PROJET

## PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

### VÉHICULES À USAGES SPÉCIAUX ET AUTRES

#### 1. Structure et rendement

##### Structure

Le secteur comprend les fabricants de véhicules à usages spéciaux y compris de carrosseries pour camions et de remorques (CTI 3241, 3242, 3243 et 3244), d'équipement de lutte contre les incendies (CTI 3199), de matériel de déneigement (CTI 3192), de véhicules tous terrains sur roues et sur chenilles ainsi que de motoneiges (CTI 3299); de véhicules militaires et de leur équipement (CTI 3231 et 3299); d'engins de transport hors route employés en extraction minière et en construction (CTI 3231). Des sources industrielles et Statistique Canada ont signalé des ventes globales pour l'ensemble des sous-secteurs ci-dessus et pour l'année 1985 de l'ordre de 2 milliards de dollars et un nombre total de plus de 14 000 emplois.

Les véhicules à usages spéciaux sont produits par plus de 300 établissements employant 12 000 personnes, la plupart étant installés dans la région centrale du Canada. L'ensemble des expéditions a été évalué à 1,2 milliard de dollars. Il s'agit là d'une industrie très morcelée qui produit une gamme diversifiée de produits employés dans le transport des personnes et des biens, dans les services d'urgence et les services publics ainsi que dans le domaine des loisirs. Une bonne partie de l'équipement produit assure l'essentiel de l'exploitation et de l'entretien des aéroports, des routes et autoroutes, de la protection contre les incendies, des services d'ambulances, des services publics ainsi que du transport dans les régions éloignées du pays. La propriété étrangère n'y est pas importante (c'est le cas seulement de 15 p. cent des entreprises) et cette industrie fonctionne à petite échelle (seulement 10 % des usines canadiennes comptent plus de 100 employés). Les carrosseries de camions et les remorques représentent le sous-secteur le plus important dans le groupe des véhicules à usages spéciaux; il faut porter au compte de ce sous-secteur 265 établissements, 7 700 employés et des expéditions d'un total de 720 millions de dollars en 1985. L'industrie des véhicules à usages spéciaux a été façonnée pour une grande part selon les besoins du marché intérieur. Les exportations n'entrent que pour 17 p. cent dans le total des ventes. Cependant, les exportations représentent environ 30 p. cent des ventes de produits de haute technologie, notamment des véhicules de secours lors d'accident ou d'incendie sur un aéroport, des véhicules de ravitaillement en combustible pour aéronefs, des remorques spécialisées, des véhicules tous terrains et des motoneiges. Les fabricants de tels produits doivent rechercher des occasions d'exporter afin de maintenir leur capacité de production. Les principaux marchés d'exportation pour les véhicules à usages spéciaux sont les États-Unis, l'Afrique du Nord, le Moyen-Orient et le Sud-est asiatique. Les importations dans ce domaine sont évaluées à 12 p. cent du marché intérieur.

Les véhicules militaires ainsi que leur équipement et leurs composants sont construits par huit entreprises embauchant quelque 2 000 personnes en Ontario et au Québec et effectuant des ventes annuelles évaluées à 500 millions de dollars. Il s'agit là d'une industrie relativement nouvelle qui a été mise sur pied pour approvisionner le ministère de la Défense nationale. Les deux principales entreprises dans le domaine (GM et Bombardier) se sont rapidement rendues compte que les besoins du MDN ne suffisaient pas à rentabiliser leurs installations industrielles et se sont lancées activement à la conquête des marchés américains et d'outre-mer. Elles ont remporté de vifs succès aux États-Unis et obtenu des résultats mitigés outre-mer. Environ 60 p. cent de la production

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

annuelle sont exportés, principalement aux États-Unis. Les entreprises ont réussi à maintenir leur niveau d'emploi et ont pu accroître de façon significative la provenance canadienne de leurs pièces et composants. La technologie de production provient principalement d'accords de licences et de sociétés en coparticipation, bien qu'on cherche en ce moment dans une certaine mesure à accroître l'élaboration de nouveaux produits au Canada. Étant donné que les achats de véhicules et d'équipement militaires ne sont pas assujettis au code du GATT pour ce qui est de l'approvisionnement gouvernemental et que ces produits proviennent habituellement du Canada, les importations ont une incidence négligeable sur ce sous-secteur.

Les trois entreprises qui fabriquent des engins de transport hors route (Wabco, Euclid et Unit Rig) sont des filiales à part entière de sociétés américaines. Les 650 emplois de ce sous-secteur se trouvent tous en Ontario. Cette industrie a fait l'objet d'une rationalisation à l'échelle nord-américaine en application du Décret de remise des droits sur les véhicules hors route et la production en est destinée au marché mondial. On estime que les ventes annuelles s'élèvent à 208 millions de dollars. Cette industrie repose largement sur les ventes à l'exportation et les importations y comptent pour peu.

On effectue au Canada de la recherche et du développement orientés vers les applications. Cette industrie connaît des fluctuations cycliques qui se répercutent sur ses clients (grandes mines à ciel ouvert et vastes projets de construction) et fonctionne en ce moment à 80-85 p. cent de sa capacité. Aucun nouveau marché d'envergure n'a été ouvert en Amérique du Nord et la plupart des ventes à l'exportation sont effectuées sur les marchés d'outre-mer.

Rendement

L'industrie des véhicules à usages spéciaux a connu une croissance lente marquée d'une augmentation annuelle moyenne des expéditions en dollars courants de 2,5 p. cent au cours des 10 dernières années. Le niveau d'emploi y a culminé en 1979 pour connaître ensuite un déclin graduel jusqu'à des planchers historiques à la suite d'une modernisation planifiée et de nouveaux procédés de production qui ont été mis en place dans certaines des plus grandes entreprises. Bien que les exportations canadiennes accaparent une part relativement faible des marchés mondiaux, le secteur a enregistré des augmentations marquées dans les ventes à l'exportation, en particulier pour ce qui est d'une vente récente aux États-Unis de camions servant lors d'accidents sur les aéroports.

Le sous-secteur des véhicules militaires et de leur équipement constitue, pour l'essentiel, une industrie très jeune, mais ayant connu une croissance rapide qui doit être attribuée aux besoins militaires intérieurs. L'emploi y a actuellement atteint un point culminant que seules permettraient de dépasser de nouvelles ventes d'exportation aux États-Unis et outre-mer.

Le sous-secteur des engins de transport hors route a vécu une croissance lente mais constante depuis la mise en application de l'Accord commercial sur les produits de l'automobile en 1965 et des programmes de remise de droits. La rationalisation des séries de produits opérée de concert par le Canada et les États-Unis a permis de stabiliser l'emploi au cours des années.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

2. Points forts et points faibles

Facteurs structurels

L'industrie canadienne des véhicules à usages spéciaux fonctionne à une échelle relativement faible si on la compare avec sa concurrente américaine. En général, cette industrie où oeuvrent principalement des établissements de petite et de moyenne tailles est régionalisée et répond à des besoins municipaux, provinciaux et du secteur privé. Les pratiques d'achat municipales et provinciales favorisant les entreprises locales ont joué un rôle important dans la régionalisation de ce secteur. Dans l'ensemble, les entreprises de cette industrie possèdent des ressources financières limitées, qui s'expliquent par un faible volume de production et un marché intérieur restreint. Dans le sous-secteur des carrosseries de camions et des remorques, les entreprises sont souvent mises sous séquestre. Cette industrie s'ajuste constamment aux conditions du marché canadien.

Les fabricants de véhicules militaires et de leur équipement ne connaissent pas une intégration verticale et doivent s'appuyer sur les États-Unis et les autres pays pour s'approvisionner en composants importants. Par ailleurs, ces sociétés n'effectuent pour ainsi dire aucune R&D et doivent compter sur leurs partenaires de coparticipation et sur des accords de licences pour ce qui est de la fabrication et de la commercialisation de leurs produits. La Division diésel de GM de London, Ontario, fabrique en ce moment des véhicules blindés légers et a très bien réussi à pénétrer sur le marché américain avant tout en raison d'un produit de qualité, de la vigueur de l'entreprise et de leurs aptitudes en commercialisation auprès des militaires américains.

La rationalisation a été également bénéfique dans le sous-secteur des engins de transport hors route; les entreprises ont pu profiter d'économies d'échelles et le Canada est devenu l'unique source d'approvisionnement en certains modèles. Étant donné son faible volume de production, le Canada n'a pas été en mesure d'attirer chez lui de fabricants des principaux composants : moteurs, transmissions, essieux, générateurs, moteurs électriques à courant continu pour roues, etc.; ils proviennent des États-Unis.

Facteurs liés au commerce

L'Accord sur le partage de la production du matériel de défense procure aux fabricants canadiens de véhicules militaires et de leur équipement un accès au marché militaire américain, plus vaste et exempt de droits. Ailleurs, il existe également des possibilités de ventes au Moyen-Orient, à certains pays européens et aux nations en voie de développement.

Les fabricants canadiens d'engins de transport hors route oeuvrent sous le régime de Décrets spéciaux du conseil concernant la remise de droits. Les exportations sont indispensables à la production de ces engins, qui sont vendus sur les marchés mondiaux. Le financement des exportations joue un rôle capital dans les ventes outre-mer. Dans beaucoup de cas, des commandes d'exportation ont été perdues par le Canada au profit des Japonais et des Européens, qui offraient un financement plus attrayant à long terme et à des taux inférieurs, mais pas toujours des prix plus avantageux. Les principaux marchés sont les États-Unis, l'Amérique centrale et du Sud, à l'exclusion du Brésil et de l'Asie.

Les segments du secteur orientés vers l'exportation devraient se rendre compte des avantages qu'offre actuellement le dollar canadien comparativement au dollar américain sur le marché d'exportation aussi longtemps que le dollar canadien reste inférieur. Toutefois, cet

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

avantage se trouve réduit dans le cas de produits canadiens comme les véhicules militaires et les engins de transport hors route dont le contenu est plus étranger que canadien, c'est-à-dire lorsque des entreprises doivent importer des composants importants des États-Unis et d'autres pays. Par ailleurs, des tarifs douaniers et d'autres obstacles au commerce peuvent également empêcher cette industrie d'exporter dans la plupart des pays. Il peut s'agir de lois et de règlements concernant la route, de pratiques en matière d'appels d'offres et de provenance des produits, d'exigences sur un contenu local, de caractéristiques et de normes techniques autant que de politiques tacites d'achat local. Le Canada exige l'utilisation de permis d'exporter. Ainsi, lorsque la société Bombardier a vendu à la Belgique 2 500 véhicules utilitaires légers construits d'après plan, l'accord stipulait entre autres mesures compensatoires que l'assemblage final devait être effectué en Belgique.

Voici le tarif canadien s'appliquant aux principaux produits du secteur :

engins de transport hors route**	9,2 p. cent
véhicules militaires*	9,2 p. cent
carrosseries de camions**	9,2 p. cent
remorques	14 p. cent
camions de lutte contre l'incendie	10,2 p. cent
véhicules tous terrains	9,2 p. cent
motoneiges	EXEMPTION DE DROIT

\*Produits couverts par l'Accord commercial concernant les produits de l'industrie automobile (Pacte automobile)

\*\*Produits couverts par le Décret spécial du conseil concernant la remise de droits de douanes

### Facteurs technologiques

Les fabricants canadiens, dans tout le secteur, font preuve de souplesse et d'esprit d'innovation et leurs procédés industriels ainsi que leurs normes techniques se comparent avantageusement avec ceux en vigueur aux États-Unis et en Europe. Les composants à haute technologie (ainsi, des éléments du mécanisme de transmission) proviennent des États-Unis et d'Europe. Dans beaucoup de cas, la technologie est d'origine autre que canadienne et a été acquise dans le cadre de sociétés en coparticipation ou d'accords de licences. Cette industrie se dirige vers une utilisation accrue de la CAO/FAO ainsi que d'autre matériel de fabrication et de traitement de l'information automatisés. À l'exception des véhicules à usages spéciaux comme ceux qui assurent le soutien dans les aéroports, les ambulances, les véhicules tous terrains et les motoneiges, les produits canadiens de ces trois sous-secteurs ne témoignent pas d'une avance technologique.

### 3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

Le secteur a recouru aux programmes gouvernementaux, entre autres aux PDIR, au PPIMD et au PDME. Certaines sociétés comptent plus que d'autres sur des mesures d'incitation fiscale ou sur une aide financière pour ce qui est de la commercialisation de leurs exportations, de la R&D et pour l'élaboration de nouveaux produits. En outre, les fabricants d'engins de transport hors route et de certains véhicules à usages spéciaux ont profité de l'Accord commercial concernant les produits de l'industrie automobile aux États-Unis et des Décrets spéciaux du conseil concernant la remise de droits de douanes au Canada pour rationaliser leur production en Amérique du Nord et ainsi se faciliter l'accès au marché plus vaste des États-Unis.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

4. Évolution de l'environnement

La tendance que l'on prévoit dans les marchés des véhicules à usages spéciaux dépend de l'état général de l'économie du pays; on n'y anticipe aucune croissance marquée. Cette industrie a atteint le stade de la maturité et va continuer à s'appuyer principalement sur la demande intérieure. Ce marché est le théâtre d'une vive concurrence et le faible volume de production qu'on y connaît habituellement doit être compensé par l'élaboration de nouveaux produits, l'innovation et les techniques de fabrication flexible.

L'avenir de l'industrie des véhicules militaires et de leur équipement est fonction de son succès à accroître ses exportations. L'industrie devrait connaître une croissance modérée grâce aux efforts concertés de commercialisation à l'exportation aussi bien du secteur privé que du gouvernement. Dans leur recherche de ventes d'exportation, les fabricants canadiens devront, toutefois, surmonter les contraintes suivantes : les préférences nationales lors de décisions d'achat, la prise en compte du contenu local et de la valeur ajoutée, les retombées industrielles et les ententes compensatoires.

Les fabricants d'engins de transport hors route devront faire face à une concurrence étrangère accrue, par exemple de la part de la société japonaise Komatsu; celle-ci augmente sa part du marché mondial de façon significative à la faveur de salaires et de frais généraux moins élevés ainsi que d'avantageux contrats globaux de financement. L'industrie des engins de transport hors route dans l'avenir dépend, elle, du taux de change du dollar canadien à l'égard du dollar américain. Un financement de la part de la SEE est essentiel lorsqu'il s'agit de présenter avec succès des offres relativement à des projets d'exportation, y compris ceux qui sont financés par la Banque mondiale.

5. Évaluation de la compétitivité

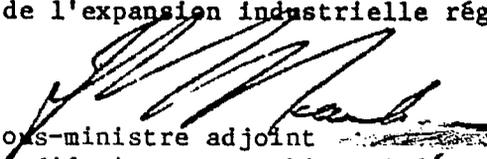
Dans son ensemble, l'industrie des véhicules à usages spéciaux, compte tenu de son faible volume de production, de ses ressources financières restreintes, du grand nombre de petites entreprises ainsi que de ses limites du point de vue R&D et élaboration de produits, n'est pas compétitive sur les marchés d'exportation. Néanmoins, étant donné que la plupart des petites entreprises possèdent une vocation régionale et fabriquent des produits sur mesure, elles ne subissent pas les pressions de la concurrence de la part de producteurs d'outre-mer. Certains fabricants de véhicules à usages spéciaux, plus avancés sur le plan technologique puisqu'ils utilisent des installations et des procédés industriels d'avant-garde, vont continuer à profiter d'occasions d'exporter aux États-Unis et dans le reste du monde. Les camions de secours en cas d'accident sur les aéroports, les véhicules de ravitaillement en combustible pour aéronefs, les souffleuses à neige et les balayeuses de pistes pour les aéroports, les ambulances, les véhicules tous terrains et les motoneiges construits au Canada sont parmi les produits que l'on s'attend à voir maintenir leur position concurrentielle actuelle sur le plan international.

Les fabricants de véhicules militaires et de leur équipement, en général, ne sont pas compétitifs sur le marché international et vont continuer de dépendre de l'aide gouvernementale pour l'élaboration de nouveaux produits, pour leurs activités de commercialisation ainsi que pour leur R&D. Les camions militaires produits au Canada d'après plan s'inspirent d'une technologie périmée et l'industrie n'a obtenu qu'un succès mitigé dans ses tentatives de vendre ses véhicules sur le marché étranger.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

L'industrie déjà rationalisée des engins de transport hors route est compétitive sur les marchés d'exportation et on peut s'attendre grâce à l'assistance de la SEE à ce qu'elle obtienne de bons succès sur le plan international.

Préparé par : Direction générale du transport routier, maritime et ferroviaire  
Ministère de l'expansion industrielle régionale

  
Sous-ministre adjoint  
Biens d'équipement et biens industriels

Date : Le 29 avril 1986

**FICHE D'INFORMATION**

**SECTEUR : Véhicules à usages spéciaux et autres CTI : 3192, 3199, 3231, 3241, 3242, 3243, 3244, 3299 et 3251**  
**La CTI de 1980 a été utilisée**

**1. PRINCIPALES STATISTIQUES**

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Établissements	373	369	340	305	320	318	325
Emplois	16,500	15,525	13,930	10,745	13,500	13,900	14,650
Expéditions (millions de dollars) (volume, p. ex., tonnes le cas échéant)	1,550	1,512	1,535	1,259	1,550	1,850	1,980
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)							
Investissements (millions de dollars)							
Profits après impôt (millions de dollars) (% du revenu)							

**2. STATISTIQUES COMMERCIALES**

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Exportations (millions de dollars)	200	250	270	300	350	362	700*
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	1,350	1,262	1,265	959	1,200	1,488	1,280
Importations (millions de dollars)	250	190	180	180	175	160	160
Marché canadien (millions de dollars)	1,400	1,452	1,445	1,139	1,375	1,648	1,440
Exportations en % des expéditions	129	16	17.5	23.8	22.5	19.5	35
Importations en % du marché canadien	18.5	12.5	11.7	14.2	11.2	10.7	12.5
Part canadienne du marché international	1.0	1.0	1.0	1.5	1.5	2.0	2.2
Source des importations (4 principales)		É.-U.		C.E.E.		ASIE	AUTRES
	1981	95		--		--	5
	1982	95		--		--	5
	1983	95		--		--	5
	1984	95		--		--	5
Destination des exportations (4 principales)		É.-U.		C.E.E.		ASIE	AUTRES
	1981	80				15	5
	1982	80				15	5
	1983	80				15	5
	1984	75		2		10	13

**3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années**

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	2	29	32	24	12
Emplois - % du total	2	27	35	25	11
Expéditions - % du total	4	28	33	22	13

**4. PRINCIPALES ENTREPRISES**

Nom	Propriété	Emplacement des principales usines	Concentration (% du marché intérieur)
1. Euclid	États-Unis	Ontario	
2. Wabco	États-Unis	Ontario	
3. Westank-Willock	Canada	Saskatchewan	
4. Manac	Canada	Québec	
5. Canadian Foremost	Canada	Alberta	
6. Industries SMI	Canada	Nouveau-Brunswick/	
7. Bombardier Inc.	Canada	Québec	

\* Augmentation des ventes de véhicules militaires



MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

INDUSTRIE DU SCIAGE RÉSINEUX

1. STRUCTURE ET RENDEMENT

a) Structure

L'industrie du sciage résineux est l'un des principaux secteurs industriels du Canada au chapitre des ventes, des emplois et des revenus d'exportation. Le Canada est le principal exportateur de bois résineux du monde, ses exportations représentant environ 50 pour cent du commerce international et 15 pour cent de la production mondiale. La production de bois d'oeuvre a totalisé 52,6 millions de mètres cubes environ (22,3 milliards de pieds mesure de planche) en 1985, tandis que la valeur totale des expéditions s'élevait à 6,6 milliards de dollars dont 4,6 milliards étaient exportés. Les copeaux de bois à pâte, d'une valeur de 1,4 milliard de dollars en 1985, et d'autres sous-produits de résidus constituent une source importante de matière première pour d'autres industries fondées sur le bois. Le nombre d'emplois directs s'élevait à environ 56 000 personnes dans le secteur de la fabrication du bois d'oeuvre et à 35 000 dans les activités forestières connexes.

L'industrie du sciage résineux, qui se fonde sur une ressource renouvelable très importante, peut se diviser en deux grands secteurs; le secteur épinette-pin-sapin (ÉPS) qui s'étend de l'intérieur de la C.-B. à Terre-Neuve et représente quelque 73 pour cent de la production totale, et le secteur de la côte de la C.-B. comprenant les sous-secteurs pruche-sapin (P-S), pin Douglas-sapin (PS) et cèdre rouge de l'ouest (CRO) qui représentent respectivement 13, 6 et 6 pour cent de la production totale. Le pin de l'est, l'épinette Sitka de l'ouest et le cèdre jaune sont des sous-secteurs d'espèces spéciales qui comprennent les 2 pour cent restant. Environ 90 pour cent du bois résineux du Canada sont concentrés sur des terres provinciales.

A l'échelle régionale, la production se présente comme suit: C.-B. (66 pour cent), Québec (18 pour cent), Ontario (8 pour cent), Alberta (5 pour cent), Nouveau-Brunswick (2 pour cent). Les 2 pour cent restant sont produits dans les autres provinces et dans les territoires. Selon Statistique Canada, l'industrie canadienne est dispersée dans quelque 1 280 établissements. Ce chiffre ne comprend toutefois pas les nombreuses très petites scieries qui ne fonctionnent souvent que périodiquement et qui représentent ensemble environ 1 pour cent de la production totale du secteur du bois d'oeuvre.

Quelque 225 grosses sociétés exploitant environ 365 scieries fournissent plus de 95 pour cent de la production totale. Bien qu'environ 25 sociétés de produits forestiers intégrées sont à l'origine de plus de 50 pour cent de la production totale, aucune ne domine le marché. Les sociétés d'État provinciales sont propriétaires de 3 pour cent du secteur et le reste appartient à un grand nombre d'entreprises privées.

Relativement mineure quant au nombre d'entreprises, la propriété étrangère (principalement américaine) représente près du quart de la capacité de production et est surtout concentrée dans l'ouest du Canada.

Environ 75 pour cent des travailleurs de l'industrie affectés à la production sont syndiqués. Les conventions collectives sont plus fragmentées dans l'est que dans l'ouest, où les syndicats comptent généralement plus de membres.

L'industrie est très orientée vers l'exportation qui représente 68 pour cent de la valeur et 73 pour cent du volume de production. Les États-Unis, qui ont consommé environ 63 pour cent de la production totale en 1985, constituent notre principal marché d'exportation. Dix pour cent de la production ont été exportées vers des marchés d'outre-mer, notamment le Japon, la CEE (surtout le Royaume-Uni), le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord, l'Australie et la Chine. Au sein de la CEE, au Moyen-Orient et en

Afrique du Nord, les principaux concurrents des exportateurs canadiens sont la Scandinavie et l'URSS.

L'industrie canadienne alimente environ 95 pour cent du marché national, lequel consomme environ 27 pour cent de la production. Les importations de bois de résineux, évaluées à 113 millions de dollars en 1985, incluent des produits qui sont réexportés, principalement de la C.-B., et des espèces ne poussant pas au Canada utilisées pour le travail d'atelier. L'offre de bois est très élevée dans l'industrie en Amérique du Nord, et une concurrence acharnée devrait se poursuivre.

b) Rendement

Au cours des années 70, la production et la rationalisation des installations ont été considérables, et la compétitivité internationale s'est accrue. Durant cette décennie, le nombre d'unités de production consignées par Statistique Canada a baissé de 26 pour cent, reflétant une tendance vers de plus grosses scieries nécessitant plus de capitaux, tandis que la production augmentait de 60 pour cent et les exportations de 67 pour cent.

La forte demande de bois d'oeuvre du secteur résidentiel en Amérique du Nord et le progrès technologique qui a permis de traiter de façon économique des billes de petit diamètre à des taux d'alimentation linéaire élevés peuvent expliquer cette croissance rapide. L'importante expansion qui s'est produite, particulièrement à l'intérieur de la C.-B. et au Québec, a été favorisée également par l'intégration avec le secteur des pâtes et papiers, qui a fourni une source de plus en plus importante de revenus grâce aux sous-produits de copeaux de bois à pâte.

En 1981 et en 1982, l'industrie de toutes les régions a connu la plus forte récession en 40 ans. Elle a accusé des pertes importantes, et l'endettement s'est grandement accru. Le ratio d'endettement à long terme des industries du bois (environ 70 pour cent pour l'industrie du sciage résineux) est passé de 0,46 en 1980 à 1,16 en 1984, pour baisser à 0,91 en 1985. Entre 1981 et 1985, l'activité commerciale a été intense en Amérique du Nord, et les prix ont baissé en raison de l'abondance de l'offre. La valeur élevée des dollars canadien et américain relativement à d'autres devises étrangères a mené à une perte de compétitivité sur les marchés d'outre-mer et à une augmentation de l'offre sur les marchés nord-américains. Depuis cinq ans, de nombreuses entreprises canadiennes font face à une situation financière précaire, et leurs résultats d'exploitation sont généralement insatisfaisants.

La situation difficile du marché et les mauvais résultats d'exploitation, n'encouragent pas l'investissement. L'examen des investissements de sociétés dans les industries du bois révèle que les investissements de capitaux ont chuté de 53 pour cent entre 1980 et 1983 et demeuraient, en 1985, inférieurs de 32 pour cent aux niveaux de 1980. Bien que les dépenses en matière de réparation soient revenues à des niveaux plus normaux depuis 1983, l'enquête sur les intentions d'immobilisation pour 1986 indique que les dépenses en capital demeureront vraisemblablement inférieures de 28 pour cent à celles de 1980.

En 1983, la demande a repris et la production de bois d'oeuvre a une fois de plus atteint un niveau élevé. De nouveaux records ont été établis en 1984 et en 1985. En 1985, la production était de 24 pour cent plus élevée qu'en 1980, tandis que le nombre d'emplois baissait d'environ 7 000, ce qui indique une augmentation marquée de la productivité. L'utilisation de la capacité est passée, entre 1982 et 1985, de 68 à 90 pour cent. En raison de l'important avantage concurrentiel conféré par la valeur relativement faible du dollar canadien par rapport au dollar américain, l'industrie nationale a pu grandement augmenter les exportations vers les États-Unis. En outre, vu l'affaiblissement récent du dollar canadien par rapport à d'autres devises étrangères, notre compétitivité s'est accrue sur la plupart des marchés d'outre-mer et les prix ont augmenté au cours

du premier trimestre de 1986. Les résultats financiers ont également commencé à s'améliorer.

### 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

#### a) Structure

L'échelle des activités de fabrication du secteur du bois d'oeuvre se compare en général favorablement avec celle des autres pays producteurs. L'importance économique des usines varie grandement; elle est régie par la disponibilité des billes, les caractéristiques et l'emplacement des matières premières, ainsi que par la demande régionale de copeaux de bois à pâte. En général, les scieries dont la capacité annuelle est supérieure à 50 000 m<sup>3</sup> sont plus efficaces que les usines plus petites. Il existe au Canada environ 325 usines ayant au moins cette capacité. Bien que ces usines constituent un pourcentage relativement minime du nombre total d'usines, elles représentent environ 95 pour cent de la capacité totale estimative de l'industrie.

Les nombreuses petites scieries ont une incidence limitée sur la capacité totale du secteur mais peuvent traiter des produits qui n'intéressent pas les plus grosses sociétés. Elles produisent souvent des produits spéciaux ou desservent des marchés régionaux et fournissent souvent des emplois dans des collectivités dépendant d'une seule industrie.

On considère généralement que leur gestion est efficace et qu'elles font preuve d'esprit d'entreprise. La plupart des petites scieries se trouvent dans le centre et dans l'est du Canada. Une rationalisation plus poussée continuera vraisemblablement de se produire dans toutes les régions, mais principalement dans le centre et dans l'est.

L'industrie profite de la proximité du marché américain qui consomme plus de 60 pour cent de la production de bois de sciage résineux canadien. Toutefois, ce marché dépend fortement des activités de construction résidentielle en Amérique du Nord, lesquelles ont tendance à être très cycliques. On exporte surtout vers les États-Unis du bois d'oeuvre de charpente de taille standard, fabriqué dans des usines d'EPS très productives de l'intérieur de la C.-B. et de l'est des Rocheuses. Les coûts du bois et les coûts de fabrication sont relativement élevés sur la côte de la C.-B., et cette région est généralement moins concurrentielle sur les marchés nord-américains en ce qui concerne le bois d'oeuvre de charpente.

Au chapitre des coûts, l'industrie canadienne est généralement concurrentielle par rapport aux marchés du nord et de l'est des États-Unis. L'avantage concurrentiel conféré par le taux de change favorable a également contribué à permettre aux producteurs canadiens de pénétrer des marchés plus éloignés. Selon le récent rapport d'enquête effectué en vertu de l'article 332 de la U.S. Tariff Act par la U.S. International Trade Commission (U.S.I.T.C.), la productivité des scieries canadiennes est légèrement supérieure à celle des scieries américaines. Si la région productrice du sud des États-Unis poursuivra vraisemblablement une concurrence acharnée vu sa proximité des économies régionales à forte croissance des États-Unis, le bois d'oeuvre d'EPS est souvent préféré au pin jaune du sud pour la construction résidentielle. En outre, l'augmentation future de la production dans le sud pourrait être limitée par des problèmes d'approvisionnement à la suite d'utilisations plus intéressantes des forêts.

Les coûts de transport sont un facteur important car les producteurs canadiens se trouvent généralement plus loin que leurs concurrents des principaux marchés d'exportation. Toutefois, en raison de la Loi Jones des États-Unis, les expéditeurs de bois de sciage résineux de la C.-B. peuvent avoir recours à des transporteurs maritimes étrangers jusqu'à la côte est des États-Unis à un coût inférieur à celui assumé par leurs concurrents des régions du nord-ouest du Pacifique. En outre, un réseau

bien développé de centres de distribution et d'installations de rechargement, de même que des tarifs de transport terrestre concurrentiels, ont permis aux producteurs canadiens de bois de sciage résineux de pénétrer avec succès la plupart des régions des États-Unis. Des envois spéciaux avec affrètement de navires à long terme ont permis de pénétrer des marchés d'outre-mer.

Les coûts du bois livré à l'usine sont considérés comme généralement concurrentiels par rapport à ceux des États-Unis et de la Scandinavie, bien que les producteurs de cette dernière région tendent à réaliser un rendement supérieur. Toutefois, en raison de la diminution du diamètre des billes et de l'augmentation des distances entre le lieu d'exploitation et l'usine, le coût du bois canadien tend à augmenter.

A l'échelle nationale, le rythme soutenable de l'exploitation forestière est jugé suffisant pour maintenir le niveau actuel de production de bois d'oeuvre. Une certaine augmentation pourrait être possible pour les sous-secteurs de l'EPS à l'intérieur de la C.-B. et en Alberta, mais le potentiel d'augmentation des autres régions semble plus limité. Toutefois, l'industrie de plusieurs régions du Canada est exploitée à la limite maximale des approvisionnements en bois économiques.

Le vaste secteur de l'EPS est limité au chapitre de la diversification des produits pour la construction, à cause des caractéristiques des espèces et du fort pourcentage de bois d'oeuvre étroit et court. Une amélioration du produit au moyen du collage de bouts de bois pourrait fournir quelques débouchés. Les sous-secteurs de la côte de la C.-B. possèdent plusieurs espèces précieuses qui se prêtent à la production de coupes de valeur plus élevée et présentent du potentiel au chapitre de l'amélioration des produits.

### b) Facteurs liés au commerce

En général, les Commissions nationales du tarif et les rapports entre les taux de change constituent une plus grande préoccupation que les tarifs. Les exceptions sont le tarif de 8 pour cent (1<sup>er</sup> avril 1987) sur le bois blanc raboté (EPS) au Japon, le tarif de 4 pour cent imposé par la CEE sur le bois d'oeuvre de charpente standard, le tarif de 20 pour cent en Corée et les tarifs importants sur le bois de charpente en Australie.

Voici les facteurs clés régissant le commerce du bois de sciage résineux avec les États-Unis:

- L'industrie considère que les États-Unis et le Canada forment un marché commun en franchise pour la plupart des tailles et des catégories de bois de sciage résineux. L'industrie canadienne occupe aux États-Unis une bonne position au chapitre de la concurrence, favorisée par un taux de change avantageux. Le dernier rapport de l'U.S.I.T.C. révèle que les coûts du bois et de la main-d'oeuvre sont généralement inférieurs au Canada, que nos usines sont un peu plus productives et que le coût moyen de fabrication de bois d'oeuvre au Canada est inférieur de 8 \$ US par mille pieds mesure de planche à celui des États-Unis, ce qui représente un écart d'environ 5 pour cent.
- Les exportateurs de bois de sciage résineux font face à d'importantes pressions protectionnistes de la part de l'industrie américaine.

