

Les débouchés du marché canadien : Le profil des importations



Gouvernement
du Canada

Expansion industrielle
régionale

Government
of Canada

Regional Industrial
Expansion

Canada

LES BALLES DE GOLF
(SAUF LES BALLES CREUSES POUR ENTRAINEMENT)

N° de publ. : 31-85

octobre 1985

Think
Canadian  Pensons
canadien

LES BALLEs DE GOLF
(SAUF LES BALLEs CREUSEs POUR ENTRAINEMENT)

N° de publ. : 31-85

octobre 1985

POUR OBTENIR D'AUTRES RENSEIGNEMENTS, COMMUNIQUER A L'ADRESSE SUIVANTE :

Division de l'information sur les marchés et analyse
Direction générale du développement des marchés
Ministère de l'Expansion industrielle régionale
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 992-4446

OU

Division des produits récréatifs
Direction générale des produits alimentaires et des produits de consommation
Ministère de l'Expansion industrielle régionale
235, rue Queen
Ottawa, (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 942-1045

OU

Au bureau régional du MEIR le plus proche.
Vous trouverez la liste de ces bureaux à la page 9
de cette publication.

LA SOURCE DES DONNEES

Ministère de l'Expansion industrielle régionale

Statistique Canada

Revenu Canada

Approvisionnement et Services Canada

LES NOTES EXPLICATIVES

L'évaluation

En général, les importations sont consignées selon les valeurs établies aux fins des droits de douane, conformément aux dispositions de la Loi sur les douanes. Pour la plupart des transactions en concurrence, les valeurs en douane sont identiques aux prix de vente. Cependant, pour beaucoup de transactions entre entreprises affiliées, les valeurs en douane sont supérieures aux prix de vente. Toutes les valeurs sont rapportées en dollars canadiens, excluant la douane.

Le taux de croissance moyen

Les taux de croissance sont calculés selon la moyenne des gains annuels.

N° DE PUBL. : 31-85
CODE DES MARCHANDISES
D'IMPORTATION - 832-24-10

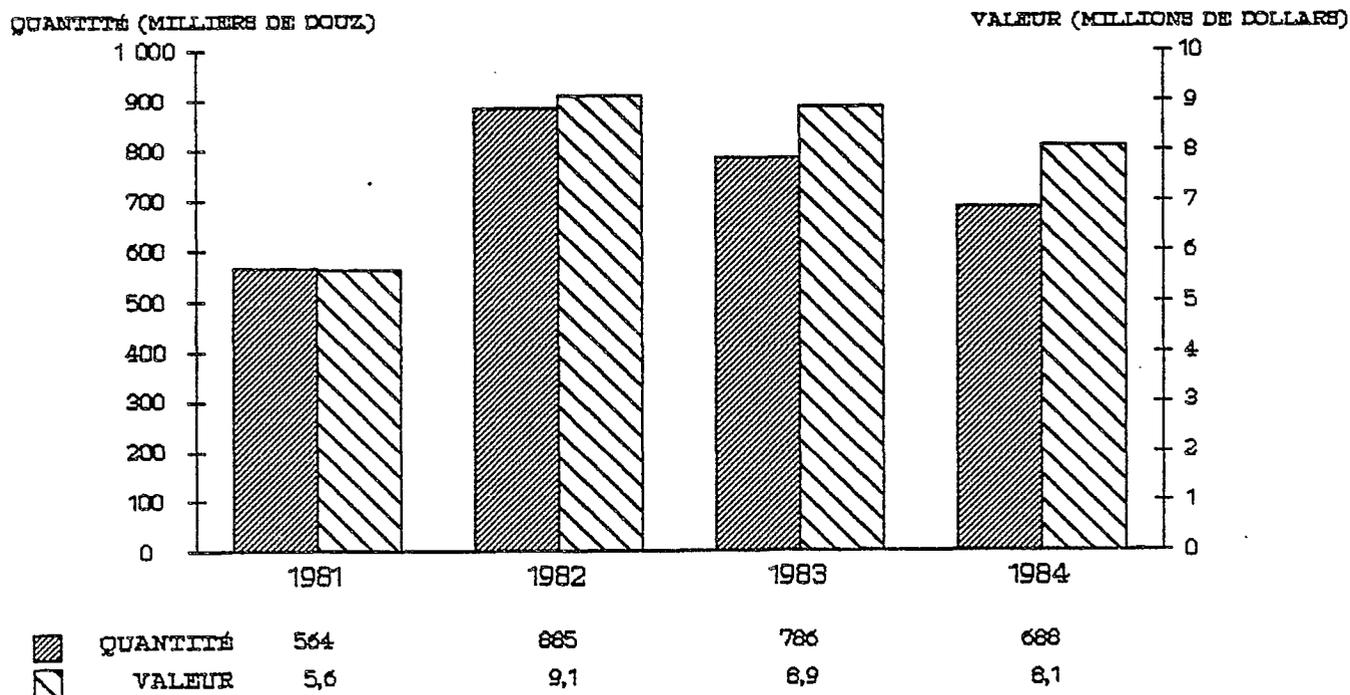
LES DEBOUCHES DU MARCHE CANADIEN : LE PROFIL DES IMPORTATIONS

LES BALLES DE GOLF
(SAUF LES BALLES CREUSES POUR ENTRAINEMENT)

INTRODUCTION

Le présent document fait partie d'une série de rapports publiés dans le but de sensibiliser les gens d'affaires aux débouchés que le marché canadien offre à la production nationale, et d'encourager les entreprises canadiennes à explorer davantage les débouchés éventuels, tant sur les marchés canadiens que sur les marchés d'exportations. Il est important de souligner que ce rapport ne se veut aucunement une évaluation de la possibilité de fabriquer ce produit ou de vouloir concurrencer sur un marché donné, mais vise plutôt à fournir un indicateur ou un point de départ à l'intention du fabricant ou de l'entrepreneur.

LES TENDANCES DES IMPORTATIONS
DES BALLES DE GOLF
(SAUF LES BALLES CREUSES POUR ENTRAINEMENT)



LES IMPORTATIONS SELON LE PRINCIPAL PAYS D'EXPORTATION
(EN ORDRE DECROISSANT DE LA VALEUR EN DOLLARS DE 1984)

<u>PAYS ETRANGER</u> <u>D'EXPORTATION</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>1984</u>	<u>PRIX</u> <u>UNI-</u> <u>TAIRE</u> <u>1984</u> <u>\$ PAR</u> <u>DOUZ.</u>	<u>TAUX DE</u> <u>CROISSANCE</u> <u>ANNUEL</u> <u>MOYEN</u>	<u>ECART</u> <u>EN POUR-</u> <u>CENTAGE</u>
						<u>1981-1984</u> %	<u>1983-1984</u> %
ETATS-UNIS							
QUANTITE (DOUZ.)	492 170	817 527	642 939	596 148		7	-7
VALEUR (000 \$)	5 464	8 883	8 321	7 622	12,79	12	-8
AFRIQUE DU SUD							
QUANTITE (DOUZ.)	0	5 000	25 300	37 000		S. o.	46
VALEUR (000 \$)	0	34	181	242	6,54	S. o.	34
REPUBLIQUE DE LA COREE							
QUANTITE (DOUZ.)	70 036	55 786	93 705	30 260		-24	-68
VALEUR (000 \$)	151	161	286	115	3,80	-9	-60
ROYAUME-UNI							
QUANTITE (DOUZ.)	75	500	4 472	19 489		538	336
VALEUR (000 \$)	1	3	23	95	4,87	356	313
AUTRES							
QUANTITE (DOUZ.)	1 599	6 634	19 802	5 256		49	-73
VALEUR (000 \$)	17	14	57	16	3,04	-2	-72
TOTAL							
QUANTITE (DOUZ.)	563 880	885 447	786 218	688 153		7	-12
VALEUR (000 \$)	5 633	9 095	8 868	8 090		13	-9
PRIX UNITAIRE							
(\$ PAR DOUZ.)	9,99	10,27	11,28	11,76			

S. o. : sans objet

Entre 1981 et 1982, les importations de balles de golf ont augmenté de 57 % pour ce qui est de la quantité et de 61 % au chapitre de la valeur. Par la suite, à cause des répercussions de la récession économique, on a enregistré, en 1983 et 1984, une baisse d'environ 11 % par année au chapitre du volume et de 2 et 9 % en ce qui concerne la valeur. Des données préliminaires sur les importations des six premiers mois de 1985 permettent de constater une augmentation de 16 % au chapitre de la quantité par rapport à la même période en 1984. Cependant, une baisse de 8 % quant à la valeur a été enregistrée au cours de cette même période, baisse attribuable en grande partie à la pression accrue des prix concurrentiels parmi les fabricants américains et les fournisseurs d'Extrême-Orient.