Bien que l'industrie canadienne ait réussi à se défendre lors de l'enquête sur les droits compensatoires en 1983, l'industrie américaine a continué de chercher des moyens de limiter les importations de bois d'oeuvre du Canada. Une deuxième enquête a été menée en 1985 en vertu de l'article 332 de la U.S. Tariff Act. Bien que le rapport de l'U.S.I.T.C. ne semble pas fournir de base qui permettrait de modifier les résultats antérieurs, de fortes pressions protectionnistes se sont poursuivies et le 19 mai 1986,

une nouvelle requête de droits compensatoires a été soumise puis acceptée par le U.S. Department of Commerce le 6 juin 1986. Les importations en provenance du Canada s'élèvent actuellement à 3,7 milliards de dollars.

- On est en train de mettre au point de nouvelles normes américaines sur la résistance et le rendement matériel du bois d'oeuvre.

Le projet d'essai de classement par résistance de l'industrie canadienne est coordonné avec des travaux semblables effectués aux États-Unis et devrait permettre au bois d'oeuvre canadien de satisfaire aux nouvelles normes lorsqu'elles seront adoptées.

Dans les pays de la CEE, les principaux facteurs ayant une incidence sur le commerce du bois de sciage résineux incluent: des droits de 4 pour cent sur le bois d'oeuvre raboté (CLS), tandis que les pays faisant partie de l'Association européenne de libre échange bénéficient d'un accès en franchise; la nécessité d'améliorer l'acceptation officielle dans les codes de construction et à l'égard des normes de produits européens; quelques règlements d'importation phytosanitaires; la possibilité d'accélérer l'exploitation dans les forêts de quelques pays de la CEE endommagés par les pluies acides.

Les questions clés relatives au commerce du bois de construction avec le Japon incluent: le tarif de 8 pour cent (1<sup>er</sup> avril 1987) sur les importations de bois blanc raboté (EPS); le fait que le code de construction japonais n'accepte pas la construction à charpente de bois pour les immeubles de rapport de trois étages.

#### c) Facteurs technologiques

Au cours des années 70, l'industrie canadienne s'est acquise une réputation internationale au chapitre du développement technologique grâce à la transformation à vitesse élevée de billes de petit diamètre, procédé qui a permis d'accroître la production et d'augmenter la productivité. Plus récemment, le progrès technologique a eu tendance à se déplacer vers l'industrie scandinave où un matériel de transformation de pointe, appuyé par la micro-électronique, est davantage utilisé qu'au Canada et aux États-Unis pour maximiser le rendement du bois d'oeuvre et la valeur du produit. Bien que les industries canadienne et américaine soient semblables, la productivité des scieries canadiennes est quelque peu supérieure.

A l'heure actuelle, l'industrie adapte la technologie existante vu l'augmentation des coûts du bois et l'intense concurrence. L'accent est placé sur l'optimisation du rendement et de la valeur du produit plutôt que sur une augmentation de la productivité, comme dans le passé. Il y a également beaucoup de possibilités pour atteindre un plus haut degré d'autosuffisance en matière d'énergie au sein de l'industrie.

L'industrie n'est pas limitée par la disponibilité de la technologie mais plutôt par sa capacité financière d'investir dans le matériel et les systèmes les plus modernes.

#### d) Autres facteurs

La situation économique de l'industrie canadienne du bois de sciage résineux est principalement régie par l'offre et la demande extérieure, car environ 73 pour cent de la production totale est exportée. Le secteur domiciliaire nord-américain, sensible aux changements des taux d'intérêt et à tendance cyclique, constitue le principal débouché du bois d'oeuvre.

### 3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Le gouvernement fédéral a consenti une aide financière au secteur du bois de sciage résineux en vertu de divers programmes, notamment les PARI, PEE, PDIR, PDME, PCEMO, PRERIF et RERIF.

Le Programme coopératif d'expansion des marchés d'outre-mer (PCEMO) a été créé il y a plusieurs années pour diversifier le marché de l'industrie des produits du bois de la C.-B. en développant les marchés outre-mer. Le PCEMO est financé conjointement par le gouvernement fédéral, le gouvernement de la C.-B. et l'industrie des produits du bois de la province. Une entente tripartite a été conclue en 1985 en vue de lancer un programme quinquennal semblable pour l'industrie québécoise. Le développement des marchés outre-mer devrait continuer d'être un stimulant important pour l'industrie.

Le Conseil consultatif du secteur forestier (CCSF) fournit des données sur une gamme de questions en matière d'élaboration de politiques. Le Comité fédéral-provincial d'expansion de l'industrie forestière (CEIF) se réunit deux fois par année pour discuter, au niveau fédéral et provincial, de questions stratégiques liées à l'industrie forestière.

#### 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Les prévisions du secteur privé révèlent une augmentation annuelle moyenne de la demande de bois de construction en Amérique du Nord d'environ 1,5 pour cent jusqu'en 1990, ce qui signifie que de nouvelles activités de construction domiciliaire sont prévues. Selon ces prévisions, les mises en chantier domiciliaire demeureront élevées en 1986, 1987 et 1988 tant aux États-Unis qu'au Canada. La consommation américaine doit atteindre un sommet en 1988 et retomber au niveau de 1983, en 1990. Les prévisions au-delà de 1990 révèlent un taux de croissance plus lent qu'au cours des années 1980, les facteurs démographiques indiquant un ralentissement de la demande de logements.

Bien que le bois de sciage résineux doive demeurer concurrentiel au chapitre des coûts relativement à d'autres matériaux de construction, l'augmentation additionnelle de la demande dépendra vraisemblablement de la mise au point de nouveaux produits semblant offrir du potentiel pour la construction industrielle et non résidentielle. Il existe également un certain potentiel au chapitre du remplacement des importations.

Aucun changement important des tendances actuelles n'est prévu sur les principaux marchés américains et d'outre-mer. La Chine et la Corée possèdent un bon potentiel en ce qui concerne l'accroissement des exportations. Le développement plus poussé des marchés d'outre-mer traditionnels et la pénétration de nouveaux marchés devraient se poursuivre et constituer d'importants objectifs de l'industrie.

Les paramètres régissant l'approvisionnement en ressources se modifient et les coûts du bois augmentent. Par conséquent, l'industrie doit constamment s'adapter et moderniser ses installations de production afin d'obtenir un meilleur rendement et d'accroître la valeur de son produit. Un potentiel d'approvisionnement accru sera réalisé grâce à un meilleur rendement du bois et à l'utilisation de ressources moins intéressantes sur le plan économique. Les investissements dans de l'équipement et des procédés de pointe auront toutefois lieu à un rythme plus lent qu'au cours des années 70, en raison de restrictions financières. Une intégration additionnelle avec le secteur des pâtes et papiers et d'autres secteurs des produits du bois se produira vraisemblablement en vue de réaliser davantage d'économies grâce à une meilleure utilisation des matériaux.

Il est prévu que les activités de recherche et l'application de nouvelles technologies se poursuivent. Il est également probable que le niveau d'autosuffisance énergétique de l'industrie continuera de croître en raison de l'utilisation accrue des déchets des scieries et des forêts. A long terme, une nouvelle génération de produits pour charpentes faits à partir de bois reconstitué et utilisant de nouvelles techniques de fabrication pourrait remplacer, dans une certaine mesure, les sciages. De plus, les résultats finals des projets d'essai de classement par résistance, effectués aux États-Unis et au Canada, pourraient avoir une portée considérable sur la conception des charpentes utilisant le bois d'oeuvre dans le secteur résidentiel.

5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Bien que les positions de la concurrence varient, les coûts de livraison que doivent assumer les producteurs de bois de charpente d'EPS de la plupart des provinces sont concurrentiels sur la majorité des marchés américains. Le bois de construction d'EPS est souvent préféré au pin jaune du sud pour la construction résidentielle, même dans le sud des États-Unis. Les régions qui produisent ce bois assument généralement des coûts de fabrication concurrentiels et sont hautement spécialisées dans la production de catégories de bois de charpente standards. Sauf pour les producteurs de l'ouest du Canada, le pourcentage de production de ce secteur tend à être plus élevé dans le bois étroit et court. En raison de ce facteur et des caractéristiques du matériau, les possibilités de diversifier et d'améliorer le produit ont tendance à être limitées.

Sur les marchés outre-mer du bois de charpente, les producteurs d'EPS sont généralement concurrentiels mais font face à des obstacles tarifaires et non tarifaires, par exemple le fait que les tailles et les catégories canadiennes ne sont pas pleinement acceptées dans les codes de construction.

Comme elle possède des espèces de bois précieux, l'industrie du bois de construction de la côte de la C.-B. est concurrentielle dans certaines régions des États-Unis et sur les marchés d'outre-mer tels que la CEE et le Japon pour les produits de valeur plus élevée et pour certaines catégories de bois remanufacturés. La région profite de coûts de transport par eau concurrentiels vers la côte est des États-Unis et les marchés d'outre-mer. Bien que la majorité des usines de la côte de la C.-B. produisent également du bois de charpente normalisé, elles sont généralement moins concurrentielles que les producteurs d'EPS dans ces catégories. Il existe un potentiel considérable d'amélioration du produit dans les sous-secteurs de la côte de la C.-B.

Préparé par: Direction générale de la  
transformation des richesses naturelles  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed by  
Original signé par  
D. P. DEMELTO

*pour*  
\_\_\_\_\_  
Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

Date: 9 juin 1986

# DRAFT - PROJET

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 2 -

### 3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Etablissements - % du total	19	31	18	6	26
Emplois - % du total	4	22	10	7	57
Expéditions - % du total	3	18	7	6	66

### 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
1. Canfor Corp., Vancouver (C.-B.)	Publique	C.-B., Alberta
2. B.C. Forest Products Ltd., Vancouver (C.-B.)	Publique	C.-B., Alberta
3. MacMillan Bloedel Ltd., Vancouver (C.-B.)	Publique	Colombie-Britannique
4. Noranda Forest Sales Inc., Toronto (Ontario)	Publique	Colombie-Britannique
5. Normick Perron Inc., La Sarre (Québec)	Publique	Québec, Ontario
6. Rexfor, Québec (Québec)	Provinciale	Québec
7. J.D. Irving Ltd., St. John (N.-B.)	Privée	Nouveau-Brunswick

CTI : 2512 : L'industrie du bois de sciage résineux et des ateliers de rabotage inclut également les résidus du bois tels : les copeaux de bois, la sciure et les rognures, les dosses et les déchets de bois. Les copeaux sont considérés comme un sous-produit important, et des statistiques notamment sur la valeur des expéditions figurent séparément pour les déchets. Les autres sous-produits sont beaucoup moins importants.

# DATA - PROJET

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

## FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR : BOIS RÉSINEUX

CTI: 2512

### 1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements (e)	1 519	1 317	1 313	1 230	1 290	1 280	1 280
Emplois (e)	60 000	63 000	60 000	50 000	55 000	55 000	56 000
Expéditions (millions de dollars) (e)	2 327	4 794	4 621	4 033	5 504	5 900	6 600
(Bois de résineux)	2 127	3 894	3 521	3 033	4 504	4 800	5 200
(Déchets)	200	900	1 100	1 000	1 000	1 100	1 400
**Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	449	603	554	498	625	645	n.d.
*Investissements (millions de dollars)	277	544	509	336	391	473	462
***Profit après impôt (millions de dollars)	187	133	-28	-165	83	n.d.	n.d.
(% du revenu)	9,0	3,3	-0,8	-4,8	1,9	n.d.	n.d.

Les chiffres indiqués représentent les pourcentages des données statistiques sur les scieries et les usines de rabotage \*90 %, \*\*80 %, \*\*\*100 %.

(e) estimation

Établissements : Il convient de souligner que l'inclusion de très petites entreprises doublerait le nombre des établissements.

### 2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de dollars)	1 574	3 353	3 011	2 945	3 984	4 264	4 603
Expéditions canadiennes (millions de dollars) (e)	753	1 441	1 610	1 088	1 520	1 636	1 997
Importations (millions de dollars)	60	108	130	72	123	108	113
Marché canadien (millions de dollars) (e)	813	1 549	1 740	1 160	1 643	1 744	2 110
Exportations en % des expéditions (vol.)	69	67	70	75	72	76	73
Importations en % du marché canadien (vol.)	6	5	6	5	6	5	5
Part canadienne du marché international	38	46	47	46	50	n.d.	n.d.
Source des importations (4 principales)		<u>E.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>		
1982	99	-	-	-	1		
1983	99	1	-	-	-		
1984	99	-	-	-	1		
1985	99	-	-	-	1		
Destination des exportations (4 principales)		<u>E.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>		
1982	77	8	10	5			
1983	83	5	7	5			
1984	84	5	7	4			
1985	87	3	7	3			

(e) estimation

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

#### BARDEAUX DE BOIS

##### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

###### a) Structure

Les bardeaux sont des produits de première catégorie servant à couvrir les toits et les murs de maisons et qui sont généralement choisis pour leur aspect attrayant et leur longue durée de vie prévue. On distingue les bardeaux qui proviennent du sciage de grumes, et les planchettes refendues; on obtient ces dernières en fendant d'abord les grumes en planches très courtes (18 ou 24 pouces de longueur) puis en sciant ces planchettes en diagonale pour obtenir des bardeaux en biseau qui ont chacun une surface lisse.

En 1985, près de 3 800 travailleurs oeuvrant dans environ 250 usines ont expédié des bardeaux d'une valeur de 107 millions de dollars et des planchettes refendues d'une valeur de 166 millions de dollars, pour un total de 273 millions de dollars, soit environ 2,5 p. 100 des expéditions de l'industrie du bois. La valeur des exportations s'élevait à 257 millions de dollars, dont 254 millions de dollars étaient destinés aux États-Unis.

La Colombie-Britannique détient près de 90 p. 100 de l'industrie canadienne combinée des bardeaux et planchettes refendues, représentant environ 75 p. 100 de la production nationale de bardeaux et 100 p. 100 de celle des planchettes refendues. En 1985, la Colombie-Britannique a exporté près de 94 p. 100 de sa production vers les États-Unis. La Californie constitue le plus grand marché pour les producteurs de planchettes refendues de la Colombie-Britannique; cet état a importé des planchettes pour une valeur de 42,3 millions de dollars et des bardeaux pour une valeur de 1,9 million de dollars en 1984. Le plus grand marché des bardeaux de la C.-B. est le Texas et l'Oklahoma, qui ont importé des bardeaux pour une valeur de 23,0 millions de dollars et des planchettes refendues pour une valeur de 9,5 millions de dollars. Les états de Washington et de l'Oregon constituent également d'importants débouchés; leurs importations de bardeaux et de planchettes refendues ont atteint 16,3 et 42,1 millions de dollars respectivement. Certaines quantités de bardeaux destinées aux états de Washington et de l'Oregon ont été traitées avec un agent ignifuge, avant d'être expédiées vers d'autres marchés, tels que le Texas et la Californie. En somme, ces marchés de l'ouest des É.-U. représentaient 53 p. 100 des exportations de la C.-B. de 1984 vers les É.-U. La Colombie-Britannique a également desservi d'importants marchés situés dans le nord-est et le sud-est des É.-U. A peine 1 p. 100 de la production de la Colombie-Britannique est expédié à l'extérieur du continent.

Au cours des années 70 et 80, l'industrie de la C.-B. a subi un changement structurel important : on assistait au démarrage de nombreuses petites usines alors que plusieurs grandes entreprises fermaient leurs portes. La production est très orientée sur la main-d'oeuvre et a peu de chance de jouir d'économies d'échelle. La création de plusieurs petites usines a été favorisée par de faibles coûts d'immobilisations et un approvisionnement facile en matières premières. La production est distribuée par l'entremise de plusieurs courtiers et grossistes, dans un marché libre, où l'usine ayant les coûts les plus bas est favorisée sur le plan de la concurrence.

La production du Québec et du Nouveau-Brunswick ne représente que 6 et 4 p. 100 respectivement de la production canadienne. L'industrie canadienne de l'est utilise surtout le thuya de l'est (cèdre blanc), plus petit que le thuya géant (cèdre de l'ouest), utilisé en Colombie-Britannique. Environ 85 p. 100 de la production canadienne de l'est sont expédiés aux marchés voisins du nord-est des É.-U., où ces produits servent principalement pour le revêtement de murs, et non pour les toits, comme c'est le cas des bardeaux de cèdre de l'ouest. Moins de 1 p. 100 de la production est destiné hors du continent.

b) Rendement

Entre 1973 et 1985, la production canadienne de **bardeaux** et de **planchettes** a augmenté d'environ 70 p. 100 en volume, pour atteindre 5 millions de toises. Cette augmentation était presque exclusivement attribuable à la production de **planchettes** refendues de cèdre de l'ouest qui s'est accrue de 200 p. 100, passant de 990 000 toises en 1973 à environ 2,95 millions de toises en 1985. La fabrication des **bardeaux** de cèdre de l'ouest de la C.-B. diminuait légèrement de 6 p. 100, passant de 1,6 à 1,5 million de toises, pendant la même période. Dans l'est du Canada la production de **bardeaux** de cèdre blanc a augmenté de 50 p. 100, passant de 350 000 toises en 1973 à 530 000 en 1985. Quoique nous ne possédions pas de données sur la production de **bardeaux** aux É.-U. avant 1978, cette production a chuté de 1978 à 1984 d'environ 49 p. 100 ou 2,3 millions de toises, alors que celle du Canada augmentait d'environ 27 p. 100, ou environ 1 million de toises. La consommation apparente aux É.-U. a diminué d'environ 19 p. 100 entre 1978 et 1984. Les fournisseurs canadiens ont approvisionné environ 70 p. 100 du marché des bardeaux et des planchettes refendues aux États-Unis en 1985.

Le rendement financier de l'industrie canadienne est extrêmement difficile à évaluer avec précision, car il s'agit surtout de petites entreprises privées qui ne publient aucun rapport financier. Statistique Canada ne publie pas de données distinctes pour l'industrie des bardeaux, laquelle est comprise sous la rubrique "Industries du bois". En général, cette industrie semble réussir assez bien si l'on considère la prolifération de petites usines depuis quelques années. Cependant, les grandes entreprises de bardeaux ont affronté une concurrence très serrée et plusieurs ont dû fermer de manière permanente. Depuis 1972, six des neufs grandes usines ont fermé, et une septième a cessé sa production récemment.

2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

a) Facteurs structurels

Le Canada est le plus grand fabricant de bardeaux et planchettes de bois au monde. Les usines canadiennes et américaines sont très différentes, sur le plan de la dimension et de l'emploi (de quelques employés à plus de 70). D'une manière générale, il semble que les usines canadiennes soient, en moyenne, un peu plus grandes que celles des É.-U., traduisant peut-être un accès à de plus importantes richesses qu'aux É.-U.

Le coût du bois représente plus de 40 p. 100 du coût de la production. L'industrie nord-américaine compte énormément sur le cèdre de l'ouest comme source principale de matière première. Environ 80 p. 100 du cèdre de l'ouest en Amérique du Nord se trouvent en Colombie-Britannique, ce qui donne à la province un avantage comparatif. Dans l'est du Canada, l'industrie emploie surtout le cèdre blanc comme matière première, qui est abondant mais qui présente évidemment une couleur différente à celle du cèdre rouge de l'ouest. Aux É.-U., où plus de 93 p. 100 de la production canadienne est vendue, l'industrie affronte de sérieux problèmes concernant la quantité et la qualité de sa matière première, le cèdre de l'ouest. Les bardeaux et les planchettes de fabrication canadienne sont souvent de meilleure qualité et se vendent ainsi à des prix plus élevés que ceux fabriqués aux É.-U. Il s'agit donc de différences sur le plan des ressources.

Les producteurs canadiens disposent d'une main-d'oeuvre abondante. La formation d'un scieur de bardeaux ou de planchettes refendues est relativement rapide. Le salaire du travail à la pièce ou le taux salarial est suffisamment élevé pour attirer la main-d'oeuvre compétente.

Tant les industries des É.-U. que celles de la C.-B. sont loin de leurs principaux marchés situés au Texas et en Californie. Près du 2/3 des exportations vers les États-Unis sont effectuées par camion. Dans certains cas, les camions transportent des fruits et légumes en Colombie-Britannique, et à leur retour des bardeaux aux É.-U. ce qui allège un peu les frais de transport.

Les fabricants de tuiles en béton et de bardeaux d'asphalte ont introduit de nouveaux produits qui imitent l'apparence des bardeaux de cèdre. La résistance inhérente aux incendies de ces produits et, dans plusieurs cas, leurs coûts inférieurs, ont donné lieu à une concurrence accrue pour les producteurs de bardeaux et planchettes de bois au Canada.

b) Facteurs liés au commerce

Suite à une pétition de l'industrie des bardeaux de cèdre des É.-U. en vue d'obtenir une protection contre les importations, et suite à une enquête par l'International Trade Commission des É.-U., le président des États-Unis a imposé un tarif douanier de 35 p. 100 sur les importations de bardeaux de cèdre de l'ouest, qui est entré en vigueur le 6 juin 1986 pour 30 mois. Le tarif passera ensuite à 20 p. 100 au cours des 24 prochains mois, et à 8 p. 100 pour les six derniers mois.

Après cette période de 5 ans, le tarif devrait tomber à zéro. Le cèdre de l'ouest croît en Colombie-Britannique et dans le nord-ouest des États-Unis. Ce tarif ne s'applique pas aux bardeaux de cèdre blanc en provenance de l'est du Canada.

Dans certaines villes américaines, particulièrement au Texas et en Californie, l'emploi de toitures de bois a été restreint en raison du danger d'incendie. De plus en plus de collectivités adoptent des restrictions semblables. Il en résulte une augmentation des coûts pour produire et installer des bardeaux de bois traités avec un agent ignifuge, ce qui donne un avantage prix aux autres recouvrements de toits.

En Grande-Bretagne, le marché des toitures en bardeaux est restreint par le code du bâtiment. Dans d'autres pays de la CÉE, les codes du bâtiment et la réglementation en matière d'incendie ne touchent pas l'emploi des bardeaux. En Australie, le marché est limité par des restrictions de divers codes, tandis que la Nouvelle-Zélande est le seul pays où les importations de bardeaux et de planchettes refendues peuvent être assujetties à un droit de douane qui est appliqué lorsque les importations totales dépassent une valeur donnée.

c) Facteurs technologiques

L'industrie du bardeau a développé sa technique de production au cours des années 20, et y a apporté très peu de changements depuis. Inchangée pendant plusieurs années, la technique de production des planchettes refendues s'est modifiée récemment, avec l'introduction de fendoirs hydrauliques et de guides-dédoublers automatiques. L'implantation de cette nouvelle technologie s'est faite plus vite au Canada qu'aux États-Unis.

La recherche portant sur les agents ignifuges pour l'extérieur et les préservatifs du bois sera importante pour l'industrie qui tente de conserver sa part du marché devant les matériaux concurrentiels. C'est surtout l'industrie des produits chimiques qui réalise ces recherches plutôt que l'industrie des bardeaux.

Quoique la plus grande partie de la production est expédiée en paquets de bois vert attachés, certains producteurs canadiens ont mis au point des produits plus avancés, notamment les bardeaux séchés au séchoir, poncés ou cannelés avant d'être enduits d'une couche de peinture de fond et empaquetés dans des boîtes.

d) Autres facteurs

Plusieurs pays fabriquent des bardeaux et des planchettes refendues. Ces produits sont, toutefois, surtout associés à la fourniture d'habitations à normes minimales dans des régions rurales; les résidences plus luxueuses sont ordinairement construites de béton. Par conséquent, l'acceptation des bardeaux canadiens comme produit de luxe dans certains pays industrialisés et en voie de développement est très limitée. Sur d'autres marchés où il serait possible d'augmenter les ventes, il faudrait un programme très important de promotion pour mieux faire connaître le produit auprès des architectes, des constructeurs et des consommateurs.

**3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX**

Une variété de programmes fédéraux, tel que le Programme de développement industriel et régional, offrent de l'aide financière à cette industrie. Les politiques provinciales sur la maximisation du rendement d'une ressource demandent, en général, la coupe de billots de cèdre de l'ouest de qualité inférieure qui peuvent ensuite être transformés par les producteurs de bardeaux. L'industrie a ainsi un excellent approvisionnement de matières premières.

Le Conseil consultatif du secteur forestier (CCSF) fournit au gouvernement fédéral des informations sur plusieurs questions en vue de l'élaboration de politiques. Le Comité fédéral-provincial d'expansion de l'industrie forestière (CEIF) se rencontre deux fois l'an afin d'examiner les questions et les programmes de politique qui se rapportent à l'industrie forestière, aux niveaux des gouvernements fédéral et provinciaux.

**4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT**

Pendant la période d'ajustement au nouveau tarif de 35 p. 100 sur les exportations de bardeaux de cèdre de l'ouest vers les É.-U., les marchés devraient se tourner davantage vers la production américaine. Toutefois, puisque le gouvernement américain sait pertinemment que les réserves en cèdre de l'ouest ne dépassent pas 20 ans et que l'offre répond très mal aux augmentations de prix, les producteurs américains qui peuvent augmenter leur production sont plutôt rares. La fabrication d'autres produits, comme les recouvrements de toits à base de fibre de verre ayant l'apparence du cèdre, pourraient cependant augmenter leur part du marché.

On s'attend que la tendance à limiter l'emploi de bardeaux de bois dans la toiture de résidences, à cause des dangers d'incendie, va continuer.

Étant donné que la matière première optimale est le cèdre de l'ouest âgé de 200 à 300 ans, cette industrie utilise une richesse essentiellement non renouvelable. L'industrie de la C.-B. dépend maintenant en partie de la récupération de cèdres mûrs de pauvre qualité qui ont échappés aux coupes antérieures parce que la demande était alors très faible pour cette qualité inférieure du bois. A très long terme (plus de 50 ans), la récupération de ces arbres de qualité inférieure et la récolte des peuplements mûrs de cèdres exploitables au point de vue économique, auront eu lieu et l'industrie devra s'ajuster à une réserve de bois mûr considérablement amoindrie. C'est la situation à laquelle fait actuellement face l'industrie américaine.

Il est compris qu'il existe suffisamment de ressources pour permettre un développement restreint de l'industrie située dans l'est du Canada.

**5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ**

L'entrée en vigueur le 6 juin 1986, du tarif de 35 p. 100 sur les importations de bardeaux de cèdre de l'ouest aux États-Unis, pour une durée de 30 mois, a touché la position concurrentielle des producteurs canadiens par rapport à leurs homologues américains. Le prix plus élevé du bardeau de cèdre, attribuable à ce tarif, donnera aux producteurs américains de bardeaux de cèdre et de produits concurrentiels (par exemple, les produits de fibre de verre, de béton, d'aluminium) l'occasion d'accroître leur part du marché des toitures et des revêtements de mur extérieurs. Il ne faut pas oublier que l'offre de cèdre de l'ouest des États-Unis est très rigide et qu'en conséquence les approvisionnements canadiens seront sans doute nécessaires, même avec le tarif de 35 p. 100. Ce dernier devrait passer à zéro en 1991.

Étant donné que le tarif américain ne s'applique pas aux bardeaux de cèdre blanc, cette industrie pourrait tirer certains avantages de la situation. Toutefois, les bardeaux de cèdre blanc servent principalement comme revêtement de murs et ne font pas vraiment concurrence aux produits de cèdre de l'ouest en ce qui concerne les marchés importants des toitures. On prévoit que l'industrie de l'est du Canada continuera à dominer les marchés du bardeau de cèdre blanc.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 5 -

Au cours des dix prochaines années, les marchés américains devraient devenir beaucoup plus concurrentiels à mesure que plus de juridictions incluront des normes dans le code du bâtiment exigeant le traitement des bardeaux par un agent ignifuge. Les procédés actuels de traitement des bardeaux pour en réduire l'inflammabilité font grimper les coûts du produit fini, et donnent un avantage concurrentiel aux matériaux de remplacement.

A ce jour, les marchés d'outre-mer n'utilisent pas beaucoup ce produit. Ceci provient, du moins en partie, de facteurs tels que les restrictions dans le code du bâtiment et la préférence des architectes et des constructeurs à utiliser des matériaux de toiture traditionnels.

Il faut remarquer que les statistiques précises et les rapports publiés concernant cette industrie ne sont pas généralement disponibles et que la base de ce profil de compétitivité est tirée des renseignements obtenus d'une multitude de sources; il a fallu faire preuve de beaucoup de discernement.

Préparé par: Direction de la transformation des richesses naturelles  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed By  
R. H. McGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation  
des richesses naturelles

Date: 25 juin 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR : SECTEUR DES BARDEAUX DE BOIS

CTI : 2511 \*

1. PRINCIPALES STATISTIQUES	1973	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Établissements	130	210	230	200	240	250	250
Emplois	2 300	2 900	2 700	2 700	3 400	3 700	3 800
Expéditions (millions de dollars)	88	193	183	170	249	280	273
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Investissements (millions de dollars)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Profits après impôt (millions de dollars)	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
2. STATISTIQUES COMMERCIALES	1973	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Exportations (millions de dollars)	80	179	170	156	232	265	257
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	8	14	13	14	17	15	16
Importations (millions de dollars)	n/d	1	1	1	2	2	3
Marché canadien (millions de dollars)	9	15	14	15	19	17	19
Exportations en % des expéditions	91	93	93	92	93	94	94
Importations en % du marché canadien	n/d	7	8	7	12	13	19
Part canadienne du marché international	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Source des importations % (4 principales)	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>			
1981	100	-	-	-			
1982	100	-	-	-			
1983	100	-	-	-			
1984	100	-	-	-			
1985	100	-	-	-			
Destination des exportations % (4 principales)	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>			
1981	98	2	-	-			
1982	98	2	-	-			
1983	98	2	-	-			
1984	98	2	-	-			
1985	99	1	-	-			

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	8	25	-	-	67
Emplois - % du total	4	6	-	-	90
Expéditions - % du total	4	6	-	-	90

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>	<u>Concentration (% du marché nationale)</u>
1. Anglo-American Cedar Products Ltd.	Privé	Colombie-Britannique	n/d
2. Canfor Corporation	Public	Vancouver (C.-B.)	n/d
3. Sovebec Inc.	Privé	Québec	n/d
4. Maibec Industries Inc.	Privé	Québec	n/d

\* CTI de 1980.



PROFIL DE COMPÉTITIVITÉMATÉRIEL DE TÉLÉCOMMUNICATIONS**1. Structure**

Le secteur du matériel de télécommunications est formé des fabricants de matériel de transmission de la voix, de l'image et de données; les produits de ces derniers comprennent principalement des postes de radiocommunication, du matériel de multiplexage, des autocommutateurs privés et pour centraux téléphoniques, des câbles constitués de fils métalliques et de fibres optiques et du matériel d'abonnés.

La société Northern Telecom est de loin le plus important fournisseur de matériel de télécommunications au Canada; en 1984, le chiffre de ses ventes à travers le monde a atteint 4,4 milliards de dollars (5,8 milliards en 1985); environ la moitié de ces recettes provient du Canada. Mitel et Microtel, qui ont des chiffres d'affaires de 370 et 170 millions de dollars respectivement, occupent les deuxième et troisième rangs. Quelque 400 autres fabricants, essentiellement situés en Ontario et au Québec, font partie de ce secteur. On y retrouve quelques sociétés de la même importance que Microtel et Mitel, mais une partie seulement de leur production est reliée au secteur du matériel de télécommunications (Spar, Canadian Marconi, Motorola), ainsi qu'à de nombreuses sociétés beaucoup plus petites qui occupent un créneau spécialisé du marché ou approvisionnent les principaux fournisseurs en composants et sous-ensembles. Alors que la majorité des sociétés est concentrée géographiquement en Ontario et au Québec, seule la société Northern Telecom compte des usines dans toutes les provinces, sauf la Colombie-Britannique. L'industrie des télécommunications est essentiellement la propriété de Canadiens à l'exception de Microtel qui est une succursale de l'entreprise américaine GTE contrôlée indirectement par l'entremise de B.C. Tel., et Mitel dont British Telecom a récemment fait l'acquisition. Le type de gestion adopté dans le secteur reflète le caractère multinational croissant des plus grandes entreprises.

Les compagnies de téléphone constituent le principal marché des fournisseurs de matériel de télécommunications. Les deux plus importantes, Bell et B.C. Tel sont respectivement actionnaires de Northern Telecom et Microtel, pour qui cette association a été profitable, puisqu'elle leur a permis de compter sur un marché stable et leur a donné accès à de nombreux renseignements sur les produits de demain. L'intégration verticale a atteint un point tel qu'il arrive souvent que les divers membres de grandes entreprises soient en mesure de fournir tout le matériel, depuis les composants jusqu'aux gros systèmes, et d'assurer le service à la clientèle. Il est possible que Mitel, achetée par British Telecom, puisse profiter des mêmes avantages.

**Rendement**

Pendant la dernière décennie, les expéditions de matériel de télécommunications par les entreprises canadiennes ont progressé annuellement d'environ 15 %, sauf en 1982-83, période pendant laquelle la récession a entraîné une diminution de 3 %; quant au marché canadien apparent, il a augmenté d'environ 9 % par année. Bien que la récession ait également provoqué une baisse du nombre d'emplois en 1982-83, ce chiffre est passé de 37 000, en 1977, à 47 000, environ. L'accession de Northern Telecom au rang d'entreprise multinationale d'envergure mondiale et la venue de sociétés dirigées par des gestionnaires faisant preuve d'esprit d'entreprise, comme Mitel et Gandalf, sont à l'origine de cette augmentation.

Au cours des dernières années, le volume des exportations de matériel de télécommunications a connu une forte croissance; celle-ci est attribuable à l'apparition de nouvelles possibilités sur le marché américain. L'industrie d'interconnexion établie aux États-Unis au milieu des années 1970 (et au Canada en 1980) a permis aux entreprises clientes de se procurer des terminaux (téléphones et autocommutateurs privés automatiques, par exemple) auprès de sociétés autres que les compagnies de téléphone, créant ainsi un nouveau marché d'importance pour les

fournisseurs comme Mitel; en effet, grâce à l'interconnexion, les clients ont pu remplacer leur équipement, en grande partie désuet, par du matériel d'avant-garde tout en réduisant leurs coûts.

Récemment, la restructuration de AT&T, ordonnée par un tribunal, et la création des sept sociétés de portefeuille régionales de Bell ont brisé le lien étroit qui existait entre les sociétés exploitantes de télécommunications locales (RBOC) et Western Electric (devenu AT&T Technologies), et ont élargi le marché potentiel de Northern Telecom et d'autres fournisseurs étrangers pour ce qui est du matériel de transmission et de commutation d'avant-garde. A la suite de la déréglementation des services interurbains aux États-Unis, de nouvelles sociétés exploitantes de ce pays ont décidé de se lancer sur le marché, créant ainsi de nouvelles possibilités de ventes pour les fournisseurs canadiens auprès desquels ils se sont approvisionnés.

Au Canada, les plus petits fournisseurs s'intéressent surtout à la technologie de pointe et, comme ils ont tendance à offrir uniquement quelques produits hautement spécialisés, il est essentiel qu'ils pénètrent très tôt les marchés d'exportation. Le capital risque joue un rôle important dans le développement de ces sociétés, plus particulièrement au début de leur existence et lorsqu'elles atteignent un point où elles doivent diversifier leurs produits pour éviter de stagner.

Le Japon et les pays de l'Europe de l'Ouest possèdent des entreprises de matériel de télécommunications bien établies, mises sur pied en vue d'approvisionner les réseaux de télécommunications gouvernementaux. Les sociétés canadiennes partagent avec elles le marché américain et celui du Tiers-Monde, où beaucoup d'entre elles sont établies depuis longtemps.

Contrairement à de nombreux fabricants américains qui, depuis de nombreuses années, jouent un rôle important au plan mondial, le plus important d'entre eux, Western Electric, n'y a pas été très actif. Cependant, la restructuration de AT&T ayant entraîné l'abolition de toutes les limites imposées à ses activités à l'extérieur des États-Unis, cette société s'est employée activement à conquérir les marchés étrangers et à établir des alliances stratégiques (avec Philips et Olivetti, par exemple) lui assurant une plus grande compétitivité au plan international.

## 2. Points forts et points faibles

### a) Facteurs structurels

Les entreprises Northern Telecom, Mitel et, dans une moindre mesure, Microtel (celle-ci visant essentiellement le marché canadien) se comparent favorablement à leurs concurrents à l'échelle mondiale. Chacune d'entre elles possède des installations de conception de circuits intégrés qui lui permettent d'exploiter les principales techniques à la disposition de l'industrie de l'électronique, dont l'utilisation entraîne une réduction des coûts. Northern et Mitel vont encore plus loin dans la réalisation de l'intégration verticale, produisant leurs propres circuits intégrés. La conception des circuits intégrés permet aux fournisseurs de contrôler leurs coûts et, en plus de mettre sur le marché un nouveau produit dans un délai suffisamment court pour être concurrentiels sur le marché; or, c'est là un facteur clé du succès dans cette industrie.

Le niveau d'évolution du marché national et sa stabilité, en partie due au lien étroit qui lie les principaux fournisseurs et les compagnies de téléphone ont joué un rôle important dans la mise sur pied de la structure de l'industrie canadienne du matériel de télécommunications. L'association avec les compagnies de téléphone a également assuré aux fournisseurs le soutien financier de plus en plus nécessaire pour l'élaboration de produits et pour convaincre les clients éventuels de la compétence des fournisseurs canadiens.

Bien que les entreprises canadiennes offrent des produits de qualité et qu'elles soient compétitives sur le marché international, leurs possibilités sont assez limitées. Seul Northern Telecom offre une gamme complète d'équipements de télécommunications, les autres

fournisseurs étant spécialisés dans un ou plusieurs produits. En outre, il n'y a souvent qu'un seul fournisseur canadien pour un produit donné.

b) Facteurs liés au commerce

Dans la plupart des marchés des pays développés, le gouvernement détient le monopole des services de télécommunications; de façon générale, l'approvisionnement se fait exclusivement auprès des fournisseurs du pays, ce qui limite considérablement les possibilités d'affaires. De plus, à cause des différences entre les normes nord-américaines et européennes pour ce qui est du matériel, des sommes supplémentaires doivent être affectées à la mise au point du matériel de façon qu'il puisse être offert sur les deux marchés.

Le Japon et le Royaume-Uni connaissent actuellement une période de transition et évoluent vers la privatisation et la concurrence limitée. Pour le moment, les autres pays parviennent à résister à cette tendance, mais ils se verront sous peu forcés d'emboîter le pas, au fur et à mesure que les entreprises clientes originaires des pays à marché réservé se rendront compte qu'ils ne disposent pas des produits ni des services les plus nouveaux, ce qui constitue pour eux un sérieux inconvénient. Il n'en demeure pas moins, qu'à moyen terme, les entreprises assurant l'approvisionnement intérieur continueront de détenir la part la plus importante du marché et que l'investissement de sommes considérables dans les marchés intéressants pour la fabrication de produits et des travaux de recherche et de développement demeureront la seule façon d'entrer sur le marché et de s'y assurer une place de choix. La nouvelle association entre la société British Telecom et Mitel permettra peut-être à cette dernière d'accroître sa pénétration du marché du matériel de télécommunications au Royaume-Uni et dans la CÉE. Au Japon, les tarifs s'élèvent à 5,1 % tandis que dans la CÉE, ils varient de 5,1 à 7,5 %.

Des pratiques semblables ont cours sur le marché canadien, les sociétés ayant tendance à s'approvisionner auprès de fournisseurs captifs qui leur sont associés. Ainsi, les Provinces des Prairies possèdent et contrôlent les compagnies de téléphone qui les desservent; il arrive souvent à ces dernières de tenir compte des impératifs provinciaux lorsqu'elles font l'acquisition de matériel. Le Canada fixe un tarif élevé (17,8 %) sur les importations, tarif qui n'a pas été réduit lors du Tokyo Round, puisqu'on n'est pas parvenu à s'entendre sur l'inclusion des sociétés de télécommunications dans la nomenclature d'acquisition du GATT.

Les États-Unis constituent le marché de matériel de télécommunications le plus libre. Bien que certains des tarifs y atteignent 8,3 %, il n'y a pas beaucoup d'autres barrières officielles qui font obstacle au commerce. La plupart des sociétés exploitantes du pays, que ce soit des entreprises locales de télécommunications ou des fournisseurs de services interurbains, tiennent compte du rapport rendement-coût dans l'acquisition de matériel; cependant, les fournisseurs se rendent compte qu'ils ont intérêt à assurer une présence locale sur le plan de la fabrication. En effet, seules les entreprises qui ont procédé ainsi sont parvenues à acquérir une part importante de la clientèle des sociétés exploitantes.

Les pays moins industrialisés sont également des consommateurs éventuels de produits canadiens; cependant, les décisions relatives aux achats y dépendent souvent des conditions de financement et sont influencées par les liens qui unissent ces pays aux fournisseurs qui s'y sont établis à l'époque de la colonisation. De plus en plus, ils exigent qu'on leur transfère des technologies et qu'on fabrique les produits chez eux.

c) Facteurs technologiques

En l'absence d'un marché intérieur important, l'industrie canadienne des télécommunications doit essentiellement compter sur la

technologie pour assurer sa compétitivité. Sur le plan de l'utilisation des plus récentes techniques d'intégration à très grande échelle (VLSI), d'importants fournisseurs canadiens sont sur un pied d'égalité avec leurs concurrents américains. De plus, ils détiennent un avantage concurrentiel sur eux dans les domaines de la commutation numérique et de paquets. Le Canada est très avancé dans l'utilisation des satellites et des fibres optiques pour des fins de transmission, et de plus en plus les principales entreprises du pays automatisent leur production. Bien sûr, ces progrès technologiques ont occasionné des frais considérables, et les dépenses associées à la recherche et au développement correspondent actuellement à 10 ou 11 % des ventes annuelles, soit plus du double des dépenses en capital. Les politiques fiscales canadiennes des dernières années ont grandement favorisé les travaux de recherche et développement.

Le moteur du progrès technologique demeure les États-Unis, soit dans la région de Boston à l'est et en Californie à l'ouest; les principaux fournisseurs du monde exploitent un laboratoire en Californie, ce qui leur permet de se tenir au courant des plus récentes découvertes.

d) Autres facteurs

L'industrie du matériel de télécommunications n'a jamais été très touchée par les importants changements des taux d'intérêt et les cycles économiques. Les programmes d'investissement à long terme, mis de l'avant par les sociétés exploitantes détenant le monopole du marché, tenaient peu compte des conditions économiques à court terme. Cette situation a cependant pris fin pendant la récession de 1982, alors que la relation entre l'activité économique et les ventes industrielles est devenue plus marquée. Au fur et à mesure que les marchés deviendront plus compétitifs, on peut prévoir avec une certaine assurance que les facteurs économiques à court terme joueront un rôle plus important dans l'industrie.

Il convient également de noter qu'à l'échelle mondiale, l'industrie canadienne est petite. Notre plus important fournisseur de matériel de télécommunications, Northern Telecom, dont les ventes atteignent 4,4 milliards, demeure une entreprise de faible envergure, si on la compare aux géants de l'industrie comme AT&T Technologies et Siemens dont les chiffres d'affaires s'élèvent respectivement à 11,2 et 14,5 milliards. De nombreux indices (mentionnés plus loin) permettent de croire que, de plus en plus, les industries des télécommunications et de l'informatique seront interreliées.

3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

Bell Canada, B.C. Telephone et CN/CP sont réglementées par le gouvernement fédéral, par l'entremise du CRTC. Le gouvernement fédéral est également propriétaire de Teleglobe, société internationale de télécommunications et est actionnaire de Telesat, fournisseur canadien de matériel de télécommunications par satellite. Les autres principales compagnies de téléphone sont régies par des commissions de service public provinciales ou municipales ou l'équivalent (ces dernières sont également propriétaires des entreprises de télécommunications dans les Provinces des Prairies). L'absence d'une juridiction uniforme a entraîné une certaine fragmentation du secteur des télécommunications, notamment pour ce qui a trait aux règlements régissant l'équipement terminal et l'interconnexion des systèmes et à la fourniture de matériel aux sociétés de télécommunications. La récente création d'un groupe d'étude mixte chargé d'analyser les politiques de fixation des prix dénote une certaine volonté d'amélioration dans ce domaine.

De 1976 à 1983, la Commission sur les pratiques restrictives du commerce a mené auprès de l'industrie des télécommunications une enquête sur l'intégration verticale et l'interconnexion. Celle-ci a permis de démontrer que dans le cas de l'intégration verticale, les avantages économiques étaient nettement supérieurs aux inconvénients susceptibles de faire obstacle à la compétition. Dans celui de l'interconnexion, elle a

essentiellement intégré la décision provisoire prise par le CRTC en 1980 pour ce qui a trait à l'utilisation de divers types d'équipement en terminaux.

Le ministère des Communications appuie activement les progrès technologiques dans l'industrie des télécommunications, plus particulièrement en mettant à la disposition de cette dernière les ressources du Centre de recherches sur les communications; de plus, il accorde des contrats de recherches dans le domaine de la technologie et subventionne les essais de nouvelles techniques de communication et parraine le programme canadien de communications spatiales. Dans le cadre des EDER, des ententes ont été signées avec le Québec et le Manitoba dans le domaine des communications.

Les principaux fournisseurs canadiens dépendent de l'aide financière de la SEE pour ce qui est de présenter des offres pour les projets internationaux d'envergure. Les entreprises plus petites qui se consacrent au développement de produits font appel aux programmes du gouvernement comme le PDIR et le PDME, alors que les compagnies plus importantes ont généralement compté sur des fonds auto-générés et sur les marchés de capitaux privés pour répondre à leurs besoins en investissements. L'industrie des télécommunications est l'industrie canadienne la plus active dans le domaine de la recherche et du développement, et elle profite des politiques fiscales du gouvernement qui visent à promouvoir les investissements dans ce domaine.

#### 4. Évolution de l'environnement

Les politiques en matière de commerce et de communication ont eu une influence marquée sur la structure de l'industrie actuelle; de même, toutes les modifications qui y seront apportées auront des répercussions sur cette industrie.

La structure actuelle offre une protection tarifaire importante et certains avantages en matière d'approvisionnement aux fournisseurs du pays en raison des méthodes de gestion des deux principales sociétés de télécommunications. D'autre part, elle assure aux fournisseurs un accès facile au marché américain et impose de sérieuses restrictions à l'accès aux marchés des autres pays industrialisés. On peut prévoir que toutes ces conditions changeront au cours des dix prochaines années.

La politique canadienne en matière de communications a déjà permis la création d'un marché d'interconnexion de 300 millions de dollars par année, notamment l'établissement de plus de 100 sociétés qui vendent des téléphones et des systèmes PBX aux entreprises canadiennes, les installent et en assurent le service. L'offre de nouveaux services (radios cellulaires) sur une base compétitive et l'éventualité d'une certaine concurrence dans le domaine des services interurbains laissent prévoir d'autres changements susceptibles d'accroître les possibilités des fabricants canadiens. Certains autres aspects de la politique en matière de communications, par exemple l'harmonisation des taux (diminution des taux des services interurbains et augmentation de ceux des services locaux de façon qu'ils soient plus représentatifs des frais d'exploitation), la division structurelle (séparation des aspects réglementés et non réglementés des télécommunications) et la rationalisation des règlements peuvent influencer sur le type de service de télécommunications offerts au Canada et sur le matériel nécessaire pour rendre ces services.

Le facteur technologique joue un rôle important dans cette situation en évolution. A la suite de l'adoption de la technologie numérique par le secteur des télécommunications et celui de l'informatique, il est devenu plus difficile de fixer les limites de chacun. Ainsi, les fournisseurs de matériel de télécommunications sont maintenant présents dans des domaines traditionnellement réservés aux fournisseurs de matériel informatique, le principal marché étant celui du matériel de bureautique.

Dans ce domaine, la compétition avec les fournisseurs américains établis depuis longtemps (IBM, Burroughs, etc.) est inévitable; aussi, les fournisseurs de matériel de télécommunications et d'informatique

choisissent souvent d'y faire face en s'amalgamant. Au fur et à mesure que les prix des terminaux communicants et intelligents diminueront et que la demande augmentera, les fournisseurs de ces deux secteurs devront lutter pour conserver leur part de marché. Chacun s'appuie sur la technologie numérique, mais offre une vision différente. Les fournisseurs canadiens de matériel de télécommunications se sont entendus avec les sociétés américaines d'informatique pour travailler dans un esprit de collaboration au niveau de l'interface et d'accords de recherche conjoints.

La tendance vers les réseaux numériques intégraux et l'apparition des réseaux de transmission de la voix, des données et de l'image prévue pour le milieu des années 90 auront d'importantes répercussions sur l'industrie canadienne, modifiant totalement les créneaux occupés par les entreprises du pays. Bien sûr, il s'en créera de nouveaux, mais seules les entreprises qui feront preuve de souplesse et qui auront des connaissances techniques approfondies disposeront de ressources administratives et financières suffisantes pour pouvoir profiter de ces nouvelles possibilités.

On prévoit à long terme que le marché nord-américain de la technologie numérique deviendra saturé et que la croissance dans ce domaine se poursuivra dans les nouveaux pays industrialisés. De plus, les lignes de transmission à fibres optiques remplaceront la transmission par satellite dans les secteurs à forte population, ce qui pourrait avoir des répercussions sur les fournisseurs canadiens de stations terriennes et de matériel de transmissions par satellite.

#### 5. Évaluation de la compétitivité

A moyen terme, les progrès réalisés par le Canada sur le plan de la technologie au cours des 30 dernières années et l'agressivité dont font preuve les entreprises canadiennes dans leurs efforts pour pénétrer les marchés mondiaux laissent prévoir un avenir prometteur pour le secteur canadien des télécommunications. Le récent succès de certains de leurs produits, par exemple les réseaux centraux de commutation numérique et les câbles à fibres optiques, leur ouvriront les portes de certains domaines appelés à connaître un essor marqué dans le futur, notamment les réseaux de communications portatifs, le bureau électronique, les réseaux intégrés de transmission de la voix et des données et les réseaux locaux. De plus, ces nouvelles possibilités seront à la fois à la portée des fournisseurs intégrés et des plus petits fournisseurs, spécialisés dans certains produits.

En desservant, au départ, essentiellement le marché intérieur (captif), l'industrie canadienne de matériel de télécommunications a atteint une position de force qui la rend très compétitive. Les plus gros fournisseurs sont suffisamment de taille crédibles et pour être présenter des soumissions pour les projets internationaux; cependant, il arrive souvent que dans les pays du Tiers-Monde leur succès dépendent des subventions et du financement offerts.

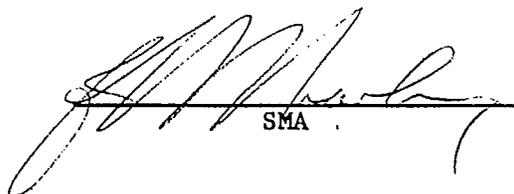
Dans le cas des projets importants, il arrive souvent qu'on doive assembler le matériel dans le pays client de façon à répondre à ses exigences en matière de contenu local. Cependant, il existe quand même des possibilités de création d'emplois au Canada dans les domaines plus spécialisés du développement de produits, de la conception des systèmes, de l'élaboration des logiciels et de la fabrication de pièces.

A long terme, l'avenir est plus incertain. On peut prévoir que la compétition sera plus vive à la fois sur le marché canadien, sur les marchés des pays industrialisés et sur ceux du Tiers-Monde. Elle sera surtout le fait des fournisseurs japonais et européens et de AT&T Technologies, qui ne sera plus soumis aux restrictions qui lui étaient imposées en tant que détenteur du monopole ou du semi-monopole des marchés intérieurs; de plus, au fur et à mesure que les sociétés de portefeuille régionales exerceront leurs activités dans de nouveaux secteurs, on peut prévoir une nouvelle concurrence venant des États-Unis. La création d'alliances stratégiques entre les entreprises du secteur des

télécommunications et celui de l'informatique se poursuivra et les sociétés canadiennes qui ne leur emboîteront pas le pas pourraient se trouver écrasées par la compétition. Il importe donc que le Canada continue d'investir dans la création de nouveaux produits et qu'il maintienne un environnement favorisant l'esprit d'entreprise.

Préparé par : Direction de l'électronique  
et de l'aérospatiale

Date : 26 mars 1986



SMA

## FICHE D'INFORMATION

 SECTEUR : Matériel de Communication et d'autre  
matériel électronique

 CTI : 335 (1980)

## 1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	1982	1983	1984	1985 Estimation
Établissements	443	423	476	n.d.
Emplois	45 790	45 087	51 769	n.d.
expéditions (millions de dollars)	3 064	3 125	3 821	4 149
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	643,4	669,7	721,1	n.d.
Investissements (millions de dollars)	213	254	308	309
Profits après impôt (millions de dollars)	169,7	281,4	n.d.	n.d.
(% des expéditions)	5,6	9,0		
Dépenses - recherches et développement (millions de dollars)	521	657	769	857

## 2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	1982	1983	1984	1985	
Exportations canadiennes (millions de dollars)	1 278	1 466	2 348	2 543	
Ré-exportations (millions de dollars)	111	140	191	189	
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	1 786	1 659	1 473	1 606	
Importations (millions de dollars)	1 597	1 991	2 883	2 850	
Marché canadien (millions de dollars)	3 383	3 650	4 356	4 456	
Exportations - % des expéditions	42	47	61	61	
Importations - % du marché canadien	47	55	66	64	
<b>Source des importations (4 principales)</b>	<b>TOTAL</b>	<b>É.-U.</b>	<b>Japon</b>	<b>C.É.E.</b>	<b>Taiwan</b>
1982	1 597	1 301	117	57	31
1983	1 991	1 603	147	67	48
1984	2 883	2 302	231	107	69
1985	2 850	2 223	297	105	63
<b>Destination des exportations (4 principales)</b>	<b>TOTAL</b>	<b>É.-U.</b>	<b>C.É.E.</b>	<b>Turquie</b>	<b>Brésil</b>
1982	1 389	867	161	39	7
1983	1 606	1 060	159	60	3
1984	2 539	1 771	219	90	93
1985	2 732	2 010	173	113	89

## 3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - 1983

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	3	21	58	8	10
Emplois - % du total	2	32	62	3	1
Expéditions - % du total	1	39	58	1	1

## 4. PRINCIPALES ENTREPRISES

Nom	Propriété	Emplacement des principales usines	Concentration (en % du marché canadien - estimation)
1. Northern	E.B.C. Société ouverte	Partout au Canada sauf en B.-C.	65 %
2. Mitel	Br. Telecom, Société ouverte	Ontario, Québec	3 %
3. Microtel	B.C. Telephones	C.-B.; Ontario; Sask.	10 %
4. Spar Aerospace	Société ouverte	Québec, Ontario	2 %

# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ Secteur : Enregistrements sonores

#### 1. Structure et rendement

##### a) Structure

L'industrie est composée d'établissements spécialisés dans la production artistique et dans la fabrication de disques et de bandes sonores pré-enregistrées (qui tombent sous la désignation générale d'enregistrements sonores). Les établissements de production s'occupent ordinairement de découvrir des artistes et des compositions, de louer des studios d'enregistrement, de prendre des arrangements pour la fabrication d'enregistrements sonores et, enfin, de lancer les artistes et leurs produits. Les établissements de fabrication, eux, pressent des disques et reproduisent des bandes pour les établissements de production. Sont exclues de ce profil les ventes en gros et au détail et les activités des studios d'enregistrement sonore et des artistes et des musiciens qui sont étrangères à la production d'enregistrements sonores, mais leur incidence sur les producteurs y est examinée quand il le faut.

En 1985, l'industrie canadienne comportait environ 110 sociétés (dont seulement 12 étaient spécialisées dans la fabrication), comptait approximativement 3 000 employés permanents (dont environ 1 500 dans le secteur de la fabrication) et avait des expéditions d'enregistrements sonores d'une valeur totale de 300 millions de dollars. Les enregistrements sonores de nature récréative intervenaient pour quelque 90 % des expéditions de l'industrie. Le reste était formé essentiellement de produits éducatifs et religieux. Les enregistrements sonores de langue anglaise représentaient autour de 85 % de toutes les expéditions. Enfin, l'industrie emploie beaucoup de pigistes (surtout des musiciens).

Seulement environ 15 % des enregistrements sonores expédiés par l'industrie en 1985 contenaient de la musique canadienne. Les autres ont été fabriqués au Canada à partir de bandes "originales" importées (copies de bandes originales qui sont produites dans les studios d'enregistrement et qui, après un certain nombre d'étapes intermédiaires, sont utilisées dans le pressage et dans la duplication des enregistrements sonores).

L'industrie est concentrée dans les provinces centrales, en particulier dans les régions métropolitaines de Toronto et de Montréal.

En 1985, dix des 110 sociétés appartenaient à des intérêts étrangers, principalement à des multinationales américaines. Elles comptaient, à elles seules, pour approximativement 60 % de l'emploi dans l'industrie et pour 85 % de toutes les expéditions d'enregistrements sonores. Quatre de ces entreprises avaient des services de fabrication. Les enregistrements sonores obtenus à partir de bandes "originales" qu'elles ont importées de leur société mère à l'étranger ont rapporté environ 230 millions de dollars, ce qui représentait 90 % de leurs expéditions. Le reste, soit 10 %, était composé de produits à contenu canadien. Les sociétés ont tendance à être intégrées verticalement en aval; en 1985, leur chiffre de ventes en gros et au détail était évalué à 150 millions de dollars.

En revanche, la plupart des entreprises appartenant à des intérêts canadiens sont petites. La plupart des sociétés sont impliquées dans la production d'enregistrements sonores à partir de bandes "originales" importées de sociétés à qui elles servent d'agents. Leurs activités à ce titre ont rapporté, en 1985, 22 millions de dollars, soit approximativement 50 % de leurs ventes totales. En plus d'être une importante source de financement de la musique canadienne, ces activités augmentent l'apport commercial dont ont besoin les sociétés pour établir certaines fonctions internes de soutien. Enfin, elles doivent souvent faire appel à des sociétés étrangères pour la distribution de leurs produits dont elles ne peuvent pas assumer seules les frais.

Le segment des enregistrements sonores français, appartenant à des intérêts canadiens, est composé de quelques 25 sociétés dont le chiffre d'affaires se situe entre 10 et 20 millions de dollars. Les sociétés de langue française sont en moyenne plus petites que celles de langue anglaise et le niveau des capitaux étrangers y est moins élevé. Les entreprises de langue française ne comptent pas autant sur les bandes "originales" importées comme source de revenu et produisent plus de musique pour adultes que de musique rock.

b) Rendement

Le volume et la valeur des expéditions de l'industrie durant la période de 1973 à 1979 ont connu des taux de croissance annuels moyens de respectivement 11 % et 20 % (en dollars courants). Depuis, le rendement de l'industrie a été plutôt médiocre. En 1985, le volume et la valeur des expéditions étaient de 15 % et de 1 % respectivement inférieurs à ceux de 1979. Mis à part les effets de la récession, ces baisses sont dans une certaine mesure imputables au vieillissement de la population. En outre, l'érosion du marché éventuel des enregistrements sonores par les enregistrements maison n'a cessé de croître au cours des quelques dernières années. Enfin, le piratage (c.-à-d. la duplication et la vente illégales de produits), quoique moins grave au Canada que dans d'autres pays, a néanmoins nui aux ventes légales.

De 1973 à 1985, à cause des préférences exprimées par les consommateurs, la part des expéditions de l'industrie occupée par les bandes sonores est passée de 30 % à 54 % en termes de dollars. Dans l'ensemble, la part des ventes de l'industrie prise par les enregistrements à contenu musical canadien a varié considérablement au cours de la période examinée. Au fil des quelques dernières années, le secteur des enregistrements à contenu musical canadien de langue française a connu une baisse importante.

Des tendances similaires quant à l'ensemble des expéditions et à la répartition des produits au cours de la période de 1973 à 1985 ont été observées aux États-Unis et dans d'autres pays industrialisés.

Réflétant les effets combinés du fret et des barrières tarifaires et la nature des produits, le commerce international a généralement recours aux bandes "originales" dont l'utilisation pour produire des enregistrements sonores est assujettie à des droits de licence. Les exportations et importations d'enregistrements sonores sont limitées aux produits "fin de série" (biens n'étant plus en demande et vendus à prix très réduit) et aux nouveaux articles dont la demande n'est pas suffisante pour justifier la fabrication locale à partir de bandes "originales" importées. Depuis quelques années, l'industrie canadienne tire en moyenne autour de 5 millions de dollars tous les ans de la location de bandes "originales" à des comptes étrangers. Les paiements eux se sont élevés à en moyenne 35 millions de dollars tous les ans. Les échanges commerciaux du Canada dans ce secteur se font principalement avec les États-Unis.

Les plus récentes données compilées par Statistiques Canada à partir des revenus provenant de toutes sources (y compris la vente au détail) révèlent que les entreprises contrôlées par des intérêts étrangers ont déclaré des profits nets d'impôts moyens sur leurs ventes de 4 % en 1983, tandis que celles qui étaient contrôlées par des intérêts canadiens enregistraient des pertes moyennes de 2 %.

Le fait que les produits passent rapidement de mode et que les préférences des consommateurs changent constamment rendent risqués les investissements dans la production d'enregistrements sonores. Il semble que seulement un enregistrement produit sur 15 fait ses frais. Cependant, ceux qui connaissent le succès peuvent avoir des taux élevés de rendement.

## 2. Points forts et points faibles

### a) Facteurs structurels

Dans l'industrie, la fabrication est un facteur secondaire dans la détermination du niveau de compétitivité internationale. Plus important est le "contenu musical" qui est relié au secteur de la production de l'industrie. Les entreprises de production s'occupent essentiellement de découvrir, de mettre en valeur et de lancer des artistes et leurs chansons.

Un écart considérable sépare les industries canadiennes et américaines des enregistrements sonores pour ce qui a trait à leurs capacités de mettre en valeur et d'exploiter avec succès leur réservoir respectif de talents de façon durable. Par exemple, en 1985, les plus importantes sociétés appartenant à des Canadiens et à des intérêts étrangers au Canada ont déclaré que des revenus provenant de toutes sources de respectivement 22 et 90 millions de dollars (CAN); au cours de la même période, la plus importante multinationale américaine a réalisé des revenus mondiaux de 1,3 milliard de dollars (US).

Grâce à leur taille et à des avantages économiques inhérents qui sont le reflet de leur marché, les multinationales et leurs filiales au Canada réussissent à mettre la main sur les meilleurs talents musicaux et à représenter un grand nombre d'artistes de façon à répartir leurs risques. Plus particulièrement, elles ont la capacité d'attirer les artistes, découverts et mis en valeur par des entreprises canadiennes, dès qu'ils deviennent des vedettes nationales. De plus, elles peuvent orchestrer des campagnes de commercialisation de grande envergure et dominer les canaux de distribution.

Dans l'ensemble, le segment de l'industrie appartenant à des intérêts canadiens, ont les faiblesses ordinairement associées à l'exploitation à petite échelle. La plupart des sociétés souffrent d'une insuffisance chronique de fonds. Elles ne disposent pas des ressources humaines et financières nécessaires pour mettre à profit les possibilités que leur offrent les marchés au Canada et à l'étranger. Enfin, les gestionnaires sont une denrée assez rare dans l'industrie. L'incidence de ces faiblesses est particulièrement visible au Canada français, compte tenu de la taille réduite du marché.

Les États-Unis dominent la production et la distribution mondiales des enregistrements sonores. Même dans des pays tels que le Royaume-Uni et la France dont les marchés internes sont importants et qui sont capables de faire vivre plusieurs grosses sociétés appartenant à des intérêts nationaux, les Américains sont très présents, quoique moins envahissants qu'au Canada.

### b) Facteurs liés au commerce

Le Canada, à l'instar de la majorité des autres pays, permet l'entrée en franchise des enregistrements sonores à vocation éducative, scientifique et culturelle. Par ailleurs, les bandes "originales" et les bandes sonores pré-enregistrées de nature récréative sont assujetties, par le Canada, à un taux tarifaire de la N.P.F. de 12,4 %, tandis que les disques sont frappés d'un droit de 15,0 %. Ces taux s'élèveront à respectivement 11,3 % et 13,7 % en 1987. Toutefois, dans le cas des bandes "originales", le tarif est calculé uniquement sur les coûts de fabrication. En conséquence, l'impact du taux est inférieur à celui auquel on peut s'attendre.

Aux États-Unis, les taux tarifaires sont actuellement de 3,9 % pour les disques et de 0,9 % le pied carré de surface enregistré sur les bandes pré-enregistrées. Le taux imposé sur les disques tombera à 3,7 % en 1987. A titre de comparaison, les taux tarifaires de la C.É.E. se situent entre les taux canadiens et américains.

La réglementation du contenu canadien de la musique diffusée par les stations radiophoniques est considérée comme une mesure non tarifaire par les États-Unis. De nombreux pays membres de la C.É.E. ont imposé des conditions minimales à remplir en ce qui concerne le contenu musical canadien ou les langues employées. Aux États-Unis, l'industrie n'est pas protégée par des mesures non tarifaires.

c) Facteurs technologiques

L'industrie mondiale des enregistrements sonores compte sur les fournisseurs de machines et de matériel pour réaliser des progrès technologiques. Les techniques de fabrication sont disponibles à l'échelle mondiale. L'industrie canadienne a suivi le rythme de modernisation des installations de fabrication.

Sur le plan des produits, l'introduction du disque compact constitue la plus grande avance technologique de la dernière décennie. Le disque compact et son lecteur ont été développés conjointement par Philips et par Sony. La fabrication commerciale de ce disque a débuté en 1982 en République fédérale d'Allemagne et au Japon. La fabrication à grande échelle a commencé au Canada au milieu de l'année 1986.

3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux

Le rôle du gouvernement fédéral dans le domaine des enregistrements sonores est relativement modeste en comparaison de celui qu'il assume dans l'industrie de l'édition et dans l'industrie cinématographique. Le principal objectif de l'aide fédérale a été de favoriser l'épanouissement de la culture canadienne en fournissant aux artistes interprètes et aux créateurs musicaux canadiens un véhicule d'expression.

La principale mesure actuellement en vigueur concerne l'utilisation de la musique canadienne à la radio. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes exige qu'au moins 30 % des pièces musicales radiodiffusées par les stations ou par les exploitants du réseau AM entre 6 h et minuit soient des compositions canadiennes et soient réparties de façon raisonnable à l'intérieur de cette période. Dans les stations FM, ce pourcentage varie de 7 % pour la musique classique à 30 % pour la musique populaire. Il est généralement admis que ces exigences ont eu une incidence positive sur la production de musique canadienne. La musique diffusée sur les ondes radiophoniques et les vidéoclips sont les deux facteurs les plus importants dans la décision du consommateur d'acheter un enregistrement sonore.

En mai 1986, le ministère des Communications a annoncé la mise en oeuvre, dès 1986-1987 et à un coût annuel de 5 millions de dollars, d'une série de programmes quinquennaux visant à venir en aide à l'industrie. Plus particulièrement, le gouvernement offrira une aide financière visant à accroître la production de bandes "originales" et de vidéoclips, à améliorer les compétences des employés et à développer les activités de commercialisation au Canada et à l'étranger. La distribution des fonds devrait débuter à l'automne 1986. En outre, il paraît que le ministère des Communications étudiera des moyens de faciliter l'accès au financement par emprunt et par actions.

La plupart des pays ont une loi sur le droit d'auteur qui protège les créateurs contre l'utilisation illicite de leurs oeuvres. La Loi canadienne sur le droit d'auteur est entrée en vigueur en 1924 et n'a subi aucune modification importante depuis. La rédaction d'une nouvelle loi devrait débuter en 1986. A côté, la loi américaine sur le droit d'auteur a été entièrement refondue vers la fin des années 70. Plus particulièrement, les amendes plus sévères qu'elle prescrit offrent une meilleure protection contre le piratage des enregistrements sonores.

Plusieurs gouvernements provinciaux, notamment ceux du Québec et de l'Ontario, accordent une aide financière à l'industrie des enregistrements sonores, particulièrement en versant des subventions et des contributions aux associations professionnelles qui veulent entreprendre des projets spéciaux de lancement.

#### 4. Évolution de l'environnement

La demande d'enregistrements sonores sur le marché canadien devrait croître à un rythme ralenti dans les années à venir. Cela s'explique par un ralentissement des taux de croissance et de la population et du revenu personnel réel disponible, par le vieillissement de la population et par la lutte très vive que se font les divers produits de loisir pour s'approprier une part du temps et de l'argent des consommateurs. Enfin, l'érosion du marché potentiel par les enregistrements maison devrait se poursuivre. Les bandes sonores pré-enregistrées et les disques compacts devraient continuer d'augmenter leur part respective du marché des enregistrements sonores au détriment des 45 tours et des microsillons.

La composition de l'industrie ne devrait pas subir de changement dramatique à moyen terme. Les grosses sociétés, notamment celles qui appartiennent à des intérêts étrangers, devraient continuer de dominer la scène canadienne. Les petites entreprises canadiennes, particulièrement celles qui desservent uniquement le marché francophone, auront de plus en plus de mal à s'adapter au ralentissement de la croissance du marché. A moyen terme, les fournisseurs de machines et de matériel d'enregistrement sonore devraient s'appliquer à améliorer les technologies, surtout dans le domaine du disque compact, au lieu de chercher à en élaborer de nouvelles.

Vu la prédominance des sociétés multinationales américaines dans ce secteur, les gouvernements de nombreux pays industrialisés ont pris des mesures pour protéger et aider leurs industries. Par exemple, un certain nombre de pays européens ont récemment imposé une taxe sur les bandes sonores vierges et sur le matériel d'enregistrement maison, taxe dont le produit servira à venir en aide aux créateurs et aux producteurs d'enregistrements sonores. L'intervention gouvernementale devrait se poursuivre à moyen terme.

#### 5. Évaluation de la compétitivité

La compétitivité de l'industrie réside essentiellement dans la capacité des producteurs à attirer et à commercialiser des artistes et des chansons très populaires, plutôt que dans la capacité de ses fabricants. Dans le domaine de la production, les sociétés appartenant à des Canadiens, prises dans leur ensemble, ne sont actuellement pas compétitives. Elles souffrent de sérieux handicaps économiques associés à leur taille par rapport aux succursales étrangères établies au Canada et à leurs sociétés mères. Les sociétés canadiennes arrivent à survivre en grande partie grâce à l'imposition de normes sur le contenu canadien de la musique radiodiffusée et en servant d'agents aux producteurs étrangers d'enregistrements sonores.

PRÉPARÉ PAR : DIRECTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DES PRODUITS DE  
CONSOMMATION  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

DATE : le 11 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR: ENREGISTREMENTS SONORES

CAÉ OU CTI -

partie de 3994 et  
partie de 9631 (1980)

1. <u>PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Compagnies (E)	75	100	110	118	111	110	110
Emplois (E)	1,750	2,900	3,000	2,200	2,600	3,000	3,000
Expéditions (millions de dollars)(1)	105	270	291	241	273	294	300
(million d'unités)	54	85	86	69	79	83	80
Produit intérieur brut (millions de dollars constant de 1971)	N/D						
Investissements (millions de dollars)	N/D						
Profits après impôt (millions de dollars)	N/D						
(% du revenu)	N/D						

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

Exportations (millions de dollars)(1)	2	25	25	13	8	8	8
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	103	245	266	228	265	286	292
Importations (millions de dollars)(1)	7	29	30	29	28	33	35
Marché canadien (millions de dollars)	110	275	296	257	293	319	327
Exportations en % des expéditions	1.5	9.3	8.5	5.4	3.0	2.6	2.8
Importations en % du marché canadien	6.3	10.7	10.1	11.3	9.6	10.3	10.7
Part canadienne du marché international	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D

Source des importations (%)	<u>É.-U.</u>	<u>C.É.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	76.8	18.6	3.2	1.4
1982	74.4	20.3	4.0	1.3
1983	65.2	29.3	3.2	2.3
1984	62.2	32.0	3.4	2.4
1985	53.3	40.9	3.1	2.7

Destination des exportations (%)

1981	34.8	33.1	0.4	31.7
1982	59.6	12.8	0.4	27.2
1983	69.3	12.4	0.1	18.2
1984	71.9	7.2	0.1	20.8
1985	46.9	6.6	0.1	46.5

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>ATLANTIQUE</u>	<u>QUÉBEC</u>	<u>ONTARIO</u>	<u>PRAIRIES</u>	<u>C.-B.</u>
Compagnies - % du total	1	34	55	5	5
Emplois - % du total	1	18	75	3	3
Expéditions - % du total	1	22	70	3	4

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

	<u>PROPRIÉTÉ</u>	<u>EMPLACEMENT DES PRINCIPALES USINES</u>
1. CBS Records (Canada) Ltd	américaine	Don Mills
2. WEA Music of Canada Ltd.	américaine	Scarborough
3. Capitol Records - EMI of Canada Ltd.	américaine	Mississauga
4. MCA Records (Canada) Ltd.	américaine	Willowdale

(E): Estimation

N/D: Non disponible

(1): Comprend uniquement les produits; ne comprend pas les droits de licence versés pour leur utilisation.

DATE: \_\_\_\_\_



# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ Industrie des articles de sport

#### 1) STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

Cette industrie est constituée d'établissements dont l'activité principale est la fabrication d'une grande variété de biens de consommation destinés aux activités de loisirs et de conditionnement physique pratiquées isolément ou en groupe.

Ce secteur peut être subdivisé grosso modo en catégories correspondant aux saisons d'utilisation du produit. Par exemple, l'équipement des sports d'été (baseball, football, golf, pêche, cyclisme, piscines) représente environ 44 % des expéditions des fabricants canadiens, l'équipement des sports d'hiver (patins, équipement de hockey, mocassins, skis), environ 29 %, l'équipement des sports toutes saisons (conditionnement, gymnastique, structures de jeu), environ 10 % et les 17 % qui restent sont constitués de produits divers et de produits fabriqués par de petits établissements qui n'ont pas fait état des détails de leurs activités. Les articles, tels l'équipement de camping, les armes et munitions de tir sportif, le ruban gommé, les aiguisoirs à patin, les chaussures d'athlétisme et les survêtements ne sont pas inclus dans cette catégorie. Pris individuellement, les produits fabriqués en plus grandes quantités au Canada sont les bicyclettes, les patins et l'équipement de hockey et les piscines.

Les fabricants utilisent une grande diversité de technologies et de procédés : principalement le façonnage de l'acier (bicyclettes, équipement de terrains de jeux et d'exercice), le moulage du plastique et de la fibre de verre (skis, bâtons, patins), le travail du bois (bâtons de hockey et de baseball) et les opérations de coupe et de couture (équipement de protection). Les progrès technologiques réalisés dans l'utilisation des produits stratifiés, des résines et des matières textiles les plus récentes pour produire des équipements sportifs perfectionnés et plus résistants constituent des progrès structurels dignes de mention qui se sont produits au cours de la dernière décennie et qui s'intègrent maintenant à un processus permanent. Et l'on commence à utiliser des matériaux comme le graphite, le bore, la céramique et divers composés pour fabriquer une grande variété de produits.

Bien que cette industrie soit plus une industrie de main-d'oeuvre que la moyenne de l'industrie manufacturière canadienne, on y constate une nette tendance vers une plus grande productivité. De 1973 à 1985, la valeur réelle des expéditions par employé s'est accrue de presque 40 %. En général, l'industrie mondiale des articles de sport se caractérise encore par une forte intensité de main-d'oeuvre.

En 1985, l'industrie comprenait environ 205 établissements employant 7400 personnes, dont les expéditions s'élevaient à 545 millions de dollars. Les entreprises employant plus de 100 personnes représentent 8 % des établissements et plus de 60 % des emplois et des expéditions, tandis que les entreprises employant moins de 20 personnes représentent 67 % des établissements, fournissent environ 10 % des emplois et des expéditions et se spécialisent généralement dans une gamme restreinte de produits. Les six plus grands fabricants totalisant environ 40 % des emplois et des expéditions sont installés en Ontario et au Québec. Ces provinces comptent 73 % des établissements et environ 95 % des emplois et des expéditions. De plus, l'industrie se caractérise du fait qu'elle appartient en grande partie à des intérêts privés et qu'elle est régie par des Canadiens.

En général, la production des articles de sport se caractérise par une forte identification du produit à un pays ou à une région et par une grande spécialisation de la fabrication. Par exemple, la Finlande est reconnue pour la fabrication des skis de fond, l'Autriche et la France sont reconnues pour les skis alpins, les États-Unis sont associés à l'équipement de golf, de tennis et de baseball, le Canada est réputé pour les patins et l'équipement de hockey.

Le commerce est important pour l'industrie. Bien que la valeur totale des importations représente environ 46 % du marché intérieur, les pièces et le matériel requis pour le montage final au Canada en constituent une partie importante. Les activités de fabrication de l'équipement des sports sur glace et des piscines sont peu touchées, mais l'assemblage final des bicyclettes, de l'équipement de golf, d'exercice et de pêche ne peut se faire sans ces pièces et éléments importés.

En plus de fournir des produits finis à une grande partie du marché intérieur, l'industrie des articles de sport s'est créée une solide réputation d'exportateur de certains produits comme les piscines, l'équipement des sports sur glace, de gymnase et d'exercice. Les exportations représentent actuellement environ 19 % des expéditions de l'industrie. En 1985, les États-Unis ont absorbé 78 % des exportations canadiennes, suivis par la CEE, avec 10 %.

Les articles des sports sur glace, en particulier, sont plus étroitement associés à l'industrie canadienne, sur le plan international. Totalisant environ 35 % de l'ensemble des exportations, leur principal marché est les États-Unis; vient ensuite l'Europe de l'Ouest. Les produits de gymnase, d'exercice et de terrain de jeux représentent de 15 % à 20 % des exportations et sont plus largement répartis. Les piscines et accessoires représentent environ 14 millions de dollars en exportations et sont expédiés presque exclusivement dans le nord des États-Unis.

Au cours des dernières années, les nouveaux pays industriels (NPI) et les économies dirigées ont accru leur part du commerce international, pour ce qui est des articles de sport. Les produits canadiens des sports sur glace, en particulier, font face à une concurrence plus serrée sur leurs marchés traditionnels à l'étranger.

La structure de l'industrie américaine, principal partenaire et concurrent commercial du Canada, est très semblable à celle de l'industrie canadienne.

b) Performance

Bien que cette industrie ne soit pas soumise à des modèles de cycles économiques prononcés, elle est très sensible aux conditions économiques, aux taux d'intérêt et au revenu personnel disponible. Ainsi, pendant la récession de 1981-1982, les expéditions de l'industrie, en valeurs réelles, sont tombées de 14 %. Tous les secteurs des articles de sport ont été touchés, et en particulier, les skis de fond et les bicyclettes. Par la suite, l'industrie a profité de la reprise de l'économie.

Au cours de la période de 1973-1980, le niveau de l'emploi n'a pratiquement pas changé; il s'est établi à un peu moins de 7500 personnes. En valeurs réelles, les expéditions se sont accrues à un taux annuel moyen de 4,0 %, tandis que les importations diminuaient de 1,9 % et que les exportations augmentaient de 2,8 %. Cependant, au cours de la période récente de 1980-1985, le nombre d'emplois a baissé légèrement pour atteindre 7400, les expéditions ont augmenté au taux annuel composé de 1 % seulement, les importations ont augmenté de 3,3 %, mais les exportations ont diminué de 4,1 %. Ce ralentissement du taux de croissance des expéditions et la baisse des exportations peuvent s'expliquer en grande partie par la récession de 1981, la saturation sur le marché canadien de plusieurs produits d'importance, notamment les produits des sports sur glace, et l'accroissement de la concurrence sur les marchés européens des patins et de l'équipement de hockey. Les importations ont profité de la vogue croissante d'activités comme le ski, le soccer, le golf, l'exercice et le conditionnement physique, pour lesquels la capacité canadienne d'approvisionnement est soit limitée, soit très dépendante de pièces et d'éléments importés.

Bien que la part des importations dans les expéditions intérieures ait diminué à 45,7 %, de 55,6 % qu'elle était en 1973, elle est demeurée relativement constante depuis 1980. Le transfert d'un plus grand nombre de fournisseurs des États-Unis à l'Extrême-Orient constitue le fait marquant des dernières années.

En 1985, les exportations ont diminué à environ 19 % des expéditions, de 26 % qu'elles étaient en 1973. Ce déclin est dû principalement à la chute du marché d'exportation des produits les plus exportables de l'industrie : les patins et l'équipement de hockey. En 1973, cette catégorie représentait 70 % des exportations de l'industrie par opposition à 35 %, à l'heure actuelle. Au cours des cinq dernières années, la concurrence de la Tchécoslovaquie, de la Finlande et de Taïwan, l'appréciation du dollar canadien par rapport aux devises européennes et les marchés en voie de saturation ont nui à l'exportation des patins et de l'équipement de hockey. Les exportations des autres produits de l'industrie n'ont pas augmenté assez rapidement pour compenser ce déclin. Les États-Unis, principal marché d'exportation du Canada, ont absorbé 79 % du total des exportations en 1973 contre 57 % en 1981 et 78 % en 1985. Quant aux exportations vers l'Europe de l'Ouest, elles sont passées de 12 % en 1973 à 25 % en 1981, pour diminuer à 14 % en 1985, la CEE absorbant le gros de ces exportations.

Il est difficile de faire l'analyse financière de l'industrie parce que Statistique Canada a regroupé l'industrie des articles de sports et celle des jouets et des jeux.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

L'industrie comprend 6 grandes sociétés à intégration verticale de fabrication et de distribution d'équipement sportif, qui sont concurrentielles à l'échelle internationale. Beaucoup des petites sociétés se spécialisent dans un produit, servent un créneau particulier du marché, mais ne fonctionnent pas à une échelle efficiente. De plus, elles sont sensibles tant aux tendances saisonnières que commerciales. La plupart de ces petits établissements appartiennent à des particuliers, sont de type familial et bon nombre ont des ressources financières limitées. Les fonctions de gestion, d'administration et de commercialisation n'y sont pas assez poussées.

La demande des consommateurs pour des produits de marque est un facteur important qui influe sur la capacité de l'industrie de soutenir la concurrence. Dans bien des secteurs, l'industrie canadienne offre un excellent produit, qui se vend moins parce que sa réputation reste à faire, par exemple accessoires de natation, équipement de conditionnement physique et de golf.

Bien que l'industrie canadienne ait considérablement réduit la proportion de sa main-d'oeuvre dans son processus de fabrication entre 1973 et 1985, elle demeure une industrie de main-d'oeuvre. Par exemple, les expéditions d'articles de sport par employé n'atteignent que 55 % environ de la moyenne de toutes les industries manufacturières canadiennes. Cependant, même si elle continue de subir la pression des coûts exercée par les nouveaux pays industrialisés et les pays les moins avancés, elle a fait des efforts pour devenir plus concurrentielle en confiant à des fournisseurs étrangers la production et l'approvisionnement de nombreux articles à faible coût demandant une main-d'oeuvre abondante. Mais il reste que l'amalgame des produits qui la composent continuera d'être la cause de la vulnérabilité d'importants segments de l'industrie face aux producteurs offrant de bas salaires.

Le nombre d'expéditions par employé est de 25 % moins élevé que celui de l'industrie américaine des articles de sport. Cette situation s'explique en partie par des meilleures économies d'échelle et aussi par le rôle des principaux produits formant une importante partie de l'industrie de chacun des

deux pays. Au Canada, l'équipement de hockey nécessitant surtout des opérations de coupe et de couture et les bicyclettes exigeant de nombreuses opérations d'assemblage sont les principaux éléments de l'industrie, tandis qu'aux États-Unis, cette part est occupée par la fabrication d'équipement de golf et d'exercice nécessitant plus de capital, qui demandent de plus grandes économies d'échelle.

L'augmentation rapide du coût des primes d'assurance-responsabilité relatives aux produits est un sujet d'inquiétude pour bien des fabricants nord-américains. Cela est particulièrement vrai pour l'industrie canadienne en comparaison des autres pays, parce que la production canadienne se trouve dans les catégories de primes d'assurance les plus élevées, soit l'équipement de conditionnement physique, de gymnastique et les articles de protection pour le hockey qui représentent une part importante des expéditions nationales et des exportations de l'industrie. Ces augmentations des taux de prime ont déjà un effet sur la structure des coûts de l'industrie canadienne. De plus, les fournisseurs canadiens et américains sont plus touchés par cette hausse que les producteurs étrangers, à cause de la proximité de leur marché qui a toujours été constitué principalement du marché nord-américain.

b) Facteurs liés au commerce

Le total des importations représente environ 46 % du marché national. Environ le tiers des importations entre au pays en franchise de droits, au tarif N.P.F. et T.P.F., et est surtout constitué de pièces et accessoires. Les skis à neige, les pièces et équipement de golf, et les bicyclettes et pièces de bicyclettes représentent presque la moitié du total des importations. Les tarifs douaniers canadiens sur les articles de sport finis varient de 4 à 23 % et sont en général beaucoup plus élevés que les droits de douane comparables aux États-Unis et dans la CEE. Par exemple, en examinant une sélection de produits importants pour le secteur, on voit que les taux N.P.F. canadiens sont de 22,8 % (patins à lame), 19,1 % (bicyclettes), 12,5 % (skis et bâtons de golf), 9,9 % (équipement d'exercice) et 4,1 % (bâtons de hockey). Aux États-Unis, les tarifs appliqués à ces produits varient de 4 à 6 %, à l'exception des bicyclettes à 11 % et des bâtons de hockey à moins de 1 %. Les tarifs de la CEE sont de 6 %, sauf pour les bicyclettes (17 %). Cependant, il faut ajouter que certaines pièces et certains éléments des articles de sport entrent au Canada en franchise de droits, tandis que de nombreuses pièces semblables sont soumises à des droits de douane aux États-Unis. L'importation des pièces et éléments en franchise de droits a eu un effet important sur les fabricants de bicyclettes, d'équipement de golf et d'articles de pêche, dont un grand nombre se livre à d'importantes opérations d'assemblage. Les États-Unis continuent d'être la seule source principale d'importation d'équipement de sport du Canada.

Aucune mesure non tarifaire n'affecte le commerce canadien des articles de sport.

c) Facteurs technologiques

Pour ce qui est de la technologie propre aux produits, l'industrie canadienne s'est perfectionnée et a innové dans les articles de sport sur glace, les piscines et l'équipement de conditionnement physique. Les grandes entreprises produisant ce type d'équipement ont fait face à la concurrence mondiale en modernisant leurs installations et en améliorant leurs produits.

De plus, des investissements ont été faits pour mettre au point une nouvelle technologie ou adapter la technologie existante de l'industrie de transformation des produits chimiques et des ressources afin d'améliorer les produits courants. Plusieurs sociétés ont institué des systèmes perfectionnés de contrôle des stocks et des coûts pour améliorer l'efficacité de la production. Même les grandes entreprises de fabrication de bicyclettes, qui subissent les fortes pressions des coûts exercés par les pays d'Extrême-Orient, ont récemment accéléré la mise en oeuvre de programmes d'automatisation et de réduction des coûts.

Durant la période de 1973-1985, les principales innovations apportées à l'équipement de patinage et de hockey, à l'exception du bâton de hockey multicouche finlandais, venaient de l'industrie canadienne. Celle-ci était au premier rang de l'innovation et du progrès technologique, avec l'introduction du casque de hockey, des patins moulés, de la lame de patin en acier inoxydable et l'amélioration de l'équipement de protection.

Par contre, bien d'autres produits caractérisés par de petites unités de production tendent à être dépassés ou à être fabriqués selon la technologie de leurs concurrents.

### 3) PROGRAMMES ET POLITIQUES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Il n'y a pas de programme propre à l'industrie des articles de sport, que ce soit au palier fédéral ou provincial. Cependant, l'industrie a eu recours à des programmes fédéraux comme le PDIR, le PDME et le PPP pour conserver une position concurrentielle à l'échelle internationale. Dans la plupart des cas, ces programmes fédéraux ont été complétés par des activités provinciales, comme l'organisation de missions commerciales, la participation à des foires commerciales à l'étranger et la préparation et la diffusion de répertoires de produits.

### 4) ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

L'industrie canadienne est influencée par plusieurs forces importantes qui influenceront sur son orientation future.

On prévoit que la part des expéditions des grands fabricants ne cessera d'augmenter et que les petites entreprises auront de plus en plus de difficulté à s'adapter à une concurrence plus vive dans l'industrie même et à celle des produits de loisirs qui luttent pour obtenir une part de l'argent du consommateur. De plus, ces gros fabricants continueront de créer des réseaux de distribution plus importants et plus complexes aux niveaux national et international, et vendront non seulement leurs produits, mais aussi ceux qui sont fournis par les fabricants étrangers et les petits fabricants canadiens.

La récente campagne sur la bonne forme physique et les loisirs en famille devrait favoriser la croissance et la vogue de ce type d'activités aux dépens des sports individuels et d'équipe. De plus, les femmes consacrent pratiquement autant de temps que les hommes aux activités physiques pendant leurs loisirs. Cette participation accrue des femmes a non seulement aidé à accroître la participation globale à bien des activités de loisirs et de sport, mais aussi à populariser de nouvelles activités qui ont fait croître la demande pour de l'équipement neuf ou déjà sur le marché.

De son côté, la génération du "baby-boom" a grandement influé sur l'industrie des loisirs individuels et d'équipe, qui a dû répondre aux besoins d'une population adulte peu intéressée à la compétition intense, mais souhaitant un style de vie qui lui permette d'être en bonne forme et de profiter de ses loisirs. Avec l'âge, ses responsabilités se sont accrues et elle est devenue plus consciente des tensions et du risque de blessures. Cette population a donc acheté de l'équipement de meilleure qualité et plus durable, afin d'obtenir une meilleure protection et une plus grande performance.

Les poursuites pour responsabilité liée à un produit se multiplient en Amérique du Nord. En particulier, les fabricants d'équipement de gymnase et d'équipement de protection, en plus de faire face à des procès qui demandent beaucoup de temps et d'argent, ont de plus en plus de difficulté à obtenir une assurance responsabilité à taux raisonnable pour leurs produits. Aux États-Unis, l'association Sporting Goods Manufacturers of America (SGMA) fait pression pour que soit adoptée une loi limitant les primes et les prestations de responsabilité. Toutefois, on ne prévoit pas que ce problème sera réglé, du moins tout de suite, et il entraîne un accroissement des coûts, tant pour le fabricant que pour le consommateur.

Sur tous ses principaux marchés internationaux, l'industrie peut s'attendre à une plus grande concurrence pour l'équipement de patinage et de hockey où, même maintenant, elle doit faire face à une forte concurrence de la Finlande, de la Tchécoslovaquie et de l'Extrême-Orient. Pour conserver une position concurrentielle, quelques membres de l'industrie ont formé des coentreprises, accordé des licences et établi des filiales outre-mer. L'industrie canadienne est en train de mettre en place d'autres tactiques comprenant l'assemblage/conditionnement finals de produits canadiens par les distributeurs européens et des expéditions vers l'Europe de produits de marque canadienne fabriqués sous licence par des entrepreneurs d'Extrême-Orient pour concurrencer les marques de la Tchécoslovaquie et d'Extrême-Orient. Par contre, les compagnies américaines ont tendance à faire assembler ou fabriquer leurs produits sous licence au Canada pour pallier l'impact qu'ont sur les produits américains expédiés directement au Canada, les droits de douane élevés et le taux de change du dollar. Enfin, les exportations vers les États-Unis ont une forte tendance à augmenter, tandis que les exportations canadiennes vers l'Europe prennent moins d'importance.

Au cours de la dernière décennie, on a assisté à l'introduction rapide et continue d'articles de sports nouveaux et plus perfectionnés à l'échelle mondiale, ainsi qu'à la mise au point de matières premières améliorées et de la machinerie requise pour produire ces biens. Cette tendance devrait se poursuivre.

#### 5) ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Plusieurs grandes entreprises sont concurrentielles sur le marché international, tandis que quelques petites sociétés se sont taillé des créneaux dans le marché en fournissant des articles spécialisés tels les lames de patin, les fixations de ski, les manches de bâton, etc. Toutefois, il sera de plus en plus difficile pour toutes les entreprises d'offrir leurs produits aux mêmes prix que les concurrents des pays à faible prix de revient et à économie centralisée. Étant donné la grande proportion de la main-d'oeuvre nécessaire à la fabrication de nouveaux produits, l'industrie canadienne a commencé à s'approvisionner en pièces auprès des pays où les salaires sont bas.

La pénétration du marché canadien par les produits importés dépasse les 40 %. Certains secteurs comme les bicyclettes, les articles de pêche et, plus récemment, certains types d'équipement d'exercice subissent une forte pression provenant de Taïwan et de la Corée du Sud. Pour ce qui concerne les patins à lame, on prévoit encore plus de concurrence des producteurs de l'Europe de l'Est et de Taïwan sur les marchés européens.

Il y a actuellement plusieurs secteurs d'exportation relativement forts. En particulier, le secteur des sports sur glace, qui représente 35 % du total des exportations, est présent sur des marchés principalement en voie de saturation qui tendent à être limités par les conditions climatiques et les installations de patinage. Toute croissance importante des exportations devrait se manifester par une augmentation des ventes sur le marché américain. Du 65 % qui reste, environ 15 % à 20 % est constitué d'équipement de gymnase, d'exercice et de terrain de jeux. Ce marché est en pleine expansion tant dans notre pays qu'à l'étranger, et devrait continuer à grossir.

PRÉPARÉ PAR : DIRECTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET PRODUITS DE CONSOMMATION  
**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

Original Signed By

R. H. MCGEE

Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint

Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

DATE : le 30 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR: ARTICLES DE SPORT

CII: 3931

1. <u>PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985(E)</u>
Établissements	146	196	195	185	177	202	205
Emplois	7,486	7,461	7,325	6,450	6,734	7,341	7,400
Expéditions (en million de dollars)	139.2	398.9	465.5	424.4	452.5	534.3	545.0
Produit intérieur brut (en millions de dollars constant de 1971)	n/d						
Investissement (en millions de dollars)	n/d						
Bénéfices après impôt (en millions de dollars)	n/d						
(% du revenu)	n/d						

2. <u>STATISTIQUES COMMERCIALES</u>							
Exportations (en millions de dollars)	36.2	95.7	102.0	94.4	82.0	101.3	101.2
Expéditions canadiennes (en millions de dollars)	103.0	303.2	363.5	330.0	370.5	433.0	443.8
Importations (en millions de dollars)	129.3	244.8	251.8	226.1	298.4	344.5	373.8
Marché canadien (en millions de dollars)	232.3	548.0	615.3	556.1	668.9	777.5	817.6
Exportations en % des expéditions	26.0	23.9	21.9	22.2	18.1	19.0	18.6
Importations en % du marché canadien	55.6	44.7	40.9	40.6	44.6	44.3	45.7

Source des importations (%)	<u>U.S.</u>	<u>E.E.C.</u>	<u>ASIA</u>	<u>OTHERS</u>
1981	41	17	36	5
1982	42	13	33	12
1983	36	13	40	11
1984	34	15	41	10
1985	32	17	39	12

Destination des exportations (%)				
1981	57	14	6	13
1982	66	12	7	15
1983	71	12	5	12
1984	77	8	5	10
1985	78	10	5	7

3. <u>DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années</u>	<u>ATLANTIQUE</u>	<u>QUÉBEC</u>	<u>ONTARIO</u>	<u>PRAIRIES</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du total	1	33	42	8	16
Emplois - % du total	1	43	50	2	4
Expéditions - % du total	1	47	48	1	3

4. <u>PRINCIPALES ENTREPRISES</u>	<u>PROPRIÉTÉ</u>	<u>EMPLACEMENT DES PRINCIPALES USINES</u>
Warrington Inc.	canadienne	St. Jérôme, Kitchener, Italy, France
Cooper Canada Ltd.	canadienne	Toronto, Cambridge
Procycle Inc.	canadienne	St. Georges de Beauce, Québec
Amer Sport Int'l Inc.	finlandaise	St. Jean sur Richelieu, Québec
T.I. Raleigh Ind. Ltd.	britannique	Waterloo, Québec
CCM/Sport Maska Inc.	canadienne	St. Hyacinthe, St. Jean sur Richelieu, Québec

(E): estimation  
n/d: non disponible

DATE: \_\_\_\_\_



# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

#### SECTEUR DES RÉSINES SYNTHÉTIQUES

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

L'industrie canadienne des résines synthétiques compte 74 établissements qui produisent des résines et composés divers, notamment les polyéthylènes, les chlorures de polyvinyle, les polystyrènes, les polypropylènes, les acrylonitrile-butadiène-styrènes (ABS), les polyamides, les phénol-formaldéhydes, et d'autres. Ces résines servent de matières premières à d'autres industries et sont habituellement produites sous forme de poudre ou de granules, mais, dans certains cas, peuvent se présenter sous forme de liquides visqueux. Parmi les matières premières dont a besoin l'industrie des résines, mentionnons les produits pétrochimiques tels que l'éthylène, le styrène, le chlorure de vinyle et le propylène. Les établissements du secteur appartiennent principalement à la classe 3731 de la CTI.

Les principaux acheteurs des produits de ce secteur sont l'industrie des produits en matière plastique, qui consomme plus de la moitié de la production du secteur, ainsi que différentes autres industries y compris celles des adhésifs, des produits forestiers, des métaux, des fils et des câbles, de la peinture, des produits du pétrole et des produits chimiques spécialisés. Bon nombre des résines à haut volume produites au Canada ressemblent aux résines fabriquées dans d'autres pays; leurs prix doivent être concurrentiels à l'échelle internationale. D'autres résines qui possèdent des propriétés spéciales telles que la résistance à la chaleur et à l'impact, la perméabilité au gaz, et d'autres propriétés constituent des matériaux plus chers et elles ne suscitent pas une demande aussi importante que les résines à haut volume. Bon nombre des résines spécialisées ne sont pas fabriquées au Canada parce que la demande ne justifie pas l'établissement d'usines.

En 1985, la valeur des expéditions de résines synthétiques faites par les manufacturiers canadiens a été d'environ 1,7 milliard de dollars. L'industrie employait 6 200 personnes. Soixante-quatorze pour cent des expéditions se composaient de résines thermoplastiques, le polyéthylène étant en tête avec plus de 30 pour cent du total des expéditions. Les expéditions de résines thermodurcissables représentaient environ 16 pour cent de l'ensemble des expéditions. L'autre 10 pour cent des expéditions se composait de matières cellulosiques, de composées plastiques et de certains autres matériaux à base de polymères.

Des 74 établissements que compte le secteur, 42 sont en Ontario, 21 au Québec, 6 en Alberta et 5 en Colombie-Britannique. Pour ce qui est de la capacité de production, elle se répartit de la façon suivante: environ 68 pour cent en Ontario, 19 pour cent au Québec, 10 pour cent en Alberta et le reste en Colombie-Britannique. L'Ontario regroupe 59 pour cent des emplois de l'industrie, le Québec 28 pour cent environ, l'Alberta 9 pour cent et la Colombie-Britannique 4 pour cent.

En 1985, les exportations canadiennes de résines synthétiques se sont chiffrées à 800 millions de dollars, soit 47 pour cent de la valeur des expéditions. L'industrie au Canada a ajouté considérablement à sa capacité de fabrication à partir de 1975 alors qu'elle jouissait d'un avantage, à l'échelle mondiale, relativement aux coûts des matières premières. Au cours des dernières années, les événements ont contribué à réduire cet avantage, notamment les fluctuations du prix du pétrole brut et du gaz naturel au Canada comparativement aux prix de la côte américaine du golfe du Mexique. De plus, la demande de résines n'a pas pris l'expansion prévue. Dans cette industrie à forte concentration de capitaux, il est nécessaire pour des raisons économiques que les usines de résines soient exploitées à des taux élevés d'utilisation de la

capacité. En conséquence, les manufacturiers canadiens ont cherché activement à obtenir des commandes à l'exportation qu'ils n'ont souvent pu obtenir qu'à des prix très bas. Par exemple, le prix moyen de la résine de polyéthylène exportée n'était que de 0,32 \$ la livre en 1985, comparativement à 0,50 \$ la livre pour la résine de polyéthylène importée.

En 1985, les résines importées représentaient environ 55 pour cent du marché canadien.

La plupart des entreprises dans le secteur sont des filiales de sociétés étrangères. On évalue à 75 pour cent la proportion de résines synthétiques produites au Canada par des entreprises contrôlées par des sociétés étrangères. Novacor Chemicals et Polysar sont deux entreprises appartenant à des Canadiens et contrôlées par eux.

La production de résines synthétiques est répandue à l'échelle internationale aujourd'hui et représente environ 68 millions de tonnes. Les pays de l'Europe de l'Ouest produisent environ 35 pour cent de cette quantité, les États-Unis 27 pour cent, le Japon 18 pour cent, l'Europe de l'Est 11 pour cent et le Canada 3 pour cent. L'Europe de l'Ouest, les États-Unis et le Japon produisent aussi bien des résines spécialisées que des résines à haut volume, alors que la plupart des autres pays, dont le Canada, produisent surtout des résines à haut volume (non-spécialisées). Le Canada exporte surtout des résines à haut volume, bien qu'environ 10 pour cent des exportations se composent de qualités spéciales de résines que les clients préfèrent en raison de leur rendement supérieur en dépit de leur prix élevé.

b) Rendement

Entre 1975 et 1980, la valeur des expéditions a augmenté à un taux annuel réel de 17,1 pour cent, mais elle n'a augmenté que de 0,9 pour cent entre 1980 et 1985. Le marché canadien des résines a augmenté à un taux annuel moyen de 10,5 pour cent entre 1975 et 1980 et de 2,2 pour cent entre 1980 et 1985. Les fabricants canadiens de résines synthétiques desservent le marché canadien de moins en moins, leur proportion ayant diminué de 57 pour cent en 1980 à seulement 45 pour cent en 1985.

Trois facteurs semblent avoir contribué à cette diminution:

- a) De 1980 à 1985, il y a eu accroissement de l'utilisation de résines spécialisées non fabriquées au Canada en raison des applications perfectionnées de plus en plus nombreuses dans le secteur de l'emballage, le secteur automobile et d'autres industries;
- b) La valeur des importations de résines à haut volume également fabriquées au Canada, y compris le polyéthylène, le chlorure de polyvinyle et le ABS a augmenté de façon appréciable en raison de la concurrence serrée quant aux prix;
- c) Trois fabricants de polyéthylène ont importé des résines à des fins de développement du marché avant la mise sur pied de leurs usines entre 1983 et 1985. (Maintenant que ces usines fonctionnent, on pourrait constater une tendance à la hausse de la part du marché intérieur détenue par les fabricants canadiens à partir de 1986.)

Entre 1977 et 1981, on a assisté à une hausse importante de la valeur des expéditions alors que plusieurs grandes installations modernes de production de résines ont été établies. Comme la demande intérieure n'était pas suffisante pour absorber la totalité de cette capacité additionnelle, une proportion importante de la production de ces nouvelles usines a dû être vendue sur les marchés d'exportation. Comme il existe une capacité excédentaire à l'échelle internationale dans le secteur des résines, les cours mondiaux sont bas.

Depuis 1981, les profits de ce secteur sont peu élevés. Par rapport à son homologue aux États-Unis, un fabricant de résines au Canada semble rencontrer des coûts plus élevés et vendre à un prix de vente moyen plus bas, parce que a) une partie de l'industrie aux États-Unis enregistre des recettes plus élevées pour les résines spécialisées qui ne sont pas

fabriquées au Canada et qui sont moins sujettes aux pressions des prix caractéristiques du marché des résines à haut volume; et b) proportionnellement, il exporte une plus large part du total des expéditions à des prix mondiaux qui sont bas et, par conséquent, la marge sur la valeur des expéditions a tendance à être plus basse dans son cas.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

Au nombre des points forts du secteur canadien des résines synthétiques, mentionnons les coûts plus bas de l'énergie et, dans une certaine mesure, des coûts également plus bas pour les matières premières. Parmi les points faibles, citons les désavantages qu'entraînent les coûts liés aux immobilisations et à la commercialisation.

Les coûts de l'énergie au Canada tendent à être moins élevés que sur la côte américaine du golfe. Cependant, ceci ne constitue qu'un léger avantage car, habituellement, les coûts de l'énergie ne représentent que 5 pour cent des coûts d'exploitation.

On signale que les producteurs de résines de l'est du Canada, dont les charges d'alimentation proviennent du pétrole brut, peuvent acheter des matières premières aux prix types de la côte américaine du golfe et que les producteurs canadiens des provinces de l'Ouest, dont la production est à base d'éthylène obtenue à partir de liquides séparés du gaz naturel, ont des coûts d'alimentation plus bas que les producteurs de la côte américaine du golfe.

Les frais d'immobilisation au Canada, qui représenteraient typiquement environ 18 pour cent du total des coûts d'exploitation, ont été plus élevés que sur la côte américaine du golfe du Mexique, en grande partie parce qu'au départ ils étaient de 15 à 25 pour cent plus élevés en raison de coûts de construction supérieurs, résultant des différences climatiques et d'autres facteurs, ainsi que des frais financiers plus élevés. Ces coûts se manifestent par un amortissement et des frais d'entretien plus élevés ainsi qu'un rendement plus faible des investissements.

Les dépenses de commercialisation à l'unité ont tendance à être plus élevées dans le secteur canadien des résines que sur la côte américaine du golfe puisque, dans bien des cas, les marchés sont plus répandus et les volumes des expéditions sont plus bas.

Pour ce qui est de l'envergure des opérations, il semble que dans l'ensemble, les usines canadiennes de production de résines, dont la plupart ont été construites et réaménagées au cours des huit dernières années, sont de grandes usines efficaces; elles ne sont pas désavantagées matériellement par rapport aux usines américaines.

L'effet net des facteurs susmentionnés semble être qu'en comparaison avec un producteur typique de résines synthétiques de la côte américaine du golfe du Mexique, l'industrie canadienne a des coûts d'exploitation\* de 3 à 5 pour cent plus élevés dans l'est du Canada et de 2 à 4 pour cent plus bas dans les provinces de l'Ouest.

On estime que, par rapport à la demande canadienne de 1985, la capacité excédentaire de fabrication que les producteurs canadiens de résines doivent essayer à exporter était de 113 pour cent pour le polyéthylène de faible densité, de 21 pour cent pour le polyéthylène de forte densité, de 38 pour cent pour le chlorure de polyvinyle, de 18 pour cent pour le polypropylène et de 43 pour cent pour le polystyrène.

### b) Facteurs liés au commerce

Les droits de douane canadiens visant les importations de résines synthétiques vont de 9,6 à 10,1 pour cent, ceux des États-Unis se situent

\* ("coûts d'exploitation" comprennent tous les coûts et dépenses, sauf les coûts de livraison)

entre 9,4 et 12,8 pour cent, ceux des pays de la CEE vont de 13,4 à 14 pour cent, et ceux du Japon varient entre 6,4 et 15 pour cent. Dans les conditions actuelles de concurrence internationale intense, ces droits de douane font qu'il est difficile de vendre, à des prix concurrentiels, des résines à haut volume à ces marchés d'exportation. Les obstacles non tarifaires n'ont pas été importants dans le commerce des résines synthétiques.

c) Facteurs technologiques

Dans l'ensemble, la technologie utilisée au Canada est à jour. Quelques fabricants au Canada se sont taillés une réputation pour la technologie qu'ils utilisent concernant certains types de produits. Mentionnons Dupont Canada Inc. (mise au point d'une série de résines spécialisées à base de polyéthylène et de certains produits - tuyaux et pellicules - dérivés de ces résines), C-I-L Inc. (copolymère d'éthylène et d'acétate de vinyl) et Reichhold Ltd. (mise au point de résines phénoliques solides qui sont utilisées dans l'industrie des produits forestiers). Cependant, ces exemples précis semblent rares et la production canadienne se compose principalement de résines non-spécialisées. La plupart des résines spécialisées (telles le polycarbonate, le polytétrafluoro-éthylène, le polyacétal, les polysulfones et d'autres) ne sont pas fabriquées au Canada et sont importées, principalement des États-Unis. Les possibilités de fabrication de ces produits au Canada sont limitées pour le moment car, sauf quelques exceptions, les marchés pour ces produits sont assez restreints et ne justifient l'existence que d'une ou deux usines de fabrication en Amérique du Nord.

3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Il n'existe aucun programme fédéral ou provincial et aucune politique qui visent précisément ce secteur. Cependant, la structure des coûts du secteur fluctue en fonction de la politique énergétique.

En septembre 1981, les gouvernements fédéral et de l'Alberta ont signé un protocole d'entente sur l'établissement des prix de l'énergie et sur les impôts selon lequel les prix du pétrole canadien devaient augmenter conformément à des modalités établies. Peu après, les prix du pétrole à l'échelle internationale ont commencé à baisser, contrairement aux prix du pétrole au Canada, ce qui a éliminé l'avantage des prix des charges d'alimentation dont profitaient les producteurs de résines de l'est du Canada, comparativement à la côte américaine du golfe du Mexique. De même, l'avantage des prix des charges d'alimentation pour les producteurs de résines de l'ouest du Canada a diminué considérablement parce que le prix du gaz naturel a augmenté au Canada proportionnellement à celui du pétrole brut, alors que le prix du gaz naturel aux États-Unis a diminué.

En mars 1985, les gouvernements fédéral, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont convenu de déréglementer les prix du pétrole au milieu de 1985 et d'éliminer graduellement l'impôt sur les recettes provenant du pétrole et du gaz avant le début de 1989. Cette mesure, ainsi que le plan visant à éliminer avant novembre 1986 la politique visant le prix du gaz naturel aux frontières de l'Alberta, devraient entraîner un système d'établissement des prix plus sensible au marché pour le pétrole, le gaz, et les produits chimiques en aval, y compris les résines.

4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

On s'attend à ce que la tendance à moyen terme se traduise par une diminution du taux des investissements dans des installations de production nouvelles et élargies étant donné que la demande actuelle ne devrait pas égaler la capacité d'offre canadienne avant quelques années. Il semble raisonnable de prédire que les expéditions de résines synthétiques connaîtront une croissance à long terme qui dépassera celle du PNB au fur et à mesure que de nouveaux produits à base de résines synthétiques seront mis au point pour la construction, l'emballage, les communications, la machinerie, les transports et les biens de consommation.

Dans la mesure où les nouvelles applications nécessitent des résines spécialisées qui ne sont pas fabriquées au Canada, par ex. des boîtes de conserve à base de résines de polyéthylène téréphthalate (PET), qui pourraient remplacer éventuellement les boîtes de conserve en acier et en aluminium, il se peut que l'industrie canadienne des résines, qui fabrique principalement des résines non-spécialisées, croisse moins rapidement qu'aux États-Unis. Si l'usage des boîtes de conserve devenait plus répandu, il pourrait être possible de construire une usine de fabrication de résines de PET au Canada.

L'Arabie saoudite a commencé à produire des résines de polyéthylène (à la fin de 1984) et des résines de chlorure de polyvinyle (au début de 1986) et cette nouvelle source de résines à bas prix pourrait avoir une incidence sur les marchés d'exportation canadiens. Les résines produites par l'Arabie saoudite devraient être mises en marché principalement au Japon, en Europe de l'Ouest et en Asie du sud-est, ce qui ne devrait pas poser de menace directe aux principales exportations canadiennes de résines aux États-Unis. Cependant, elles pourraient avoir un effet de dissuasion sur les exportations du Canada vers l'Asie du sud-est et vers les marchés européens qui, habituellement, représentent respectivement 6 et 2 pour cent du total des expéditions de résines faites par des entreprises au Canada.

5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Le secteur canadien des usines synthétiques connaît des coûts qui, comparativement à ceux de la côte américaine du golfe du Mexique, sont plus élevés dans l'est du Canada et plus bas dans l'ouest du Canada lorsqu'on ne tient pas compte des coûts de livraison. Par contre, lorsqu'on en tient compte, et s'il n'existait aucun droit de douane aujourd'hui, le coût des résines une fois expédiées et livrées est considéré plus bas que sur la côte américaine du golfe du Mexique lorsqu'elles proviennent d'usines de l'est du Canada et qu'elles sont livrées à des clients dans l'est du Canada et dans des villes américaines près des Grands Lacs; cependant, ces coûts sont plus élevés que sur la côte américaine du Golfe lorsque les résines sont expédiées vers des destinations du littoral atlantique. Le coût des résines expédiées d'usines des provinces de l'Ouest vers les marchés américains de la Côte du Pacifique semble être plus bas que celui de la côte américaine du Golfe, mais lorsque ces résines sont expédiées vers le Midwest américain (par ex. Chicago), le coût y est à peu près équivalent.

Préparé par: Direction générale de la transformation des richesses  
naturelles  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation des richesses  
naturelles

Date: 1e 3 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

NOM DU SECTEUR: Résines synthétiques

CTI: 3731

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	Estimation 1985
Établissements	41	64	61	70	74	74	75
Emplois	4,322	6,246	6,505	5,997	5,921	6,000	6,250
Expéditions (millions de dollars)	211	1,373	1,512	1,368	1,619	1,615	1,708
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	80	170	176	155	176	185	195
Investissements (millions de dollars)	14.7	88.1	100.1	71.2	40.1	45.6	53.4
Profits après impôt (millions de dollars)	-	118.0	63.5	(19.3)	60.7	-	-
(% du revenu)	-	8.6	4.2	(1.4)	3.8	-	-

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

	1971	1980	1981	1982	1983	1984	1985
Exportations (millions de dollars)	76	467	513	516	521	629	800
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	135	906	999	852	1,098	986	908
Importations (millions de dollars)	168	680	791	712	934	1,063	1,122
Marché canadien (millions de dollars)	303	1,586	1,790	1,564	2,032	2,049	2,030
Exportations en % des expéditions	36	34	34	38	32	39	47
Importations en % du marché canadien	55	43	44	46	46	52	55

Source des importations (4 principales) - %	É.-U.	C.E.E.	ASIE	AUTRES
1981	89.2	8.3	1.6	0.9
1982	89.7	7.8	1.3	1.2
1983	87.2	9.7	1.2	1.9
1984	86.6	10.2	1.7	1.5

Destination des exportations (4 principales) - %	É.-U.	C.E.E.	ASIE	AUTRES
1981	51.7	5.2	15.2	27.9
1982	44.2	5.0	25.6	25.2
1983	59.1	3.2	15.5	22.2
1984	62.8	4.7	14.4	18.1

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

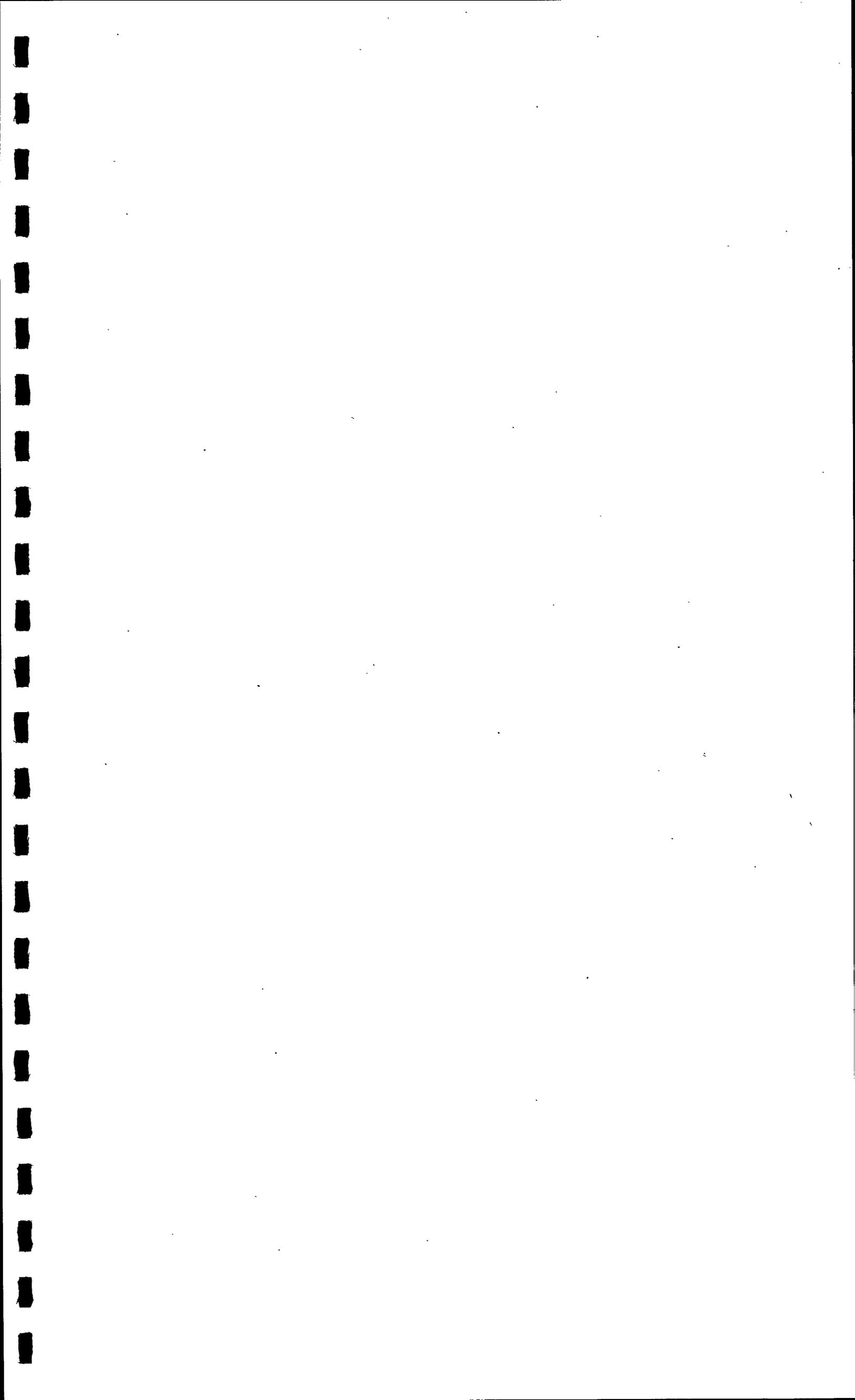
	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements - % du total	1	28	57	8	7
Emplois - % du total	-	-	59	9	-
Expéditions - % du total	-	-	58	10	-

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

Nom	Propriété	Emplacement des principales usines	Concentration (% du marché canadien)
1. Polysar Ltd.	Canada	Cambridge (Ontario) Montréal (Québec)	
2. Dow Chemical Canada Ltd.	É.-U.	Sarnia (Ontario)	
3. Du Pont Canda Inc.	É.-U.	Sarnia (Ontario) Alberta	

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- |     |                               |          |   |
|-----|-------------------------------|----------|---|
| 4.  | C-I-L Inc.                    | R.-U.    | Edmonton (Alberta)  |
| 5.  | Esso Chemical Canada          | É.-U.    | Sarnia (Ontario)  |
| 6.  | Novacor Chemicals<br>Ltd.     | Canada   | Joffre (Alberta)  |
| 7.  | B.F. Goodrich Canada<br>Inc.  | É.-U.    | Fort Saskatchewan (Alberta)<br>Shawinigan (Québec)<br>Niagara Falls (Ontario) |
| 8.  | Shell Canada<br>Chemical Co.  | Pays-Bas | Sarnia (Ontario)  |
| 9.  | Himont Canada Inc.            | É.-U.    | Varenes (Québec)  |
| 10. | Borg-Warner<br>Chemicals Ltd. | É.-U.    | Cobourg (Ontario)   |



### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

Secteur: TEXTILES

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

L'industrie textile canadienne peut être divisée en trois grands sous-secteurs : Textiles de première transformation, Fabrication de tapis, carpettes et moquettes et Fabrication d'autres produits textiles. Le premier sous-secteur, celui des Textiles de première transformation, regroupe les producteurs de fibres et de filés, de tissus tissés et tricotés et les finisseurs de ces textiles. Le deuxième sous-secteur, celui de la Fabrication de tapis, etc., regroupe les fabricants de tapis et carpettes pour le marché résidentiel et commercial. Enfin, le troisième et dernier secteur, celui de la Fabrication de textiles divers, regroupe un nombre important d'établissements relativement petits qui utilisent la coupe et la couture comme opérations de base et produisent des articles en toile ainsi que des textiles à usages domestique et autres.

En 1985, cette industrie employait quelque 63 000 personnes et déclarait 5,5 milliards d'expéditions, dont environ 10 % d'exportations. Elle comptait approximativement 1 070 établissements; 85 d'entre eux (soit approximativement 8 % du total) employaient 200 personnes ou plus et comptaient pour 60 % de l'emploi total. Le sous-secteur des Textiles de première transformation, qui comprend 425 établissements, comptait pour quelque 65 % des expéditions et de l'emploi dans l'industrie textile. Le sous-secteur de la Fabrication de textiles divers, avec ses 610 établissements, comptait pour 20 % des expéditions et 27 % de l'emploi. Quant au dernier sous-secteur, celui des Tapis, etc., avec ses 35 établissements, il comptait pour 14 % des expéditions et 8 % de l'emploi dans l'industrie textile.

Selon les données les plus récentes (1983), on comptait quelque 39 % des établissements et 52 % de l'emploi de l'industrie textile au Québec; 41 % des établissements et de l'emploi en Ontario et, enfin, 20 % des établissements et 7 % de l'emploi dans d'autres provinces. A l'encontre de l'industrie du vêtement, l'industrie textile tire la plus grande partie de sa production de petites localités qui bénéficiaient de ressources en eau et d'une main-d'oeuvre locale stable. Par ailleurs, on estime que 60 % des travailleurs de l'industrie textile sont syndiqués; la syndicalisation est forte dans les grands établissements et plutôt faible, en revanche, dans les établissements plus petits, particulièrement dans les grandes zones urbaines.

Les établissements des sous-secteurs des textiles de première transformation et des tapis sont plus importants et caractérisés par une plus forte intensité de capital et de plus grandes économies d'échelle que le sous-secteur de la fabrication d'autres produits textiles; en conséquence les contraintes à l'entrée dans ces sous-secteurs sont élevées. L'intégration verticale relativement importante au Canada, surtout dans le secteur des tissés, s'explique en partie par le niveau de protection douanière à diverses étapes de la fabrication (fils, tissus écrus et tissus finis) et par les dimensions réduites du marché intérieur.

En 1983, quelque 50 % des expéditions de textiles provenaient d'entreprises contrôlées par des capitaux étrangers (surtout américains) particulièrement dans deux secteurs des textiles de première transformation - les fibres synthétiques et les tissus synthétiques lesquels comptaient pour plus de 60 % des expéditions. Les capitaux étrangers jouent eux aussi un rôle important dans le secteur de la fabrication de tapis; ce rôle est cependant moins marqué dans le sous-secteur des textiles divers.

L'industrie alimente trois principaux marchés : la fabrication de vêtements (40 %), de textiles à usage domestique (35 %) et à usage industriel (25 %).

b) Rendement

Depuis 1971, les fabricants canadiens de textiles ont fourni quelque 70 % (en valeur) du marché; contrairement à l'industrie du vêtement, la majeure partie des importations de textiles (plus de 70 %) provenait des pays industrialisés.

Dans le secteur des textiles de première transformation, à la suite d'une période de rationalisation, les producteurs n'alimentent plus que 50 % environ du marché apparent. Toutefois, dans le segment "tricotage" de ce sous-secteur, lequel compte pour environ 11 % des expéditions de textiles de première transformation, les fabricants canadiens détiennent 90 % du marché apparent; cela vient en partie des tarifs effectifs élevés en vigueur (douane sur la valeur ajoutée) et de la versatilité de la technologie qui facilite la production d'une gamme variée de tissus tricotés. En ce qui concerne les tapis et produits connexes, les fabricants canadiens continuent de détenir une part importante du marché (85 % de ce dernier), bien que la stagnation des ventes, ces quelques dernières années, ait entraîné une surcapacité. D'une manière générale, dans le segment des textiles divers, les fabricants canadiens servent les marchés locaux et ne subissent pas de pressions des importations.

L'emploi dans l'industrie textile a diminué de 7 400 entre 1979 et 1984, en raison d'une augmentation annuelle de la productivité d'environ 1,5 % et de l'impact des importations de vêtements, qui ont augmenté de 9,5 % par an durant la même période. Cette progression rapide a entraîné la fermeture d'un certain nombre d'entreprises productrices de vêtements, notamment Wabasso Inc., et de certaines grandes usines de Dominion Textile Inc.

En pourcentage des livraisons, les exportations ont augmenté; elles sont passées de 6,5 % en 1973 à 10 % en 1985 et devraient conserver cette part des expéditions durant les quelques prochaines années. Récemment, le Canada a surtout exporté des fibres synthétiques et des filaments, des tapis et des tissus enduits. A l'heure actuelle, les exportations de textiles aux États-Unis comptent pour plus de 50 % du total; en 1981, elles ne représentaient que pour 32 %. Le Canada a perdu un pourcentage substantiel de ventes de tapis à l'Australie à la suite d'une augmentation des tarifs sur ces produits, de la suppression des quotas d'importation et du versement de subventions aux fabricants australiens de filés pour tapis.

Durant les années 1970, le bénéfice net (après impôt) sur le capital employé dans l'industrie était généralement inférieur à la moyenne de l'ensemble de l'industrie manufacturière; de 1979 à 1981, il a soit dépassé ou pratiquement atteint le niveau pour toute l'industrie manufacturière. Comme celle-ci, l'industrie textile a vu ses profits tomber en chute libre durant la récession de 1982. L'année suivante, le bénéfice après impôt sur le capital employé dans l'industrie textile était de 8,2 % contre 4,5 % en moyenne pour l'ensemble de l'industrie manufacturière.

En 1985, l'utilisation de la capacité était de 95 % environ pour l'industrie, pourcentage considérablement supérieur à la moyenne de 81 % enregistrée au cours des trois années précédentes. La demande accrue de tapis et la fermeture massive d'établissements, surtout dans le domaine des textiles de première transformation, en 1984 et 1985, sont des facteurs importants qui ont contribué à l'obtention du taux de 1985.

2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

a) Facteurs structurels

Depuis les années 1960, comptant sur l'évolution de la technologie, les entreprises du secteur des textiles de première transformation des pays industrialisés ont connu une augmentation substantielle des économies d'échelle et, dans certains cas, ont développé des marchés d'exportation pour justifier les importantes dépenses d'investissement nécessaires, en particulier dans la production de fibres synthétiques. L'industrie textile

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 3 -

canadienne s'est orientée vers une production capitaliste et l'usine canadienne moyenne est de dimensions semblables à sa contrepartie dans d'autres pays industrialisés, cependant aux États-Unis, il existe des établissements beaucoup plus importants qui réalisent des économies supplémentaires grâce à la spécialisation (fibres synthétiques, tapis ou teinture et finissage de tissus).

Au Canada, en raison de difficultés à réaliser des économies d'échelle pour certains produits textiles de première transformation et de surcapacité à l'échelle du monde entier, un certain nombre de produits ont été supprimés il y a quelques années, notamment les fibres acryliques, les fils de triacétate et certains filés de filaments de polyester. De même, l'ampleur des économies d'échelle réalisées dans la filature et le tissage des tissus synthétiques et des tissus de coton ainsi que l'augmentation des importations de textiles dans les années 1950 et 1960, combinée à l'augmentation des importations de vêtements durant les décennies suivantes (1970 et 1980) ont entraîné une rationalisation poussée si bien qu'il n'existe plus qu'un ou deux fournisseurs canadiens pour certains produits textiles de première transformation.

Bien que la fabrication de tapis et de produits connexes soit devenue elle aussi capitaliste, elle n'en demeure pas moins fragmentée (on compte en effet 35 établissements). Cela vient en partie des tarifs douaniers élevés et du fait qu'une partie importante de la production régionale est protégée dans une certaine mesure par des coûts élevés de transport. Les techniques utilisées dans le secteur de textiles divers, tels que toiles et produits à usage domestique, sont moins avancées que celles qu'on emploie dans le cas des textiles de première transformation ou dans la fabrication de tapis et carpettes. En outre, le besoin d'avoir de grandes courses de production est moins important, en partie parce que les produits sont dans bien des cas faits sur mesure ou qu'ils sont destinés au marché local ou à des marchés spécialisés.

En 1983, dernière année pour laquelle des données comparatives détaillées sont disponibles, au Canada, la moyenne du coût unitaire de la main-d'oeuvre était inférieur de 17 % environ à celui de la main-d'oeuvre américaine. Cependant les coûts unitaires variaient selon les segments de l'industrie. Ainsi, les fabricants canadiens de laine avaient un avantage substantiel (près de 30 %) sur le plan du coût unitaire, alors que leurs homologues dans le domaine des fibres synthétiques et celui des filaments, dans lesquels les économies d'échelle sont très importantes, avaient un coût unitaire de la main-d'oeuvre plus élevé de 12 %.

En 1984, la Commission du textile et du vêtement a indiqué que, pour certains articles textiles, les coûts de production étaient plus élevés au Canada qu'aux États-Unis. Les différences prouvaient en grande partie les restrictions imposées par un marché intérieur beaucoup plus petit et par des séries de production plus courtes d'une gamme très variée de produits. Ces facteurs ont également entraîné des coûts de vente et des frais administratifs généralement plus élevés au Canada. De même, la Commission a constaté que les matières premières, le transport et la construction coûtaient plus cher au Canada que dans le sud des États-Unis, où cette industrie est concentrée. Les constatations de la Commission se basaient sur la conjoncture commerciale d'alors et sur le marché, notamment sur le fait que le dollar canadien valait à cette période 0,80\$ US.

L'évolution de l'industrie textile est, dans une large mesure, fonction de celle de l'industrie du vêtement, qui est son principal client.

### **b) Facteurs liés au commerce**

Le commerce international dans les secteurs du textile et du vêtement est réglementé par l'Arrangement Multifibres (AMF), accord négocié sous les auspices du GATT et qui permet certaines dérogations à ce dernier. Ainsi, en vertu de l'AMF, on peut négocier des ententes de restriction bilatérale des importations ou, dans certains cas, des quotas unilatéraux (sans dédommagement) pour certaines importations qui perturbent le marché.

La compétitivité accrue de l'industrie canadienne par rapport à celle de pays à main-d'oeuvre bon marché a réduit la proportion d'importations de textiles touchée par les accords bilatéraux; cette proportion n'est que de 6 % à l'heure actuelle. Cependant le secteur du vêtement doit toujours lutter contre les importations de vêtements bon marché. En outre, quelques sous-secteurs de l'industrie du textile à savoir celui des tissus de laine peignée et celui des textiles à usage domestique, doivent encore faire face à la concurrence directe de pays à main-d'oeuvre bon marché, surtout en raison de la part plus élevée de travail qui entre dans ces produits.

Le Canada maintient une protection douanière élevée sur les textiles et, comme la plupart des pays industrialisés, il exclut les textiles et les vêtements du SGP (Système général de préférences). Les tarifs douaniers moyens au Canada (après les Négociations commerciales multilatérales [NCM]) seront de 18 % pour les textiles et de 9 % pour l'ensemble des produits manufacturés. Les taux moyens correspondants aux États-Unis seront respectivement de 10,4 % et de 5 %. Quant à la CEE, elle imposera des tarifs de 6,4 % et de 6 %. Les tarifs imposés par les États-Unis à certains segments de l'industrie textile (par exemple, 40 % sur les tissus de laine) limitent les exportations canadiennes.

**c) Facteurs technologiques**

Le sous-secteur des textiles de première transformation et celui des tapis, moquettes, etc. ont adopté des techniques de pointe; ils sont modernes tout comme leurs homologues des pays industrialisés ou des pays à main-d'oeuvre bon marché; la situation n'est cependant pas la même, à l'échelle du monde entier, dans le sous-secteur de textiles divers.

**d) Autres facteurs**

Le commerce international des textiles connaît souvent des ventes sporadiques, à des prix qui ne correspondent aucunement au coût total. Cela vient, dans une certaine mesure, du fait qu'il est important de maintenir de longues séries de production pour réaliser des économies d'échelle. L'impact négatif de ces ventes sur l'industrie canadienne augmente en raison des dimensions restreintes du marché et du fait que les États-Unis, voisins immédiats du Canada, ont une des industries textiles les plus importantes du monde.

**3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX**

Outre la protection douanière et les accords bilatéraux de restrictions, l'industrie textile, tout comme d'ailleurs celle du vêtement et de la chaussure, a bénéficié d'une gamme variée de programmes destinés autant à l'industrie qu'aux travailleurs. Depuis la création du Programme canadien pour un renouveau industriel (PCRI) et jusqu'au 31 mars 1986 quelque \$54,4 millions d'un montant total de \$141,1 million ont été versés aux firmes de l'industrie textile. De la fin de 1981 à ce jour, l'aide financière aux travailleurs des trois industries dans le cadre de divers programmes d'EIC et de Travail Canada, a totalisé un peu plus de \$122 millions.

L'CRI détenait un mandat de cinq ans pour appuyer le processus d'adaptation de l'industrie dans les domaines des textiles, du vêtement et de la chaussure; ce mandat a expiré le 31 mars 1986. Les entreprises oeuvrant dans ces trois secteurs ainsi que les régions spéciales de l'OCRI sont devenues admissibles à une aide disponible pour toutes les industries, dans le cadre du PDIR (Programme de développement industriel et régional).

**4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT**

L'avenir du secteur des textiles repose, dans une large mesure, sur la demande de textiles par l'industrie du vêtement; le renouvellement de l'AMF sera importante à cet égard. A moins qu'on ne modifie largement les politiques commerciales actuelles, on s'attend que le Canada continue de connaître un déficit notable sur le plan des textiles au cours des 5 à 10 prochaines années. Il ne devrait pas y avoir, à moyen terme,

d'innovation majeure sur le plan technologique bien que les fabricants de machines textiles doivent, selon toute vraisemblance, continuer de faire des changements - en automatisant de plus en plus la fabrication et en accélérant les cycles de production. Si les rythmes actuels d'augmentation de la productivité se maintiennent et que les importations dans le secteur du vêtement continuent d'augmenter plus vite que le marché ne se développe, l'emploi dans l'industrie devrait continuer de diminuer à long terme particulièrement dans le secteur des textiles de première transformation.

#### 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Il faut évaluer la compétitivité de ce secteur à la lumière de grandes considérations internationales, plus particulièrement l'impact notable dans tous les pays industrialisés et producteurs de textiles, des importations de vêtements en provenance de pays à main-d'oeuvre bon marché.

En raison des progrès technologiques et de la production de plus en plus capitaliste, les fabricants de produits textiles dans les pays développés, notamment le Canada, peuvent maintenant concurrencer, pour la plupart des produits textiles, leurs homologues de pays à main-d'oeuvre bon marché. Dans certains sous-secteurs du textile, notamment ceux des tissus de laine peignée et des textiles à usage domestique, où la main-d'oeuvre demeure importante, les pays à main-d'oeuvre bon marché continuent d'avoir l'avantage. Bien que les pays industrialisés restreignent les quantités pour contrer les pressions de la main-d'oeuvre bon marché de ces régions, la protection est moindre que dans le cas de l'industrie du vêtement. Alors que les taux moyens et élevés des droits de douane imposés par les pays industrialisés constituent une protection supplémentaire contre les importations des pays à bas coût de main-d'oeuvre, ils s'appliquent avant tout au commerce des pays producteurs de textiles entre eux.

L'industrie canadienne a également procédé à une rationalisation. Grâce aux restrictions quantitatives négociées qui touchent environ 6 % des importations canadiennes de textiles et aux droits de 18 % actuellement en vigueur, les entreprises canadiennes peuvent concurrencer les importateurs, qu'il s'agisse de pays à bas prix de revient ou de pays industrialisés. Toutefois, l'existence de mesures relatives aux importations de vêtements est un élément décisif au maintien de l'industrie textile intérieure.

Étant donné la diversité des segments de l'industrie textile canadienne, il est difficile de déterminer la compétitivité globale de cette industrie sur le plan international. Il semble que des réductions substantielles des tarifs douaniers pourraient faire augmenter les pressions des importations dans certains domaines, notamment celui des tapis et des produits connexes. Parallèlement, certains segments, tels que celui des tissus de laine, pourraient bénéficier d'une augmentation des exportations vers les États-Unis si ceux-ci n'imposent pas de tarifs douaniers élevés.

Rédigé par: Direction du textile, du vêtement et de la chaussure  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

original original  
signed by signé par  
R. Harley McGee

Sous-ministre adjoint

Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

Date: le 28 avril, 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Avril 1986

**FICHE D'INFORMATION**  
(CTI de 1980)

**SECTEUR : TEXTILES**

**CTI : Grands groupes 18, 19 et CTI 3993**

**1. PRINCIPALES STATISTIQUES**

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	979	1,014	1,012	1,046	1,072	n.d.	n.d.
Emplois	72,868	69,806	67,475	58,892	62,576	63,000	63,000
Expéditions (million de \$) (volume, par ex., tonnes, le cas échéant)	1,797	4,559	5,147	4,471	5,289	5,323	5,534
Produit intérieur brut (millions de \$ constants en 1971)	n.d.						
Investissements (millions de \$)*	655.9	860.0	890.0	720.0	883.5	884.3	887.9
Profit après impôt (millions de \$)*	115.9	261.5	261.2	242.2	256.5	301.9	317.9
(% du revenu)*	51.8	216.5	168.7	27.5	205.6	n.d.	n.d.
	n.d.	4.2	3.0	1.2	3.4	n.d.	n.d.

\* A l'exclusion des usines de tricotage

**2. STATISTIQUES COMMERCIALES**

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Exportations (millions de \$)	114	423	472	429	427	519	561
Expéditions canadiennes (millions de \$)	1,683	4,136	4,674	4,042	4,861	4,803	4,973
Importations (millions de \$)	613	1,622	1,848	1,525	1,902	2,192	2,312
Marché canadien (millions de \$)	2,296	5,758	6,522	5,567	6,763	6,995	7,285
Exportations en % des expéditions	6.3	9.3	9.2	9.6	8.1	9.8	10.1
Importations en % du marché canadien	26.7	28.3	28.3	27.4	28.1	31.3	31.7
Part canadienne du marché international	--	--	--	--	--	--	--

Source des importations	<u>É.-U.</u>	<u>CEE</u>	<u>Autres pays ind.</u>	<u>Pays à bas prix de revient</u>
Part en % des importations totales - 1981	59	14	8	19
1982	57	15	8	20
1983	55	15	8	22
1984	51	18	7	24

Destination des exportations	<u>É.-U.</u>	<u>CEE</u>	<u>Autres pays ind.</u>	<u>Pays à bas prix de revient</u>
Part en % des exportations totales - 1981	32	18	8	42
1982	40	16	6	38
1983	47	12	7	34
1984	54	10	6	30

**3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - 1983**

	<u>Atlantique</u>	<u>Qué.</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>	
Établissements - % du total		3	39	41	10	7
Emplois - % du total		(x)	52	41	(x)	(x)
Expéditions - % du total		(x)	53	41	(x)	(x)

(x) données confidentielles

Source : Pour 1971 : Recensement des manufactures de 1983 (recensement annuel).  
Pour 1984 et 1985 : Emploi, gains et durée du travail (enquête mensuelle de tous les fabricants).

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 2 -

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

	Propriété	Emplacement des principales usines	Concentration en % du marché intérieur
1. Dominion Textile Inc.	CANADA	Québec et Ontario	n.d.
2. Du Pont Canada Inc.	É.-U.	Kingston, North Bay, (Ont.)	n.d.
3. Celanese Canada Inc.	É.-U.	Drummondville (Qué.) Millhaven (Ont.)	n.d.
4. Peerless Carpet Corporation	CANADA/ É.-U.	Actonville (Qué.)	n.d.



### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

#### ARTICLES DE TOILETTE

#### 1. STURCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

Le secteur des articles de toilette fabrique une vaste gamme de produits de nettoyage et d'embellissement du corps humain. Les produits se divisent en cinq grandes catégories : les cosmétiques, les parfums, les produits de soins capillaires, les produits de soins personnels et les produits divers.

Au Canada, les produits sont essentiellement fabriqués par lots : on mélange les matériaux bruts, on en remplit des contenants destinés à la vente au détail, on les emballe avant de les expédier aux revendeurs puis on en teste la qualité. Au Canada, le matériel de fabrication et d'emballage est semi-automatisé, d'une grande souplesse d'utilisation et faiblement capitalistique. Les usines de production sont plutôt petites alors que les entrepôts dans lesquels sont conservés les produits finis sont beaucoup plus vastes. D'autre part, aux États-Unis, l'entreprise type dans ce secteur est beaucoup plus grande et se sert de matériels perfectionnés, fortement automatisés, commandés par ordinateur et conçus pour une production en grande série.

En 1984, cette industrie employait au Canada environ 8 900 personnes (dont 4 300 dans la production) et ses expéditions s'élevaient à environ 960 millions de dollars.

L'industrie canadienne des articles de toilette est fortement axée sur le marché intérieur auquel environ 97 % des expéditions sont destinées. Les installations sont situées presque entièrement à Montréal et à Toronto, à proximité des principaux marchés canadiens.

L'industrie canadienne se compose essentiellement de deux grands segments, qui se distinguent l'un de l'autre par les propriétaires des entreprises et par la nature des activités. Le plus grand de ces secteurs se compose de filiales canadiennes de multinationales étrangères. Ces entreprises produisent et commercialisent une vaste gamme de produits et leur part des expéditions canadiennes s'élève à plus de 75 %. Treize des quatorze principales sociétés qui oeuvrent dans ce domaine au Canada appartiennent à des entreprises étrangères, onze à des entreprises américaines et deux à des entreprises européennes. Avon est la plus importante société de ce genre au Canada (et au monde) et des noms comme Revlon, Clairol, Fabergé et L'Oréal sont bien connus. Le segment national de cette industrie se compose d'entreprises de taille relativement faible, dont les ventes s'élèvent en général à moins de 5 millions de dollars. Parmi ces entreprises on retrouve des sociétés qui produisent et commercialisent leurs propres produits, des sociétés qui fabriquent et distribuent sous licence des produits de sociétés étrangères, des entreprises qui travaillent à façon, surtout pour les grandes multinationales et, dans une moindre mesure, de petites entreprises canadiennes qui commercialisent des articles de toilette qu'elles ne fabriquent pas elles-mêmes. La société CCL Industries Inc. constitue à cet égard une exception en terme de taille; il s'agit d'un important façonnier canadien qui produit une gamme complète d'articles de toilette. Les fabricants canadiens sont des entreprises très souples qui se spécialisent dans la production en petite série.

Dans l'industrie canadienne, l'intégration verticale n'est pas importante. Les trois principales sociétés accaparent 28 % du marché et les 16 premières quant à elles 76 %. L'intégration horizontale est beaucoup plus répandue dans cette industrie, certains articles de toilettes étant semblables à des produits fabriqués par l'industrie pharmaceutique ou l'industrie des savons et des produits de nettoyage.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

En comparaison, l'industrie américaine des articles de toilette, dont les expéditions s'élevaient à 10,2 milliards de dollars américains en 1984, est à peu près 15 fois plus importante que l'industrie canadienne. Elle est en outre fortement concentrée, les quatre plus grandes sociétés comptant pour 40 % du total des expéditions.

### b) Rendement

Le taux de croissance annuel moyen réel des expéditions de cette industrie au Canada était de 3 % de 1974 à 1979 et de 5 % de 1979 à 1984. Les exportations, qui comptaient pour 5 millions de dollars ou 1,6 % des expéditions en 1974, ont connu une hausse qui les a portées à 31 millions de dollars soit 3,3 % des expéditions en 1984. Les importations, quant à elles, qui étaient de 23 millions de dollars ou 7 % du marché canadien en 1974, ont augmenté à 116 millions de dollars ou 11,1 % du marché canadien en 1984. Cette industrie employait 8 900 personnes en 1984, alors qu'elle n'en employait que 6 160 en 1974.

Bien que cette industrie ait été considérée internationalement comme protégée contre la récession, on s'attend maintenant à une stabilisation du volume des ventes. On prévoit un taux de croissance de 2 % ou moins au Canada au cours des deux à trois prochaines années, seuls quelques produits comme les mousses capillaires et les produits de santé devant connaître un taux de croissance supérieur. Les représentants de l'industrie attribuent ce taux de croissance inférieur au taux prévu à une réduction du revenu libre de sa clientèle cible et à des modifications dans le comportement des consommateurs. Les investissements dans le secteur des articles de toilette au cours de la dernière décennie sont relativement peu importants; ils s'élèvent à environ 10 à 20 millions de dollars chaque année.

La situation financière générale de cette industrie est bonne. Les profits après impôt sur le capital investi ont été en moyenne de 10 % au cours de la période de cinq ans se terminant en 1982. Ce secteur fait face au ralentissement dans la croissance du volume des ventes en introduisant un nombre limité de produits dont le coût de commercialisation est élevé et en exploitant ses lignes de produits existantes ou des produits complémentaires pour se constituer une nouvelle clientèle.

## 2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

### a) Facteurs structurels

L'industrie canadienne constitue essentiellement une industrie d'usines succursales orientée vers la satisfaction des besoins du marché intérieur. Les sociétés canadiennes ne peuvent pas profiter d'économies d'échelle importante, la plupart, peu importe leur taille, exploitant une seule usine huit heures par jour.

Actuellement, l'industrie canadienne est légèrement défavorisée dans ses coûts de production. Ainsi, les matériaux bruts utilisés par les fabricants canadiens d'articles de toilette, qui, en moyenne, comptent pour environ 15 à 20 % de la valeur des expéditions, tendent à coûter plus cher ici puisque les achats sont effectués en plus petites quantités et qu'ils sont soumis à des droits d'importation. La presque totalité des matériaux qui entrent dans la composition des parfums sont importés par des filiales de sociétés qui se spécialisent dans la fabrication des parfums à l'échelle mondiale. Environ 50 % des autres matériaux bruts sont également importés de la société mère, souvent sous la forme de concentrés en vrac. Les emballages utilisés par les fabricants canadiens, qui, en moyenne, comptent pour 15 % de la valeur des expéditions, sont surtout d'origine canadienne. A l'exception de certains contenants et éléments importés relativement plus coûteux, les coûts d'emballage sont à peu près les mêmes au Canada qu'aux États-Unis.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Par comparaison, les opérations de fabrication et d'emballage sont entièrement automatisées dans les grandes usines américaines, qui sont dotées des équipements les plus récents et les plus rapides. Les grandes sociétés américaines possèdent quelques grosses usines hautement rationalisées et un maximum de 6 centres de distribution répartis stratégiquement à travers le pays. Une de ces très grandes entreprises possède trois usines aux États-Unis, dont chacune fabrique 300 produits alors que la filiale canadienne en produit 850. Les usines canadiennes ne peuvent pas profiter des économies d'échelle à la production et à l'emballage dont profitent les grandes usines américaines. Dans la plupart des cas, la capacité des usines américaines est telle qu'il leur suffit d'augmenter leur production de 10 % pour satisfaire à la demande canadienne.

Les coûts de transport s'avèrent dans certains cas un facteur important et favorisent la production locale de bon nombre de produits peu coûteux et relativement encombrants comme les shampooings, les revitalisants, les crèmes, la pâte dentifrice et les eaux de toilette. Toutefois, ce facteur ne s'avère pas aussi important dans le cas de produits coûteux comme les parfums.

Toutefois, pour ce secteur fortement orienté vers la consommation, les coûts de production et d'emballage ne représentent qu'environ 40 % de la valeur des expéditions intérieures. Les dépenses consacrées à la reconnaissance de la marque, à la publicité et à la commercialisation constituent des facteurs au moins aussi importants sinon plus que les coûts de production et d'emballage pour déterminer le succès commercial. Dans ce contexte, les petits fabricants canadiens indépendants sont désavantagés par rapport aux filiales canadiennes d'entreprises multinationales américaines. Ces dernières bénéficient à la fois du pouvoir financier de la société mère et des retombées de la publicité faite par cette dernière dans les média nord-américains.

Il existe également plusieurs fabricants à façon qui fabriquent une vaste gamme de produits et qui sont tout à fait efficaces. En fait, certains de ces fabricants peuvent entrer en concurrence au niveau international avec des entreprises américaines de même nature dans certains domaines comme le remplissage des aérosols et la fabrication de certaines crèmes médicamenteuses pour la peau. Pour ces façonniers, la souplesse et la capacité d'exécuter rapidement des commandes spéciales constituent des facteurs plus importants que les réductions de coût associées aux économies d'échelle. On demande souvent à ces entreprises de fabriquer de nouveaux produits jusqu'à ce que ceux-ci soient suffisamment répandus pour que les multinationales puissent les produire elles-mêmes. Les filiales canadiennes de multinationales américaines constituent le principal marché des façonniers canadiens.

### b) Facteurs liés au commerce

Actuellement, les droits canadiens sont de 15 % de la valeur du produit et ils seront réduits graduellement à 10 ou 11 % de cette même valeur d'ici 1987 en conséquence de la dernière série de négociations sur de l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce. Les droits correspondants aux États-Unis sont actuellement de 7,5 % de la valeur du produit et ils seront réduits à 5 % d'ici 1987. La concurrence exercée par les pays en voie de développement dans le domaine des articles de toilette finis est négligeable, bien que bon nombre de ces pays soient des exportateurs d'essences qui entrent dans la fabrication des parfums.

L'industrie considère l'adoption du système métrique, les exigences relatives à l'étiquetage et les règlements de Santé et Bien-être comme des inconvénients mineurs, les règlements et les exigences imposés par les États-Unis et d'autres pays n'étant pas totalement compatibles avec ceux du Canada.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### c) Facteurs technologiques

Les produits sont en général élaborés dans des centres de recherche d'entreprises multinationales, tout particulièrement par des sociétés qui se spécialisent dans les parfums et, au Canada, par des façonniers travaillant à la demande de leurs clients. Les filiales pouvant se servir des produits élaborés par leur société mère et n'effectuant pas de travaux de recherche et de développement au Canada, très peu de produits ou de parfums ont été formulés au Canada.

Les travaux de recherche et de développement effectués au Canada dans ce domaine sont très peu importants; ils consistent essentiellement à mélanger, dans des proportions diverses, des ingrédients bruts connus pour en arriver à un produit légèrement différent.

La technologie ne constitue pas un obstacle pour ceux qui veulent réaliser une percée sur ce marché puisqu'elle se trouve entre les mains des fabricants de matériel de production, d'emballage et d'entreposage.

### d) Autres facteurs

L'évolution des exigences du consommateur canadien et l'apparition de nouveaux produits nécessitent des réactions rapides et une gestion soignée des stocks. Les exigences n'étant pas les mêmes au Canada et aux États-Unis, ces facteurs incitent les sociétés étrangères à faire de leur filiale canadienne plus qu'un simple entrepôt.

## 3. PROGRAMMES ET POLITIQUES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

La Loi des aliments et drogues, dont l'application relève de Santé et Bien-être Canada, constitue l'une des principales politiques fédérales ayant des incidences sur l'industrie des cosmétiques. Cette loi régit la vente de cosmétiques dans le but de protéger la santé de l'utilisateur et d'assurer le respect des méthodes de fabrication appropriées. Elle comporte également des exigences spéciales relativement à l'étiquetage des aliments, des drogues et des cosmétiques en aérosol. La partie E du règlement sur les cosmétiques de la Loi des aliments et drogues décrit les avis qui doivent apparaître sur les emballages et interdit l'utilisation de certains matériaux bruts ainsi que de certaines affirmations dans la publicité.

En 1981, la taxe fédérale imposée au niveau du fabricant a été remplacée par une taxe au niveau de la vente au détail au revendeur ou à l'utilisateur. Les sociétés qui vendent directement au grand public, notamment Avon et Mary Kay, pourraient ainsi se voir imposer une taxe fédérale supérieure de 30 % à celle qui est imposée aux produits des entreprises qui vendent par l'entremise de grossistes ou de revendeurs. Cette situation est attribuable au fait que, pour une société qui vend directement au grand public, le coût de gros comprend les coûts de commercialisation et de publicité. Les prix sont donc moins concurrentiels et par conséquent les ventes et les profits de ces entreprises ont connu une baisse.

Cette industrie a peu profité des programmes fédéraux d'aide financière, si ce n'est quelques subventions qui ont été accordées pour l'agrandissement d'usines dans la région de Montréal.

## 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Ce secteur de l'industrie étant axé surtout sur le consommateur, ce sont les exigences de celui-ci, qu'elles soient influencées par la publicité ou non, qui dictent le succès ou l'échec d'un produit. Compte tenu de l'évolution rapide de la situation démographique, du nombre de personnes qui redeviennent célibataires et de l'importance de plus en plus grande accordée à l'apparence physique, la demande de produits visant à satisfaire les besoins des consommateurs plus âgés va continuer à croître,

**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

ceux-ci disposant de revenus plus importants que les consommateurs jeunes. Ce sont les produits orientés vers la santé ou destinés aux consommateurs d'un certain âge, par exemple les produits pour enlever les taches de vieillesse et les rides et les produits pour faire pousser les cheveux, qui devraient connaître le taux de croissance le plus élevé.

En raison du coût élevé des essais et du rendement relativement bas, peu de nouveaux produits seront élaborés spécialement par ou pour l'industrie des articles de toilette dans le monde. Les nouveaux produits qui apparaîtront découleront sans doute de travaux de recherche effectués dans l'industrie pharmaceutique, et même dans ce cas on concentrera sans doute les efforts sur l'élaboration de quelques produits. Les filiales canadiennes de multinationales étrangères se trouveront donc dans une meilleure situation que les petites entreprises canadiennes pour faire face à l'évolution de la situation, les premières disposant en général de ressources financières plus importantes et pouvant profiter des travaux de recherche et de développement effectués par leur société mère.

**5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ**

L'industrie canadienne des articles de toilette est essentiellement orientée vers le marché intérieur et se compose surtout de filiales de multinationales étrangères qui fabriquent leurs produits au Canada. Au Canada, les usines sont en général petites et fabriquent un grand nombre de produits en petite série au moyen de matériel semi-automatisé.

Étant donné l'existence de droits de protection relativement élevés, l'importance de répondre rapidement à l'évolution des besoins du consommateur et d'autres facteurs liés à la commercialisation et à la distribution, la plupart des multinationales trouvent avantageux d'assurer une présence importante au Canada, même si les usines existantes sont plus ou moins justifiées si on envisage uniquement l'économie de la production. A l'exception de quelques façonniers canadiens qui se sont créé un créneau pour leurs produits, les entreprises canadiennes ne sont pas en général concurrentielles au niveau international.

Élaboré par la : Direction de la transformation des richesses naturelles  
**MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE**

Original Signed By,  
**R. H. MCGEE**  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint  
Biens de consommation, services et transformation des  
richesses naturelles

Date : le 11 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : ARTICLES DE TOILETTE

CTI TRAITÉ : 377

1. <u>PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1974</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Établissements (CTI 377)	60	80	80	74	84	88
Emplois (CTI 377)	6,161	6,966	7,280	7,769	8,785	8,900
Expéditions (millions de dollars)*						
CTI 377 - Articles de toilette	236.9	503.8	587.8	652.4	742	805
CTI 376 - Savons	42.8	85.2	100.8	109.5	109	130e
CTI 374 - Produits pharmaceutiques	33.1	35.4	29.8	23.7	20	25e
TOTAL	312.8	624.4	718.4	785.6	871	960
PIB (1971 = 100)	108.0	138.6	149.4	142.6	154.6	145.5
Investissements (millions de dollars)	10.8	15.8	18.6	18.9	18.7	21.9
Projets nets après impôt (millions de dollars)	11.1	22.6	33.8	30.5	36.4	30.0e
(% du revenu)	4.7	3.0	4.1	3.6	3.9	3.1e
2. <u>STATISTIQUES COMMERCIALES</u>	<u>1974</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Exportations (millions de dollars)	4.9	12.6	19.6	21.2	30.4	30.6
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	307.9	611.8	698.8	764.4	840.6	929.4e
Importations (millions de dollars)	22.6	83.9	80.7	81.3	98.8	115.8
Marché canadien (millions de dollars)	330.5	695.7	779.5	845.7	939.4	1,045.2e
Exportations en % des expéditions	1.6	2.1	2.8	2.8	3.6	3.3
Importations en % du marché canadien	6.8	12.1	10.4	9.6	10.5	11.1
		<u>U.S.</u>	<u>E.E.C.</u>	<u>ASIA</u>	<u>OTHER</u>	
Importations - % du total	1981	72	26	1	1	
	1982	72	26	1	1	
	1983	67	30	1	2	
	1984	61	36	1	2	
	1985					
Exportations - % du total	1981	72	4	2	22	
	1982	74	5	3	18	
	1983	80	3	2	15	
	1984	84	2	3	11	
	1985					

\* - L'industrie est bien définie du point de vue statistique; elle relève surtout du CTI 377 - fabricants d'articles de toilette, qui compte pour 83 % des expéditions. Les autres expéditions proviennent d'entreprises qui relèvent du CTI 376 - fabricants de savons et de produits de nettoyage (14 %) et du CTI 374 - fabricants de produits pharmaceutiques et de médicaments (3 %). Environ 7 % de la production des entreprises qui relèvent du CTI 377 se compose de produits comme des savons de toilette et des préparations médicamenteuses qui pourraient être attribués aux deux autres industries.

e - valeur estimée

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

Atlantique Québec Ontario Prairies C.-B.

Établissements (% du total)

Emplois (% du total)

Expéditions (% du total)

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
A. <u>De 500 à 999 employés</u>		
Avon Canada Inc.	É.-U.	Montréal
Gillette Canada Inc.	É.-U.	Montréal
Warner-Lambert Canada Inc.	É.-U.	Toronto
B. <u>De 200 à 499 employés</u>		
CCL Industries Inc.	Canada	Toronto
Cosmair Canada Inc. (L'Oreal)	France	Montréal
Revlon Canada Inc.	É.-U.	Toronto
Kolmar of Canada Inc. (Private Brand)	É.-U.	Barrie, Ontario
Fabergé of Canada Ltd.	É.-U.	Toronto
Chesebrough-Ponds (Canada) Inc.	É.-U.	Toronto
Beecham Canada Inc. (Yardley)	Britain	Toronto
Bristol-Myers (Clairol)	É.-U.	Knowlton, P.Q.
Estée Lauder Cosmetics Ltd.	É.-U.	Toronto
Richardson-Vicks Ltd.	É.-U.	Toronto
Noxzema Inc.	É.-U.	Toronto
C. <u>Autres grandes sociétés qui ne relèvent pas du CTI 377</u>		
Colgate-Palmolive Canada	É.-U.	Toronto
Lever Detergents Ltd.	É.-U.	Toronto
Procter and Gamble Inc.	É.-U.	Toronto
Johnson and Johnson Baby Products	É.-U.	Guelph, Ontario

NOTA : Les codes CTI sont tirés de la version révisée de 1980



# DRAFT - PROJET

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ Industrie des jeux et des jouets

#### 1. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### A) Structure

L'industrie des jeux et des jouets se divise en trois grands secteurs : planchettes, jeux vidéo, jeux d'action et d'habileté, casse-têtes et jouets (73 p. 100 des expéditions de l'industrie en 1985); poupées, vêtements pour poupées et animaux de peluche (21 p. 100); et véhicules pour enfants, comme les bicyclettes (roues d'un diamètre de moins de 14 pouces), les tricycles, les traîneaux, les toboggans, les trottinettes et les véhicules en plastique (6 p. 100).

En 1985, près de 98 entreprises employaient 3 900 personnes et fabriquaient des biens d'une valeur évaluée à environ 340 millions de dollars. Les importations, évaluées à 325 millions de dollars, occupaient 53 p. 100 du marché canadien, tandis que les exportations, d'une valeur de 56 millions de dollars, représentaient 17 p. 100 des expéditions totales de l'industrie. Les entreprises sont établies surtout à Toronto (51 p. 100) et à Montréal (30 p. 100), où elles ont accès à une vaste main-d'oeuvre, aux matières premières et à des sous-traitants (notamment en ce qui concerne le moulage en plastique, l'emballage et la couture).

La majorité des fabricants de jeux et de jouets sont orientés vers le marché canadien, car ils fabriquent sous licence des produits dont les droits d'exportation sont de plus en plus contrôlés par les entreprises ayant délivré la licence. Les jouets dont la fabrication fait appel surtout à la main-d'oeuvre (poupées, animaux en peluche et jouets très perfectionnés) sont de plus en plus faits par des fabricants étrangers à faibles coûts de revient, tandis que la majorité des produits fabriqués au Canada sont des produits volumineux dont le transport est assez coûteux. L'industrie en est venue graduellement à se spécialiser dans l'assemblage et l'emballage. Les entreprises canadiennes sont souvent appelées à répondre aux besoins à court terme des multinationales des États-Unis et d'autres pays.

L'industrie est dominée par quelques grandes entreprises, qui fabriquent sous licence une vaste gamme de familles de produits et fabriquent la plus grande partie de la production totale de l'industrie : en 1985, 21 des 98 entreprises produisaient 88 p. 100 des expéditions totales. On note aussi une prédominance de petites entreprises familiales : en 1985, 68 p. 100 des entreprises employaient moins de 20 personnes, mais leur production ne représentait que 7 p. 100 des expéditions totales de l'industrie. La majorité des petites entreprises canadiennes se spécialisent dans la fabrication d'une ou de deux gammes de produits.

La propriété étrangère est un phénomène important dans l'industrie, la plupart des grandes entreprises étant des filiales de multinationales américaines. En 1985, les entreprises étrangères comptaient pour 40 p. 100 des entreprises et produisaient 68 p. 100 des expéditions de l'industrie. La propriété étrangère et la domination des grandes entreprises se sont accentuées depuis 1973.

L'industrie américaine a une structure qui ressemble, sous certains aspects, à celle de l'industrie canadienne, et les importations exercent sur elle des pressions semblables. Par exemple, l'industrie américaine est dominée par un petit nombre de fabricants assez importants : des 1 031 fabricants, seulement 13 p. 100 comptent plus d'une centaine d'employés, mais leur production représente plus de 85 p. 100 des expéditions totales de l'industrie. New York, la Californie, l'Illinois et l'Ohio sont les états où la fabrication est la plus élevée, et leur production représente 73 p. 100 du total des expéditions.

##### B) Rendement

La demande de jeux et de jouets est très cyclique et très saisonnière. Les ventes dépendent énormément des variations du revenu personnel disponible, du degré de confiance du consommateur et des jeux et jouets en vogue (comme le jeu "Quelques arpents de pièges" et les poupées "Bout de chou" et "Wrinkles").

De 1973 à 1985, les expéditions de l'industrie ont augmenté à un taux moyen réel de moins de 2 p. 100 par année. Pendant cette période, l'industrie est devenue plus axée sur le capital, les activités faisant davantage appel à la main-d'oeuvre étant de plus en plus assumées par les fabricants étrangers, dont les coûts sont moins élevés (cette tendance se poursuit à l'heure actuelle). En conséquence, le nombre d'emplois a diminué de plus de 1 p. 100 par année, le nombre de personnes employées par l'industrie passant de 4 400 à 3 900 au cours de la période.

Le nombre d'établissements a augmenté de façon irrégulière, passant de 63 (en 1973) à 90 (en 1985). Dans la plupart des cas, les nouveaux établissements sont d'assez petites installations, où travaillent au plus quatre personnes et qui visent à répondre à la nouvelle demande des consommateurs, comme le regain de popularité des jeux de table, suscitée par l'introduction du jeu "Quelques arpents de pièges". A moyen terme, le nombre d'établissements devrait revenir à un niveau plus normal.

Avant le lancement du jeu "Quelques arpents de pièges" (1973-1983), les exportations augmentaient à un rythme plus lent que les expéditions (7 p. 100 par rapport à 7,5 p. 100, en dollars courants), ce qui a fait baisser de 14 p. 100 à 12 p. 100 la proportion de la production exportée par l'industrie. Par la suite, la popularité du jeu "Quelques arpents de pièges" a fait augmenter la proportion des exportations par rapport à la production totale, proportion qui semble toutefois vouloir revenir à un niveau plus traditionnel.

Au cours des dix dernières années, le marché américain représentait le principal marché des jeux et des jouets fabriqués ou assemblés au Canada: en 1985, c'est en effet aux États-Unis qu'ont été expédiées 91 p. 100 des exportations canadiennes (valeur de ces exportations: 51 millions de dollars). Avant 1980, ce sont surtout les produits pour lesquels la demande en Amérique du Nord n'était pas suffisante pour en justifier la fabrication économique par les sociétés-mères américaines, qui étaient exportés aux États-Unis, comme les piscines avec glissoire, les jeux de hockey de table, les pièces en plastique moulées, les pièces de jeux de table et les véhicules en métal.

Le Royaume-Uni et l'Australie représentent, respectivement, le deuxième et le troisième marchés des jeux et jouets canadiens (quoique les exportations canadiennes à destination de ces deux pays ne cessent de diminuer): en 1985, les exportations à destination de ces deux marchés avaient une valeur respective de 2,3 millions de dollars (4 p. 100 des exportations totales) et de 0,9 million de dollars (2 p. 100 des exportations totales).

Par contre, les importations ont augmenté plus vite que la consommation au pays (15 p. 100 par rapport à 12 p. 100, en dollars courants). Les produits importés occupent donc une place de plus en plus grande sur le marché canadien apparent des jeux et des jouets (en 1985, elles occupaient 53 p. 100 du marché, alors que leur part du marché n'était que de 42 p. 100 en 1972). Les fabricants canadiens continuent donc à subir des pressions assez fortes.

Avant 1981, ce sont surtout les États-Unis qui alimentaient le marché canadien. En 1985, les jeux et les jouets importés des États-Unis (dont la valeur était de 82 millions de dollars) comptaient une assez forte proportion de pièces entrant dans la fabrication d'autres produits. Toutefois, au cours des trois dernières années, les pays où les salaires ne sont pas élevés (comme Hong Kong, Taïwan et la Corée du Sud) ont vu leur part du marché canadien apparent augmenter considérablement. Les activités faisant appel surtout à la main-d'oeuvre sont de plus en plus menées par des fabricants étrangers à faible prix de revient, comme le confirme l'importance grandissante des importations en provenance des pays asiatiques: en 1985, 63 p. 100 des produits importés au Canada provenaient de pays asiatiques, et il s'agissait principalement de produits finis, comme des poupées, des animaux en peluche et des jouets en métal moulés. Ces importations ont remplacé des produits fabriqués au Canada.

L'information n'étant pas tellement précise, il est difficile d'évaluer la situation financière de l'industrie des jeux et des jouets. Toutefois, on croit généralement que cette industrie a un taux de rendement inférieur à celui d'autres industries.

2. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

A) Facteurs structurels

L'industrie mondiale des jeux et des jouets est dominée par quelques multinationales (surtout américaines), qui prennent des décisions globales en ce qui concerne la fabrication, la commercialisation et la promotion de leurs produits. L'industrie des jeux et des jouets est caractérisée par une rationalisation et une concentration de plus en plus marquée des activités de fabrication, ce qui a eu pour effet d'accroître la part des marchés occupée par les multinationales et d'étendre leurs réseaux de distribution.

L'industrie nord-américaine subit par conséquent de fortes pressions en raison de l'augmentation des importations, attribuable au fait que les produits faisant appel à la main-d'oeuvre sont fabriqués en plus grand nombre dans des pays asiatiques, où les coûts sont moins élevés, et que l'industrie nord-américaine se spécialise de plus en plus dans l'assemblage, l'emballage et la distribution.

L'industrie canadienne se compose surtout de filiales de compagnies étrangères, mises sur pied pour servir le marché canadien, plutôt restreint et protégé par des tarifs élevés. L'industrie canadienne ne profite pas d'économies d'échelle, de frais de production avantageux ni d'autres avantages inhérents, ce qui explique qu'elle soit très désavantagée par rapport non seulement à l'industrie mondiale, mais aussi à l'industrie nord-américaine.

Les différences dans les coûts des matières premières (33 p. 100 de la valeur des produits finis), les taux de rémunération de la main-d'oeuvre (20 p. 100), les frais de transport (jusqu'à 15 p. 100) et les économies d'échelle, entre les fabricants canadiens et leurs concurrents, sont des facteurs décisifs qui entrent en ligne de compte au moment où la décision est prise "de fabriquer ou d'acheter". Dans ce contexte, l'industrie canadienne souffre donc d'importants inconvénients.

En règle générale, les matériaux coûtent moins cher aux États-Unis qu'au Canada, surtout à cause des rabais accordés pour des achats en grosses quantités. Les pièces et les composants sont obtenus en grande partie aux États-Unis par des transferts à l'intérieur de la même entreprise, ils sont assujettis à des tarifs différents et le taux de change est favorable au dollar américain. Par ailleurs, plusieurs anomalies ont été relevées en ce qui concerne les tarifs applicables aux pièces et aux jouets importés : les tarifs applicables aux produits finis sont beaucoup plus bas que ceux qui s'appliquent aux pièces des mêmes produits finis. La durée plus courte des cycles de fabrication et la plus grande fréquence des remplacements d'équipement contribuent aussi à faire augmenter les frais de fabrication. Certes, les taux de rémunération de la main-d'oeuvre sont beaucoup plus bas dans les pays asiatiques, mais il n'y a pratiquement pas de différence entre les taux en vigueur au Canada et ceux qui ont cours aux États-Unis dans le cas des travailleurs de l'industrie des jeux et des jouets. Par contre, il est possible qu'en raison des frais de transport, la fabrication de jouets volumineux soit encouragée au Canada.

La promotion des produits au moyen de campagnes de publicité poussées et coûteuses (messages publicitaires présentés au cours de films et d'émissions de télévision diffusés le samedi en matinée) et l'octroi de licences sont des facteurs importants qui contribuent à créer une demande pour les jouets et à en faciliter la vente. Chef de file mondial de la fabrication de jeux et de jouets, l'industrie américaine est perçue comme l'industrie la plus apte à adopter des stratégies de commercialisation, de publicité et de promotion à l'appui de ses ventes. Cette perception s'est traduite par des avantages pour les filiales des entreprises américaines, mais les petites entreprises canadiennes se trouvent dans une situation désavantageuse, et les nouveaux arrivés ont énormément de difficulté à percer sur le marché.

Dans le contexte mondial et nord-américain, les entreprises américaines ont tendance à autoriser des sociétés canadiennes à fabriquer sous licence les gros jouets destinés au marché canadien, afin de compenser les restrictions de capacité à court terme des multinationales américaines ou étrangères, et à charger des sociétés canadiennes de fabriquer, pour l'ensemble de l'Amérique du Nord, des produits en pleine maturité et/ou moins demandés.

La majorité des grandes entreprises de l'industrie sont des filiales de multinationales américaines, ce qui facilite le transfert de technologie et

l'acquisition de compétences en gestion et en commercialisation et de ressources en publicité, en promotion et en finances. En outre, en vertu d'une remise temporaire des droits d'entrée, les filiales des multinationales américaines importent, de leurs sociétés-mères, des moules dont elles se servent pour fabriquer le quart de la production destinée au Canada, ce qui leur permet d'éliminer le doublement coûteux des moules et des formes dont elles se servent pour de courts cycles de fabrication. Par contre, le fait que ces entreprises appartiennent à des sociétés étrangères signifie qu'elles ne commercialisent pas elles-mêmes leurs produits et que leurs activités risquent d'être limitées en ce qui concerne l'exportation de leurs produits, la part des travaux de recherche et de développement effectués au pays et la fabrication de produits en pleine maturité.

B) Facteurs liés au commerce

En 1987, le tarif de la nation la plus favorisée (NPF) qui s'appliquera au Canada aux jeux et aux jouets sera compris entre 3,9 p. 100 et 17,6 p. 100, et le tarif de préférence général (TPG) qui sera en vigueur au pays sera compris entre 0 p. 100 et 11,5 p. 100. On estime que le TPG s'applique à au moins 63 p. 100 des marchandises importées au Canada. En 1985, plus de 55 p. 100 des biens importés au Canada ont été assujettis au NPF ou au TPG qui, en 1987, seront respectivement de 12,5 p. 100 et de 8 p. 100; 23 p. 100 des produits importés (poupées et animaux en peluche) ont été assujettis au NPF ou au TPG qui, en 1987, seront respectivement de 15 p. 100 et de 10 p. 100. Par comparaison, le NPF en vigueur en 1987 sera compris entre 7 et 12 p. 100 aux États-Unis, entre 6,9 et 10,5 p. 100 dans les pays membres de la Communauté économique européenne (CEE) et entre 10 et 25 p. 100 en Australie.

Il n'existe pas de sérieuse barrière non tarifaire qui touche les échanges du Canada dans le secteur des jeux et des jouets.

C) Facteurs technologiques

A cause de la domination des sociétés étrangères, l'industrie canadienne effectue peu de travaux de recherche et de développement et de promotion, par comparaison avec l'industrie d'autres pays comme les États-Unis, Hong Kong et les pays de l'Europe de l'Ouest. Le résultat? Très rares sont les produits à être mis au point au départ par l'industrie canadienne et/ou à être lancés d'abord au Canada. L'industrie canadienne (qu'il s'agisse de filiales de sociétés étrangères ou d'entreprises appartenant à des Canadiens) dépend de sources étrangères (en particulier les États-Unis) en ce qui concerne la technologie achetée ou employée sous licence, les nouveaux produits, les inventions et les modes.

D) Autres facteurs

Le Conseil canadien d'expérimentation des jouets est un organisme para-gouvernemental à but non lucratif qui publie chaque année, à l'intention du consommateur, un guide d'achat des jouets, évalués d'après leur sécurité, leur conception, leur durabilité et, facteur encore plus important, leur valeur "récréative". A cause de son budget limité, le Conseil ne peut mettre à l'essai tous les nouveaux jouets lancés sur le marché. L'industrie s'est déjà montrée inquiète de ce que l'exclusion de certains jouets non recommandés risque de placer certains fabricants dans une situation désavantageuse, ce qui pourrait entraîner une diminution de leurs ventes ou le rejet du jouet par le consommateur.

3. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

Le gouvernement fédéral et les provinces n'ont pas adopté de programme spécifique pour aider l'industrie canadienne des jeux et des jouets. Des programmes ont été adoptés pour favoriser le développement industriel, le rajustement et le commerce international, comme le Programme de développement industriel et régional (PDIR), le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) et le Programme des projets de promotion (PPP).

La Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, qui concerne l'emballage bilingue, et la Loi sur les produits dangereux, qui porte sur la sécurité des jouets pour enfants, sont les deux principaux documents de réglementation régissant l'industrie canadienne des jeux et des jouets. Par ailleurs, depuis avril 1980, le Québec interdit la diffusion, à la télévision, de publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans.

En octobre 1980, la Loi sur la taxe d'accise a été modifiée par l'élargissement, aux fins de la taxe de vente, de la définition du fabricant aux fabricants marginaux (comme les entreprises d'assemblage). C'est un facteur dont les entreprises tiennent compte au moment de décider d'assembler des produits au pays ou d'importer des produits finis.

#### 4. ÉVOLUTION DE L'ENVIRONNEMENT

Le revenu personnel disponible réel est le facteur déterminant dont le consommateur tient compte au moment de décider ce qu'il dépensera au chapitre des jeux et des jouets. L'optimisme du consommateur semblant se maintenir au début de 1986, les dépenses personnelles totales devraient augmenter de 4,5 p. 100 d'ici la fin de l'année, des augmentations plus modestes de 2,3 p. 100 et de 1,3 p. 100 étant prévues respectivement pour 1987 et 1988. On a aussi noté une hausse du nombre des enfants âgés de moins de 15 ans, les gens nés pendant la période du "baby-boom" devenant parents à leur tour. Tous ces facteurs feront augmenter la demande de poupées, de jeux et de jouets.

Des études récentes montrent que le jouet est de plus en plus perçu comme outil de développement de l'enfant. Les parents d'aujourd'hui, disposant de moins de temps à consacrer à leurs enfants à cause de leur travail, mais d'un revenu supérieur, exigent des jouets de nature à aider leurs enfants à se développer, de préférence à des jouets purement divertissants.

La restructuration de l'industrie nord-américaine (fusion, prise de contrôle et désaisissement d'entreprises par des multinationales), effectuée dans le but d'étendre le réseau global de distribution, se traduira par une concentration plus grande de l'industrie, désormais composée d'entreprises plus grandes et plus fortes, mieux armées pour profiter des économies d'échelle. Il ne faut cependant pas s'attendre que la production canadienne soutienne le rythme de la demande, car, si l'on a recours de plus en plus à des installations situés dans des pays étrangers, où la rémunération est moins élevée, la production et le nombre d'emplois au Canada diminueront, et les importations continueront à exercer de fortes pressions.

#### 5. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

L'industrie canadienne des jeux et des jouets se compose essentiellement de filiales d'entreprises étrangères desservant le marché canadien, et elle est dominée par quelques grandes multinationales étrangères, qui contrôlent en fait l'industrie mondiale. Les usines installées au Canada, de dimensions assez petites, ne profitent guère de véritables économies d'échelle, de frais de production avantageux ou d'autres avantages inhérents. La fabrication axée sur la main-d'oeuvre étant de plus en plus confiée à des installations de fabrication situées dans des pays étrangers, où la rémunération est plus faible qu'au Canada, l'industrie canadienne se spécialise de plus en plus dans l'emballage et la distribution.

Comme la fabrication des nouveaux jouets et des nouveaux jeux fait appel à la main-d'oeuvre dans une forte proportion et étant donné l'importance de mener des campagnes de publicité massives et perfectionnées, le rôle des licences de fabrication dans l'industrie et l'absence de créneaux, l'industrie canadienne n'est pas considérée comme concurrentielle sur les marchés internationaux, et l'on croit qu'elle demeurera dans une situation désavantageuse encore pour une certaine période de temps.

PRÉPARÉ PAR : DIRECTION GÉNÉRALE DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DES  
PRODUITS DE CONSOMMATION  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

Le Sous-ministre adjoint,  
Biens de consommation, services et transformation  
des richesses naturelles,

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original signed by

DATE : le 24 juillet 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

SECTEUR : INDUSTRIE DES JEUX ET DES JOUETS

CTI : 3832<sup>A</sup>

1. <u>PRINCIPALES STATISTIQUES</u>	<u>1973</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985(E)</u>
Établissements	63	80	81	76	74	96	98
Emplois	4,408	4,156	3,860	3,241	3,000	3,878	3,900
Expéditions (millions de dollars)	98	240	250	215	240	330	340
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	n/d						
Investissements (millions de dollars)	n/d						
Profits après impôt (millions de dollars) (% du revenu)	n/d						

2. STATISTIQUES COMMERCIALES

Exportations (millions de dollars)	13.7	31	36	31	28.4	84.6	56.3
Expéditions canadiennes (millions de dollars)	99.9	219	214	184	211.6	245.4	283.7
Importations (millions de dollars)	60.3	181	217	287	293.8	337.8	325.0
Marché canadien (millions de de dollars)	160.2	400	431	501	505.4	583.2	608.7
Exportations en % des expéditions	14.0	12.9	14.4	14.4	11.8	25.6	16.5
Importations en % du marché canadien	41.8	45.3	50.3	57.3	58.1	57.9	53.4
Part canadienne du marché international	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

Source des importations (%)	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>AUTRES</u>
1981	38.7	7.2	49.7	4.4
1982	35.4	10.4	51.3	2.9
1983	43.0	10.7	44.0	2.3
1984	34.3	6.0	50.7	9.0
1985	25.3	5.9	63.0	5.8

Destination des exportations (%)

1981	57.3	25.8	1.0	16.2
1982	55.1	18.8	2.0	26.0
1983	67.3	14.4	4.0	10.6
1984	92.9	3.8	2.6	0.7
1985	90.7	4.8	0.5	4.0

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE - Moyenne des 3 dernières années

	<u>ATLANTIQUE</u>	<u>QUÉBEC</u>	<u>ONTARIO</u>	<u>PRAIRIES</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements - % du Total	4.1	30.2	51.1	8.3	6.3
Emplois - % du total	0.2	29.7	68.7	0.4	1.0
Expéditions - % du total	0.1	24.7	71.6	0.1	0.5

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>
Irwin Toys Ltd.	canadienne	Toronto
Coleco (Canada) Ltd.	américaine	Montréal
Parker Brothers	américaine	Toronto
Hasbro Canada Inc.	américaine	Montréal

Légende : A = fondé sur le CTI de 1980  
(e) = estimation  
n/d = non disponible

DATE : \_\_\_\_\_



# MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

## PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

### COMMERCE DE GROS

#### 1. INTRODUCTION

A l'instar des nombreuses industries de services dans lesquelles les entreprises doivent être établies à proximité de leurs clients, le secteur des établissements de commerce de gros exerce principalement ses activités à l'intérieur du pays et n'a guère à se préoccuper de la concurrence directe d'entreprises d'envergure internationale. Dans ce secteur, les maisons de commerce mises à part, la partie se joue entre les firmes tournées vers le même marché intérieur. Il ressort donc que, dans une analyse macro-économique de cette industrie comme celle qui est faite dans le présent document, l'accent doit être mis sur l'efficacité puisque le degré d'efficacité des entreprises influe sur les coûts des services de gros et, au bout du compte, sur les coûts des biens pris en charge par l'industrie. Des données sur les secteurs du commerce de gros d'autres pays sont incluses pour fins de comparaison seulement et ne témoignent pas d'une concurrence directe.

#### 2. STRUCTURE ET RENDEMENT

##### a) Structure

Les grossistes sont classés en deux catégories : les marchands en gros, qui achètent les produits qu'ils distribuent et qui peuvent exploiter des installations d'entreposage, et les agents et les courtiers qui vendent des biens appartenant à d'autres, moyennant commission. Le commerce de gros effectué essentiellement sur le marché international est l'apanage des maisons de commerce.

Les grossistes veillent à ce que d'autres entreprises puissent acheter des produits au moment et à l'endroit qui leur conviennent. Sur le marché, les grossistes agissent en tant qu'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs. Leur activité principale consiste à revendre des marchandises à des détaillants, des industriels, des commerçants, des établissements publics ou des professionnels, à d'autres grossistes, à des agriculteurs, qui les utiliseront dans la production agricole, ou à les exporter, ou encore, à faire office de mandataire dans de telles opérations. Non seulement manutentionnent-ils les biens, mais ils offrent également les services suivants : achat pour le compte des clients, vente pour le compte des fournisseurs, assemblage, entreposage, transport et livraison, crédit, prise en charge des risques et prestation de conseils sur les divers aspects de la mise en marché d'un produit au Canada ou à l'étranger. Les grossistes spécialisés dans les machines et l'équipement peuvent également entretenir et réparer les produits qu'ils distribuent, ou encore les louer. La proximité du marché est un facteur déterminant dans le choix du lieu d'implantation des établissements de commerce de gros étant donné que ces derniers doivent absolument fournir les services ci-dessus et qu'ils doivent connaître à fond leur marché. Par conséquent, les concurrents sont d'autres entreprises régionales et non pas des entreprises d'envergure internationale, et le droit d'établissement devient la question fondamentale dans les discussions portant sur le commerce international.

Une région ou une province forme habituellement un marché de commerce de gros. Parfois, un tel marché englobe également les provinces avoisinantes. La répartition de la population et la concentration à un endroit des industries au Canada sont des critères importants dans le choix du lieu d'implantation d'un établissement de commerce de gros. Les entreprises spécialisées dans le commerce international sont souvent situées près des points d'expédition. Cette situation se traduit au Canada par un accroissement de l'activité du commerce de gros en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique.

En 1985, quelque 55 000 établissements de commerce de gros ont employé 513 000 personnes, soit environ 4,4% de la population active occupée, et enregistré un chiffre des ventes approximatif de 250 milliards de dollars. Environ 80% de cette somme est attribuable aux marchands en gros, tandis que le reste est imputable aux agents et aux courtiers. Voici la répartition des ventes globales par sous-secteur en 1983 (la dernière année pour laquelle nous disposons de données) :

<u>Sous-secteur</u>	<u>% des ventes du secteur</u>
Produits alimentaires	17,3
Produits pétroliers	16,1
Industries des machines, matériel et fournitures	15,7
Produits agricoles	13,4
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6,0
Bois et matériaux de construction	6,4
Produits en métal	5,2
Articles de quincaillerie et matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	2,6
Tabac et médicaments	2,4
Autres	14,9

Une forte concentration caractérise le secteur du commerce de gros. Bien que la majorité des entreprises soient plutôt petites, le secteur compte également quelques-unes des sociétés les plus importantes au Canada. En 1983, 6% des grossistes ont réalisé 91% des ventes du secteur. Il est difficile d'obtenir des données sur ce secteur, mais si l'on examine par exemple l'année 1979, on constate que les 100 établissements de commerce de gros en tête du secteur ont été responsables de 48% des ventes du secteur, tandis que les 25 premières entreprises ont réalisé 30% des ventes. La même année, entre 51% et 76% des ventes dans des sous-secteurs comme les produits pétroliers, les produits agricoles, les produits du papier, les produits du tabac, les médicaments ainsi que les produits en métal, ont été attribuables à 8 entreprises qui jouent un rôle prépondérant dans le secteur. Dans d'autres sous-secteurs, les 8 sociétés les plus importantes ont réalisé entre 13% et 39% des ventes.

Les entreprises étrangères se sont retirées progressivement du secteur du commerce de gros au cours des 10 dernières années. Ceci s'explique surtout par le fait que bon nombre d'entre elles, surtout dans le secteur du pétrole, ont été achetées par des Canadiens. Les entreprises d'appartenance étrangère ont réalisé 25% des ventes du secteur du commerce de gros en 1983, ce qui représente une baisse de 29% par rapport à 1974. Le phénomène de concentration est plus évident chez les marchands en gros (à l'exclusion des courtiers et des agents). Selon les données les plus récentes dont nous disposons sur cette branche de l'industrie, 35% des ventes globales ont été attribuables à des entreprises d'appartenance étrangère.

Un certain nombre de maisons d'exportation et de commerce les plus en vue au Canada font partie du secteur du commerce de gros. Des firmes étrangères possèdent des intérêts majoritaires dans les plus importantes entreprises, tandis que le secteur est dominé par des maisons de commerce du Japon, comme Mitsubishi et Mitsui. En 1983, les exportations directes des marchands en gros (c'est-à-dire les marchandises qu'ils achètent) s'établissaient à 18,4 milliards de dollars, soit 13,2% des ventes nettes, en hausse de 11% par rapport à 1977. En outre, les marchands en gros, les agents et les courtiers sont intervenus, moyennant commission, dans l'expédition, pour le compte d'autres compagnies, de biens d'exportation d'une valeur de 3,4 milliards de dollars. Ils ont donc été responsables de plus de 24% de l'ensemble des exportations canadiennes en 1983. Une partie importante des exportations du secteur du commerce de gros est prise en charge par les grandes maisons de commerce.

## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 3 -

En 1983, les marchands en gros ont importé directement des biens (qu'ils achètent) d'une valeur de 15,8 milliards de dollars et, de concert avec les agents et les courtiers, ont pris en charge, moyennant commission, d'autres marchandises évaluées à 2,8 milliards de dollars. Ils ont donc effectué 15,3% des achats globaux dans le secteur du commerce du gros et 20,5% de l'ensemble des importations canadiennes. Les marchandises importées sont essentiellement des machines et de l'équipement, des produits alimentaires ainsi que des véhicules automobiles et leurs accessoires.

### b) Rendement

La part du PIB réel (1971) attribuable à l'industrie en 1984 s'élevait à 5,3%. De 1971 à 1980, elle a atteint en moyenne chaque année 6,0%, comparativement à 4,7 % pour l'ensemble des industries. De 1980 à 1984, ce chiffre est descendu à 1,7%, soit un peu plus que la moyenne de 1,5% enregistrée pour toutes les industries. La marge bénéficiaire brute du secteur s'établissait à 15,9% en 1983; bien qu'elle était supérieure à celle des années antérieures, cette marge restait néanmoins en-dessous de la marge record enregistrée en 1975.

En raison de la récession qui a sévi au début des années 1980, de nombreuses entreprises ont été contraintes de mettre en marche des programmes importants de réorganisation. C'est ainsi qu'elles ont abandonné des gammes de produits marginaux, fermé des entrepôts et comprimé le personnel. Grâce à des opérations simplifiées, la plupart d'entre elles ont remonté la pente. Les ventes du secteur ont augmenté de 10% à 16% chaque année depuis 1983. On observe également un accroissement de la productivité, qui est mesurée par le rapport entre les ventes et les stocks et par le PIB réel par heure-employé.

### 3. POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

#### a) Facteurs structurels

D'une manière générale, le secteur canadien du commerce de gros n'a rien à envier sur le plan de la productivité et de l'efficacité aux autres secteurs des pays industrialisés, y compris les États-Unis. Afin de maintenir ce rendement supérieur tout en répondant aux besoins d'une population limitée répartie sur un vaste territoire, le secteur a été transformé sous l'effet d'un effort poussé de concentration afin de tirer profit des économies d'échelle. De grandes entreprises dont le chiffre d'affaires atteignait plusieurs millions ou milliards de dollars ont donc été constituées; elles étaient en mesure de réunir et de maintenir des stocks adéquats et disposaient des installations et de l'équipement nécessaires à une distribution efficace des marchandises.

De nombreux établissements de commerce de gros sont intégrés à des entreprises des secteurs de la fabrication ou du commerce de détail et se servent de ces relations directes pour renforcer leur position sur le marché. Dans certains sous-secteurs du commerce de gros (produits alimentaires, produits agricoles), des coopératives de vente ont été formées afin de réunir et de mettre en marché les produits des entreprises membres ou d'approvisionner ces dernières. Les grossistes spécialisés dans le commerce de produits pétroliers sont souvent rattachés à des sociétés pétrolières importantes (Petro Canada), intégrées verticalement, ou sont des mandataires de ces sociétés. Il n'est pas rare que des grossistes exerçant des activités reliées à la plomberie (Emco), aux produits alimentaires (Loblaws/Weston) et à d'autres sous-secteurs forment des conglomerats avec des entreprises du secteur de la fabrication ou du commerce de détail. En outre, les grossistes spécialisés dans les produits de consommation dans les sous-secteurs des produits alimentaires

(Provigo), de la quincaillerie (Howden), des médicaments (Drug Trading) et de l'automobile (Canadian Tire) parrainent souvent des marchands exploitant des concessions ou des chaînes volontaires (1).

b) Facteurs liés au commerce

Les marchands en gros, les agents ou les courtiers ont tendance à prendre en charge les exportations du secteur à destination des États-Unis. Pour réussir à pénétrer d'autres marchés étrangers et outre-mer, il importe de connaître à fond les produits et l'état du marché. Cette activité est habituellement réservée aux maisons de commerce qui transigent des produits précis avec certains pays. Dans le but d'acquérir la compétence nécessaire, les maisons de commerce prospères sont présentes aux deux extrémités de la chaîne du processus d'exportation, soit en ouvrant un local d'affaires, soit en nouant des liens étroits avec des organisations, souvent d'autres maisons de commerce, dans d'autres pays.

Des entreprises d'appartenance étrangère (habituellement japonaises), dont le chiffre d'affaires atteint plusieurs milliards de dollars et qui ont choisi de s'établir ici plutôt que d'avoir recours aux services des entreprises en activité, dominent le secteur canadien des maisons de commerce. Au début, elles s'approvisionnaient au pays en ressources naturelles et distribuaient des biens fabriqués à l'étranger; aujourd'hui, elles diversifient la gamme de produits exportés du Canada et s'intéressent davantage aux marchés internationaux. Bon nombre d'entre elles élargissent également leur champ d'activité en fournissant des services de financement, de passation de contrats et de consultation dans le domaine du commerce d'exportation. Leur succès s'explique en grande partie par les politiques adoptées dans leur pays d'origine puisque certains pays restreignent le droit d'établissement ou favorisent le développement d'une industrie nationale solide en adoptant des lois particulières et en prenant des mesures spéciales sur le plan du financement. Étant donné que les maisons de commerce exportent essentiellement des produits indigènes et dépendent des manufacturiers, qui consomment les biens qu'ils importent, un réseau national solide de maisons de commerce peut avoir une influence positive sur le secteur de la fabrication d'un pays.

Les maisons de commerce canadiennes n'entretiennent pas avec l'industrie le type de relations qui ont permis aux entreprises japonaises de prospérer et de multiplier leurs sources de revenus. D'une part, en raison du manque de compétence au pays en matière de marketing international, de la petite taille de bon nombre de maisons de commerce canadiennes et de la pénurie de ressources financières, elles ne peuvent développer pleinement leur commerce d'exportation. D'autre part, des restrictions sont imposées quant au type, à la taille et au nombre d'entreprises en mesure de pénétrer le marché des exportations du fait de la structure industrielle du Canada et de la dépendance du pays à l'égard des industries de ressources. De plus, ce n'est que tout récemment que les fabricants ont reconnu que les maisons de commerce disposaient des moyens nécessaires pour faire du commerce d'exportation; cette situation a ralenti l'essor du secteur.

La baisse du dollar canadien a consolidé les ventes d'autres établissements de commerce qui exportent des produits aux États-Unis.

Les grossistes sont de plus en plus nombreux à considérer que l'accès au marché d'import-export leur permet de compenser le ralentissement des ventes au pays auprès des consommateurs ou des industries. Il est probable que les grossistes importeront beaucoup de produits dans les secteurs où le Canada n'est pas concurrentiel, ou encore dans les secteurs

(1) Regroupement horizontal de groupes d'entreprises indépendantes afin de tirer profit de la mise en commun d'une raison sociale, de services de publicité et de méthodes d'achat en bloc auprès de grossistes.

qui comptent peu d'industries manufacturières. Les établissements de commerce de gros d'appartenance étrangère sont davantage inclinés à importer les entreprises dominées par des Canadiens (leurs importations représentaient en 1978 25% des ventes comparativement à 9% pour les entreprises canadiennes). De tout temps, une partie importante de cette catégorie d'importations (jusqu'à 23%) a été attribuable aux entreprises d'appartenance américaine.

c) Facteurs technologiques

Les grossistes canadiens ont réussi à se tenir au fait de l'évolution technologique dans le domaine de la distribution en raison de la grande taille des entreprises spécialisées dans l'automobile, le matériel de construction, les articles de quincaillerie et de plomberie, les médicaments et les produits alimentaires. Par suite du perfectionnement récent de la technologie des microprocesseurs et du croisement des techniques dans le domaine de l'informatique et des télécommunications, l'automatisation aura vraisemblablement un effet beaucoup plus prononcé sur les opérations de l'industrie. Par exemple, on observe un intérêt de plus en plus marqué à l'égard de la prise de commande par des moyens électroniques afin de relier les secteurs de la fabrication, du commerce de gros et du commerce de détail.

Seules les entreprises importantes possèdent des entrepôts entièrement automatisés et les techniques utilisées sont encore très élémentaires. Comme solution de rechange, de nombreux grossistes ont jugé qu'il était possible de rendre les entrepôts classiques beaucoup plus efficaces en établissant des normes de rendement pour chaque travail, en mettant au point des programmes d'incitation à l'intention des travailleurs ainsi que des systèmes informatisés de contrôle des stocks et d'information de gestion. Ces méthodes ont pour effet d'accroître la compétitivité et l'efficacité des grossistes et de permettre à ces derniers de renforcer leur position sur le marché.

4. POLITIQUES ET PROGRAMMES FÉDÉRAUX ET PROVINCIAUX

La plupart des lois (par exemple, dans les domaines du travail, du transport) touchant le secteur du commerce de gros sont adoptées par les gouvernements provinciaux. Les politiques commerciales et le régime fiscal mis en place par le gouvernement fédéral ont une grande portée. Il n'existe pas de programmes d'aide qui visent uniquement le secteur du commerce de gros. Cependant, ce dernier a accès à un certain nombre de programmes plus généraux, dont quelques-uns sont mentionnés ci-dessous.

La Banque fédérale de développement (BFD) a mis sur pied des services financiers et des services de gestion, comme des services de consultation, à l'intention des petites entreprises de divers secteurs, y compris celui du commerce de gros. Plusieurs provinces offrent des programmes semblables.

En vertu de la Loi sur les prêts aux petites entreprises, les prêteurs du secteur privé sont encouragés à consentir des prêts à terme aux petites entreprises. Certains établissements de commerce de gros se sont inscrits à ce programme et, en 1983, ont reçu 3,3 % des fonds prêtés. Les détaillants parrainés par des grossistes par l'intermédiaire de marchands exploitant des franchises ou des chaînes volontaires participent pleinement à ce programme.

Les grossistes et les maisons de commerce ont eu recours aux programmes gouvernementaux d'exportation (PDME, PPP, SEE). En 1984, 5% des demandes provenaient de maisons de commerce, y compris d'agents, qui ont reçu 3% des fonds alloués dans le cadre du PDME. Les participants étaient en grande partie de petites maisons de commerce qui prenaient en charge des produits manufacturés. Ces établissements commerciaux ont été à peu près absents des foires et missions commerciales (activités du PPP).

## 5. ÉVALUATION DE L'ENVIRONNEMENT

La faible croissance démographique a intensifié la concurrence entre les distributeurs de biens de consommation et il est de plus en plus difficile de distinguer les grossistes spécialisés dans le commerce de ce type de biens et les détaillants puisque chacun des deux groupes empiète sur le marché de l'autre. Quelques grossistes ont commencé à parrainer de plus en plus souvent des détaillants exploitant une franchise (Acklands), tandis qu'un nombre croissant de détaillants (Steinberg) s'adonnent maintenant au commerce de gros. Une nouvelle forme d'entreprise a vu le jour récemment et est spécialisée dans la vente à d'autres entreprises et aux consommateurs.

Les fabricants évaluent leurs opérations de gros en propriété et exploitation exclusives et, dans certains cas, les abandonnent au profit des services de grossistes indépendants si ces derniers leur promettent une livraison plus efficace des produits. Pour demeurer concurrentiel et suivre les marchés en évolution rapide, les grossistes sont contraints de perfectionner leurs ressources en marketing. A cette fin, ils investissent davantage dans des systèmes informatiques dans le but d'avoir accès plus rapidement à des renseignements sur les stocks et les commandes.

Selon les estimations, ayant enregistré une hausse d'environ 16% en 1985, les ventes en gros devraient connaître un certain ralentissement en 1986. Le taux de croissance variera selon les industries mais, à ce chapitre, le secteur du commerce de gros supplantera probablement encore l'ensemble de l'économie jusqu'à la fin des années 1980. On s'attend à une croissance particulièrement forte du secteur du commerce de détail, surtout dans les biens durables de consommation, et ce phénomène avantagera les grossistes spécialisés dans les biens de consommation. En dépit de l'état anémique persistant de certains marchés du commerce de gros dans les industries de ressources (mines, bois de construction et agriculture), le secteur compte augmenter ses investissements, ce qui augure bien pour les grossistes. Étant donné la chute récente du dollar canadien par rapport à de nombreuses monnaies de pays étrangers (Japon, Europe) et la faiblesse continue du dollar canadien par rapport au dollar américain, les grossistes devraient être en mesure de maintenir à leur niveau actuel les ventes d'exportation ou d'accroître ces ventes et ils devraient trouver de nouveaux marchés plus facilement. Cependant, la tendance au protectionnisme observée aux États-Unis est une source d'inquiétude.

La réciprocité des échanges commerciaux est une dimension du commerce international qui prend de plus en plus d'importance. Celle-ci touche l'ensemble des opérations dans lesquelles une condition est assortie à une vente faite à un importateur du secteur public ou privé, selon laquelle l'exportateur s'engage à faire contre-poids à la vente en question par le biais d'un achat ou d'une participation quelconque (situations de troc, de rachat, d'accords compensatoires et bilatéraux). Les échanges commerciaux réciproques correspondent, selon les estimations, à 10% de l'ensemble des échanges et y participent des pays à tous les stades de développement, y compris les États-Unis, le Japon, la Corée et un certain nombre de pays de l'Europe de l'Est.

## 6. ÉVALUATION DE LA COMPÉTITIVITÉ

Les fabricants et les détaillants tentent de supplanter les grossistes dans le circuit de distribution. Depuis le début des années 1980, les grossistes ont dû s'adapter à un environnement plus concurrentiel et se sont efforcés d'accroître leur productivité. Bien que le secteur soit, de façon générale, relativement prospère et en mesure de faire face à cette concurrence, il ne doit pas cesser d'améliorer son rendement, notamment la production par employé et la rotation des stocks. Pour y parvenir, il devra recourir à des méthodes de gestion plus raffinées, retenir les services de personnes mieux formées et continuer à investir dans les systèmes informatisés de contrôle des stocks et d'information de gestion.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 7 -

Les grands établissements de commerce de gros qui dominent le secteur ont les moyens de relever ces défis; par contre, les petites entreprises, soit la majorité des entreprises du secteur, devront retrousser leurs manches. Les établissements de commerce de gros d'appartenance canadienne doivent en outre faire face à la concurrence d'entreprises étrangères, souvent de plus grande taille et mieux à même de relever ces défis.

On s'attend à ce que la pénétration des marchés étrangers se poursuive à mesure qu'un plus grand nombre d'entreprises s'intéresseront à d'autres marchés que le marché canadien en prenant de l'expansion et à mesure que d'autres, comme les maisons de commerce, élargiront leurs réseaux internationaux. Devant l'importance croissante des échanges commerciaux réciproques dans le commerce international, les maisons de commerce d'appartenance canadienne et les autres exportateurs seront forcés d'accroître leur compétence dans ce domaine et de réunir les ressources financières considérables qu'exige ce type de commerce.

Préparé par : Direction des industries de service  
MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

original      original  
signed by    signé par  
R. Harley McGee

---

Sous-ministre adjoint

Biens de consommation, services et transformation des richesses naturelles

Date : le 6 juin 1986

000000-000000

FICHE D'INFORMATION

L'INDUSTRIE CANADIENNE DU COMMERCE DE GROS

1. PRINCIPALES STATISTIQUES

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
Établissements	N/D	N/D	55,955	49,522	52,288	N/D
Emplois	356,000	478,000	495,000	480,000	474,000	489,000
Ventes (en milliards de dollars)	N/D	N/D	176.4	172.7	189.9	212.7 <sup>1</sup>
PIB (% du total-dollars constants)	4.8	5.4	5.4	5.0	5.1	5.3
Exportations (en milliards de dollars)						
a) Propre compte	N/D	N/D	15.9	16.82	18.4	N/D
b) Moyennant commission	N/D	N/D	N/D	N/D	3.4	N/D
Importations (en milliards de dollars)						
a) Propre compte	N/D	N/D	N/D	N/D	15.8	N/D
b) Moyennant commission	N/D	N/D	N/D	N/D	2.8	N/D

Remarque 1 : Estimation

2. SITUATION FINANCIÈRE

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>
<u>Investissements</u> (en dollars constants de 1971)						
Immobilisations (en millions de dollars)	87.3	237.3	237.8	218.2	295.4	304.1
Réparation (en millions de dollars)	27.2	50.3	45.1	53.3	48.0	52.9
<u>Rentabilité</u> (après impôt)						
Revenu total (%)	2.1	1.9	1.6	0.8	1.2	N/D
Capitaux propres (%)	9.8	13.3	10.3	4.9	6.9	N/D
Capital investi (%)	8.3	11.0	8.6	4.1	5.8	N/D
<u>Dettes</u>						
Ratio d'endettement à long terme et (%)	15.6	13.5	17.4	18.1	16.8	N/D
<u>Productivité</u>						
Rapport entre les ventes et les stocks	6.0	6.6	6.4	6.5	6.7	N/D
PIB réel par heure-employé (\$)	N/D	6.89	6.84	6.30	7.29	7.62

3. DISTRIBUTION RÉGIONALE POUR 1982

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>
Établissements	6.5	25.2	36.0	19.3	13.0
Emplois	6.7	23.3	23.3	22.3	12.3
Ventes	4.2	20.1	27.5	27.5	11.2

4. COMMERCE EXTÉRIEUR

	<u>É.-U.</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>ASIE</u>	<u>Autres</u>
Importations - % du total				
1981				
1982		Non disponible		
1983				
Exportations - % du total				
1981				
1982		Non disponible		
1983				

5. PRINCIPALES ENTREPRISES - Voir la liste ci-jointe

Source : Les statistiques sont fondées sur les données de Statistique Canada.

PRINCIPALES ENTREPRISES

L'INDUSTRIE CANADIENNE DU COMMERCE DE GROS

<u>NOM</u>	<u>VENTES ANNUELLES</u> <sup>1</sup> (en milliers de dollars)	<u>PROPRIÉTÉ</u>
<u>Automobile</u>		
Canadian Tire	2,077,742	Canadienne
Acklands	377,086	Canadienne
<u>Médicaments</u>		
Drug Trading Co.	375,117	Canadienne
<u>Produits agricoles</u>		
Commission canadienne du blé (Société d'État)	4,121,000	Canadienne
Saskatchewan Wheat Pool	2,023,491	Canadienne
Cargill Ltd.	1,557,399	Américaine
<u>Produits alimentaires</u>		
Loblaw Co. Ltd.	6,931,000	Canadienne
Provigo Inc.	4,746,100	Canadienne
Oshawa Group Ltd.	3,102,447	Canadienne
Core-Mark International Inc.	2,284,590	Canadienne
<u>Machines et équipement</u>		
Finning Tractor & Equipment Co. Ltd.	533,819	Canadienne
Wajax	289,944	Canadienne
<u>Produits en métal</u>		
Marshall Drummond McCall Inc.	289,715	Canadienne
<u>Plomberie et chauffage</u>		
United Westburne Industries	1,133,342	Canadienne
<u>Maisons de commerce</u>		
Mitsui & Co.	1,817,064	Japon
Mitsubishi Canada	1,279,564	Japon
Marubeni	779,000	Japon
Sumitomo	724,000	Japon
C. Itoh & Co.	677,388	Japon

Remarque 1 : Les chiffres des ventes peuvent comprendre les ventes faites par des entreprises canadiennes aux États-Unis ainsi que certaines activités autres que le commerce de gros.

Source : The Financial Post 500, Été 1986.



## MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

### PROFIL DE COMPÉTITIVITÉ

#### INDUSTRIE DU FIL MÉTALLIQUE ET DE SES PRODUITS, CTI 305 (REVISÉ)

##### 1. Structure et Rendement

###### 1.1 Structure

L'industrie du fil métallique et de ses produits englobe les établissements dont l'activité principale consiste à produire des fils métalliques à partir de fil machine et de fabriquer des clous, des pointes et des agrafes, des boulons, des écrous, des rivets, des vis, des rondelles, des clôtures métalliques, du grillage en fil métallique, de la toile métallique, du fil barbelé, du fil à souder, des chaînes ordinaires, du fil à torons multiples et des câbles non isolés ainsi que des articles de cuisine et d'autres produits en fil métallique. Cette industrie n'inclut pas les fils et les câbles électriques.

L'industrie canadienne du fil métallique et de ses produits est dominée par trois principaux producteurs d'acier (Stelco Inc. Sidbec-Dosco et Ivaco Inc.) qui sont à la fois des fabricants et des distributeurs de produits du fil métallique et qui approvisionnent la plupart des autres producteurs non intégrés en produits bruts, sous forme de fil machine et de fil métallique proprement dit. Le fil machine importé représente également un facteur important sur la scène canadienne. Les relations avec les fournisseurs de fil machine constituent la liaison en amont dans cette industrie.

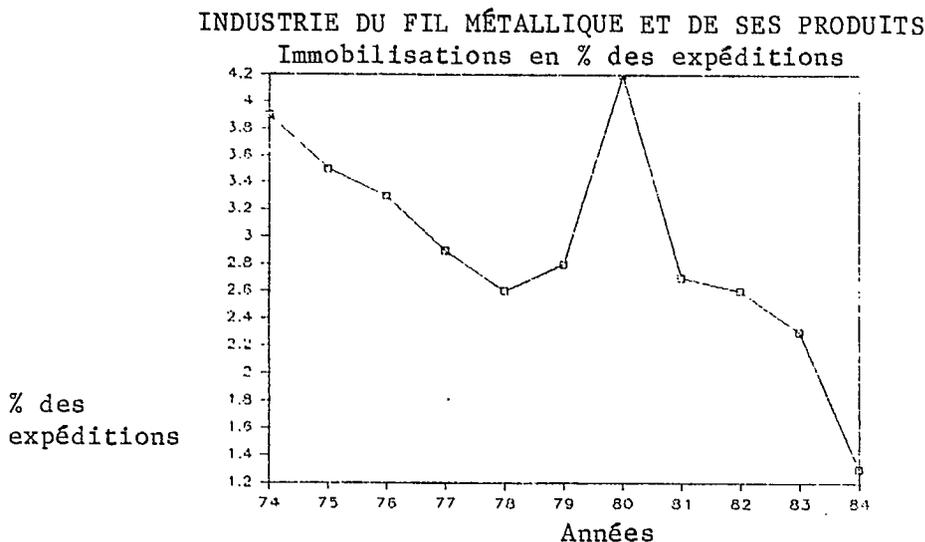
Dans la présente industrie, l'activité est cyclique, étant étroitement liée à la demande de produits fabriqués, surtout de biens de consommation durables ainsi qu'au rythme de l'industrie du bâtiment. Au début du vingtième siècle, les ventes destinées au secteur de l'agriculture représentaient un facteur important de la demande en matière de produits du fil métallique, mais actuellement, moins de 3% des expéditions sont reliées au secteur agricole.

Le secteur du fil métallique comprend en 309 établissements, comptant 13,000 employés. Ses expéditions s'élèvent à 1,3 milliards de dollars et 24% en sont exportées. Les importations représentent environ 25% du marché canadien. Les opérations de fabrication sont réparties entre toutes les provinces du Canada, sauf Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard le Nouveau-Brunswick et la Saskatchewan. L'Ontario compte 57% des expéditions (et 60% des emplois), le Québec, 38% des expéditions (et 37% des emplois). Dans ce secteur, les usines de fabrication sont plutôt petites; en effet, 78% d'entre elles emploient moins de 50 personnes. Cependant, les trois entreprises les plus importantes comptent plus de 40% de la production nationale. Dans une proportion de 80%, l'industrie est contrôlée par des Canadiens et appartient à des particuliers, à l'exclusion de la part de la production de fil métallique, de clous et d'attaches d'usage industriel qui revient à Sidbec-Dosco.

###### 1.2 Rendement

On ne dispose guère de données qui permettent d'évaluer la situation financière des différentes sociétés, étant donné qu'aucune des grandes entreprises canadiennes ne fournit des informations financières distinctes sur les opérations concernant le fil métallique et ses produits. D'après le Catalogue 61-207 de Statistique Canada, les profits annuels après impôt de cette industrie ont été en moyenne, de 1973 à 1982, de 5,3%, avec un maximum de 12,9% en 1978 et un minimum de 1% en 1982. Or les profits annuels moyens après impôt de l'ensemble des industries de fabrication du métal n'ont été que de 4,4% pour la même période. L'année dernière, selon des sources de renseignements du secteur, les résultats financiers étaient "bons" pour les installations desservant le marché de l'automobile, mais "décevants" pour les usines desservant le bâtiment et l'industrie des appareils ménagers. Les établissements de production de câble métallique, de clous, de tablettes et de plateaux et de fil métallique, de clôtures de maillons métalliques et de filet métallique d'armature ont perdu des emplois. En revanche, le nombre d'emplois s'est accru dans le secteur de la fabrication de chaînes métalliques, grâce à la reprise des activités de Columbus McKinnon Limited.

Il est vrai que la valeur des expéditions a pratiquement doublé de 1973 à 1982, mais les immobilisations ne reflètent pas le même taux de croissance. Le tableau suivant illustre le déclin graduel des investissements relatifs à la production de fil métallique, sous forme de pourcentage de l'ensemble des expéditions.



Si le rythme des investissements a ralenti, c'est surtout parce que les trois principaux producteurs avaient d'autres intérêts. Le plus grand élément d'expansion de Stelco pendant la dernière décennie a été une nouvelle usine de première transformation de l'acier sur le lac Érié. Ivaco a connu une croissance rapide aux États-Unis. Sidbec-Dosco a décidé de rebrousser chemin vers la production de minerai.

## 2. Points forts et points faibles

### a) Facteurs structurels

Le fil métallique et ses produits sont fabriqués par presque tous les pays ayant une industrie primaire de l'acier. Le laminage du fil machine et le tréfilage constituent les premières étapes normales de l'intégration du secteur de l'acier qui est en voie d'expansion. En conséquence, la rapide croissance de l'industrie japonaise de l'acier dans l'après-guerre s'est accompagnée d'un vigoureux développement du marché d'exportation des produits standards du fil métallique tels que les attaches d'usage industriel, les câbles métalliques courants ainsi que des variétés les plus vastement utilisées du fil métallique lui-même. Les florissantes industries de l'acier en République de Corée, au Brésil et en Chine suivent maintenant les mêmes stratégies d'exportation, pour s'assurer une part du marché mondial des produits courants du fil métallique. Certains autres pays, qui ont un besoin urgent de devises fortes, sont en train d'encourager l'exportation de ces mêmes produits. Ainsi, les clous et le fil barbelé de fabrication polonaise ont provoqué une baisse des prix de ces produits en Amérique du Nord.

En général, les fabricants canadiens ne peuvent pas concurrencer rentablement les producteurs hors-continent de produits du fil métallique fabriqué en masse, comme les attaches ordinaires. Parmi les points les plus faibles de l'industrie, citons les coûts de main-d'oeuvre peu concurrentiels, par rapport à la modicité de ces coûts pour les producteurs étrangers, un marché intérieur restreint et dispersé et une devise forte par rapport à celle des concurrents hors-frontière. Même si les producteurs canadiens demeurent compétitifs par rapport aux fabricants américains, le marché nord-américain est de plus en plus infiltré par les produits fabriqués dans des pays où la main-d'oeuvre est sensiblement meilleur marché. Certains de ces produits (par exemple les attaches) pénètrent au Canada surtout par le canal des concessionnaires américains. Il s'ensuit que les statistiques de l'importation ne reflètent pas exactement le pays d'origine.

Par suite de ces forces compétitives, les entreprises canadiennes ont de plus en plus tendance à se spécialiser dans la fabrication de produits de faible volume, de haute technologie et de valeur élevée. Pour les acheteurs de tels produits, la qualité, la rapidité et la fiabilité de la livraison ainsi que le service au client ont souvent autant d'importance que le prix. Les attaches d'usage industriel adaptées aux besoins du client en sont un exemple représentatif. Les fabricants automobiles nord-américains insistent sur un niveau de service que n'ont pas assuré jusqu'à présent les producteurs d'attaches hors-continent. Dans une proportion de 46%, les exportations canadiennes d'attaches en 1983 se sont faites dans le cadre du Pacte de l'automobile.

**b) Facteurs liés au commerce**

Il existe une vaste gamme de tarifs applicables aux produits du fil métallique. Les taux NPF canadiens de 1987 ont été de 15% ou moins, soit environ 5% pour la plupart des biens. Les droits américains sur les produits du fil métallique sont généralement inférieurs aux droits canadiens. En effet, ils sont de moins de 1% pour la majorité des attaches d'usage industriel, des clous et des pointes et peu de produits du fil métallique sont taxés à plus de 5%, bien que les droits s'élèvent à 13,8% pour certains produits spéciaux, tels que les toiles métalliques fourdrinier. Les chaînes ordinaires et les chaînes d'ancrage à étais, que le Canada exporte de plus en plus aux États-Unis, sont généralement soumises à des droits de moins de 1%.

Le Pacte de l'automobile Canada-É.-U. joue un rôle important dans le commerce bilatéral des produits du fil métallique. Ainsi, 65% des attaches d'usage industriel canadiennes exportées aux États-Unis représentent des articles automobiles exempts de droit.

Plus de 90% des exportations canadiennes de fil métallique et de ses produits sont destinées aux États-Unis. Ces dix dernières années, l'industrie américaine a été touchée par la concurrence croissante des importations provenant de plusieurs parties du monde; aussi, a-t-elle cherché refuge dans le vaste éventail des dispositions statutaires qui restreignent les importations. L'article 201 du U.S. Trade Act de 1974 a été invoqué avec succès par les fabricants américains en vue d'imposer, pendant trois ans, un tarif additionnel de 15% aux importations d'attaches d'usage industriel. Les tentatives pour faire valoir d'autres mesures de réduction des importations ont forcé les exportateurs canadiens à entamer de coûteuses mesures de représailles judiciaires qui ont semé l'incertitude chez les importateurs et les concessionnaires américains.

Ces dernières années, les produits canadiens n'ont pas pu pénétrer dans la CEE ni dans les marchés japonais, surtout à cause de la valeur relativement élevée de la monnaie canadienne et des coûts de transport.

**c) Facteurs technologiques**

En général, la nouvelle technologie du tréfilage et de la fabrication des produits du fil métallique est lancée par les constructeurs de machines qui conçoivent l'équipement nécessaire à cet effet et le fournissent aux entreprises manufacturières. Les dernières réalisations en matière de production directe sont habituellement à la portée de l'entreprise qui achète le modèle le plus récent de machines de fabrication. L'important secteur des procédés techniques brevetés tend actuellement à se concentrer sur des fonctions telles que l'assurance de la qualité, le contrôle des stocks, le traitement des commandes et d'autres activités de gestion. Dans ce secteur, les producteurs canadiens jouissent d'une réputation variable. On peut voir un exemple du progrès réalisé au Canada dans l'entrepôt automatisé construit récemment par Stelco Inc. pour les besoins du marché des attaches d'usage industriel. Cette nouvelle installation a permis d'améliorer l'acheminement des commandes, d'accélérer l'assemblage des commandes complexes et d'expédier immédiatement les marchandises, faisant ainsi de Stelco l'un des plus grands fournisseurs des industries automobiles américaines et canadiennes.

**d) Autres facteurs**

Deux autres facteurs continueront à influencer la situation de l'industrie canadienne face à la concurrence.

- 1) La valeur du dollar canadien en monnaie américaine joue un plus grand rôle dans la compétitivité du secteur que les barrières tarifaires. Les producteurs canadiens souffriraient d'une éventuelle augmentation de la valeur du dollar canadien, puisqu'une telle hausse encouragerait immédiatement les importations et réduirait considérablement les exportations de produits canadiens aux États-Unis.
- 2) Les taux d'intérêt ont un effet direct sur l'aptitude des producteurs à effectuer les investissements de capitaux nécessaires pour tirer parti des améliorations techniques que permettent les nouvelles machines ou l'adoption des dernières techniques de l'informatique et des communications. De nombreux producteurs canadiens sont convaincus d'avoir perdu une part du marché aux mains des producteurs hors-continent qui ont pu obtenir, par l'entremise de leur gouvernement, des conditions de financement favorables pour leur projet de modernisation et d'expansion.

**3. Politiques et programmes fédéraux et provinciaux**

- Le Pacte de l'automobile canado-américain a favorisé considérablement les exportations canadiennes d'attaches d'usage industriel et de câbles de contrôle.
- L'Entente sur le partage de la production de défense conclue entre le Canada et les États-Unis a encouragé les entreprises canadiennes de fabrication des produits du fil métallique à se mettre sur les rangs pour obtenir les marchés d'approvisionnement de défense des É.-U.
- Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) a aidé les entreprises canadiennes de fabrication de chaînes et de câbles métalliques à étendre leur commerce aux États-Unis et aux pays de la ceinture du Pacifique.
- Plusieurs sociétés de production de fil métallique ont tiré parti du Programme de productivité de l'industrie de la défense pour acquérir les installations nécessaires en vue de soutenir la concurrence sur le marché de défense.

Parmi les programmes ci-dessus, ce sont le Pacte de l'automobile et l'Entente sur le partage de la production de défense qui sont le plus essentiels à l'industrie canadienne du fil métallique.

**4. Évolution de l'environnement**

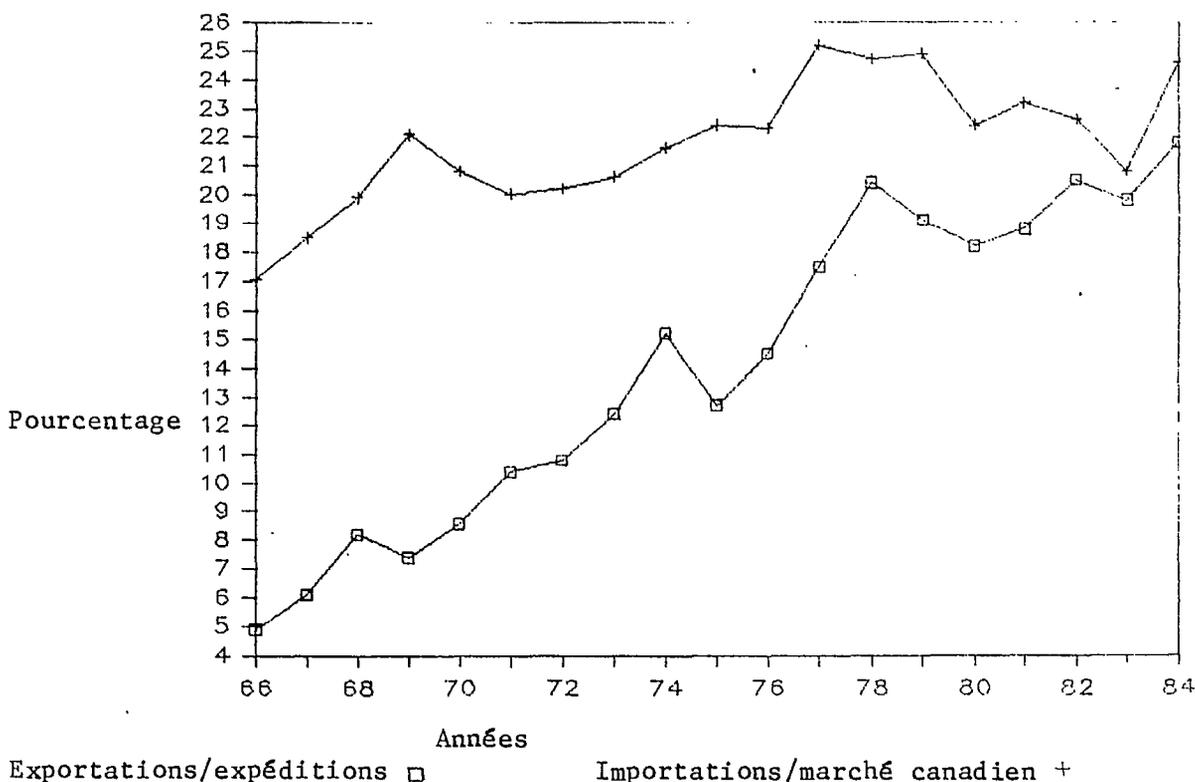
L'industrie du fil métallique et de ses produits est reliée à tous les autres secteurs de la fabrication, du bâtiment et des ressources, de façon que l'activité de cette industrie a eu jusqu'ici tendance à refléter l'ensemble de la croissance économique. Les produits du fil métallique jouent un rôle important, entre autres, dans le contrôle et la transmission de force physique entre les objets, dans l'assemblage des composants, dans la consolidation du bâtiment et dans le contrôle de l'accès à la propriété.

Selon les projections, la demande de produits du fil métallique augmentera rapidement dans les pays du Tiers-Monde et marginalement en Amérique du Nord. La perspective à long terme de l'industrie nord-américaine du fil métallique indique une croissance plus lente que celle de la situation économique globale.

5. Évaluation de la compétitivité

Au cours des 15 dernières années, l'industrie canadienne du fil métallique a connu, dans son ensemble, une compétitivité croissante. Alors que les importations ont représenté un pourcentage assez constant du marché canadien, les exportations ont monté de 8,6% à 24,5% des expéditions canadiennes.

INDUSTRIE DU FIL MÉTALLIQUE ET DE SES PRODUITS  
Rapports des exportations et des importations canadiennes



De 1974 à 1983, les exportations de l'industrie du fil métallique, en pourcentage des expéditions, ont monté de 15,2% à 19,8%, soit une augmentation de 4,6%. C'est aux attaches d'usage industriel qu'il faut attribuer la plus grande part des exportations, mais les clous, les chaînes et le fil galvanisé y ont largement contribué. Plus récemment, la compétitivité de certains produits du fil métallique a été minée par la présence croissante d'importations des NPI de la ceinture du Pacifique. Les producteurs canadiens ne peuvent plus soutenir la concurrence des câbles métalliques de petit diamètre de la Corée du Sud. De même, les importations des attaches standards (vis, écrous et boulons ordinaires) ont supplanté le produit américain sur le marché. Le plus grand producteur canadien ne constitue plus de stocks d'attaches non automobiles.

Dans l'avenir prévisible, étant donné l'accès au marché américain, toujours en franchise de douane en vertu du Pacte de l'automobile, l'industrie canadienne du fil métallique demeurera compétitive en Amérique du Nord pour les produits spécialisés de qualité. Cette situation concurrentielle continuera à dépendre des rapports étroits qui existent entre l'acheteur et le fournisseur ainsi que de l'aptitude des fabricants canadiens à livrer rapidement et en toute fiabilité des articles conçus spécialement pour le client.

Les producteurs canadiens et américains continueront à avoir des difficultés à soutenir la concurrence des produits de technologie rudimentaire et de grande consommation fabriqués hors-continent, tels que les clous, les vis ordinaires, le fil barbelé ainsi que les câbles et les chaînes métalliques de qualité inférieure. Cette situation ne changera que si l'on modifie sensiblement les taux de salaires et la valeur relative des monnaies.

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

- 6 -

REMARQUE: Ce profil a été tracé d'après les données restreintes dont dispose Statistique Canada, quelques rapports annuels et des entretiens des agents du MEIR avec des entreprises et des associations au sujet de certains aspects particuliers de leur activité. Par conséquent, certains aspects de ce secteur diversifié ne sont pas traités en profondeur. A mesure que de nouveaux renseignements seront disponibles, le présent rapport sera mis à jour.

Préparé par: LA DIRECTION DE LA TRANSFORMATION DES RICHESSES NATURELLES, MEIR

Original Signed By  
R. H. MCGEE  
Original Signé Par

---

Sous-ministre adjoint

Date: le 15 mai 1986

MINISTÈRE DE L'EXPANSION INDUSTRIELLE RÉGIONALE

FICHE D'INFORMATION

**SECTEUR: Industrie du fil métallique  
et de ses produits**

**CTI: 305**

**1. PRINCIPALES STATISTIQUES**

	<u>1971</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>
Établissements	239	327	330	307	309	n/a	n/a
Emplois (milliers)	16.2	18.5	17.3	14.6	13.4	17.4	16.8
Expéditions (millions de dollars)	479	1,423	1,517	1,327	1,336	n/a	1,489
Produit intérieur brut (millions de dollars constants de 1971)	n/a	240	233	196	195	206	n/a
Investissements (millions de dollars)	31	109	83	72	81	73	91
Profits nets après impôt (millions de dollars)	22	54	49	14	32	n/a	n/a

**2. STATISTIQUES COMMERCIALES**

Exportations (millions de dollars)	51	263	289	277	328	413	n/a
Expéditions canadiennes (millions de de dollars)	428	1,160	1,228	1,050	1,008	n/a	n/a
Importations (millions de dollars)	109	340	375	313	348	482	n/a
Marché canadien (millions de dollars)	537	1,500	1,603	1,363	1,356	1,926	n/a
Exportations en % des expéditions	10.6	18.5	19.1	20.9	24.6	22.2	n/a
Importations en % du marché canadien	20.3	22.7	23.4	23.0	25.7	25.0	n/a
Part canadienne du marché international							non disponibles

		<u>E-U.</u>	<u>JAPON</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>AUTRES</u>
<u>Sources des importations</u> (4 principales)	1981	70.6	8.1	11.8	9.5
	1982	71.3	8.0	11.6	9.1
	1983	69.8	7.9	12.8	9.5
	1984	69.4	6.9	11.8	11.9

		<u>E-U.</u>	<u>JAPON</u>	<u>C.E.E.</u>	<u>AUTRES</u>
<u>Destination des exportations</u> (4 principales)	1981	93.6	.1	1.1	5.2
	1982	94.6	0	1.0	4.4
	1983	96.0	0	.7	3.3
	1984	96.0	0	.3	3.7

**3. DISTRIBUTION RÉGIONALE (1983)**

	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies et C.-B.</u>
Établissements - % du total	2.2	27.5	55.6	14.6
Emplois - % du total	n/a	29.2	60.4	n/a
Expéditions - % du total	n/a	34.6	56.0	n/a

4. PRINCIPALES ENTREPRISES

<u>Nom</u>	<u>Propriété</u>	<u>Emplacement des principales usines</u>	<u>Concentration (% de la capacité intérieure)</u>
Stelco Inc. Sidbec Dosco Ltée	Canadienne Prov. de Québec	Hamilton (Ontario) Montréal (Québec) et Rexdale (Ontario)	ces trois entreprises produisent globalement 40 % de la production canadienne
Ivaco	Canadienne	Marieville (Quebec)	

le 21 février 1986  
MEIR, Ottawa