Les Etats-Unis ont toujours été le principal pays exportateur au Canada, ses exportations représentant 87 % de la quantité et 94 % de la valeur en 1984.

En 1984, le prix unitaire moyen était de 11,76 \$ la douzaine. Le prix unitaire moyen des importations de l'Afrique du Sud, de la République de la Corée et du Royaume-Uni était considérablement plus bas que celui des Etats-Unis. Le prix unitaire élevé des importations en provenance des Etats-Unis est attribuable à plusieurs facteurs. Outre l'écart substantiel des taux de change, de nombreuses balles de golf sont fabriquées aux Etats-Unis au moyen d'une méthode plus coûteuse. Ce facteur, lié aux exigences de consommation des joueurs professionnels et ordinaires pour une balle d'une marque connue dotée de caractéristiques et d'une qualité supérieures, permet un prix plus élevé.

En général, les balles provenant d'autres pays ne sont pas reconnues au chapitre de la marque et de la qualité et ne disposent pas d'un appui de commercialisation dynamique. Par conséquent, sauf quelques exceptions, elles sont davantage destinées aux segments du marché où les prix sont plus bas (c'est-à-dire, les marchés de la promotion et des produits sans marque).

LA CONCENTRATION DU MARCHÉ DES IMPORTATIONS
(SELON UN POURCENTAGE DE LA VALEUR TOTALE EN 1984)

<u>5 PRINCIPAUX IMPORTATEURS</u>	<u>10 PRINCIPAUX IMPORTATEURS</u>	<u>15 PRINCIPAUX IMPORTATEURS</u>
92	97	98

Les cinq principaux importateurs ont représenté 92 % des importations totales en 1984. Quatre étaient situés en Ontario et trois sont des grossistes d'articles et de fournitures de sports et de loisirs.

LE GENRE ET LE LIEU DES 20 PRINCIPAUX IMPORTATEURS - 1984
(98 % DE LA VALEUR TOTALE)

<u>LIEU DES IMPORTATEURS</u>	<u>GENRE D'IMPORTATEURS</u>				<u>TOTAL</u>	
	<u>FABRICANTS</u>		<u>GROSSISTES</u>			
	<u>NOMBRE D'IMPOR- TATEURS</u>	<u>VALEUR (000 \$)</u>	<u>NOMBRE D'IMPOR- TATEURS</u>	<u>VALEUR (000 \$)</u>	<u>NOMBRE D'IMPOR- TATEURS</u>	<u>VALEUR (000 \$)</u>
Ontario	3	2 250	8	5 303	11	7 553
Québec	-	-	4	82	4	82
Provinces de l'Ouest	-	-	5	265	5	265
Provinces de l'Atlantique	-	-	-	-	-	-
TOTAL	3	2 250	17	5 650	20	7 900
Valeur selon le pourcentage du total en 1984	28 %		70 %		98 %	

Il y avait environ 128 importateurs de balles de golf en 1984. Les 20 principaux importateurs ont réalisé 98 % des importations pour une valeur de 7,9 millions de dollars. Dix-sept d'entre eux étaient des grossistes dont les importations totales représentaient 70 % du total. Huit de ces 17 entreprises étaient des grossistes d'articles et de fournitures de sport et de loisirs. Les 11 importateurs de l'Ontario ont réalisé 93 % des importations totales.

LA PRODUCTION CANADIENNE

On compte deux fabricants canadiens de balles de golf. Les deux entreprises sont en Ontario. Statistique Canada ne fournit pas de données précises sur la production de balles de golf.

LES EXPORTATIONS

Il n'existe pas de données précises sur les exportations de balles de golf du Canada, mais on croit que leur quantité est négligeable.

LES TARIFS DU CANADA, 1985

NUMERO TARI- FAIRE	DESCRIPTION	% DE LA VALEUR TOTALE DES IMPOR- TATIONS 1984	TRAITEMENT TARIFAIRE				
			TARIF DE PREFEREN- CE BRITAN- NIQUE(1) %	TARIF DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE %	TARIF GENERAL %	TARIF DE PREFE- RENCE GENERAL %	R.-U. ET IRLANDE %
<u>Expiration 1984-11-08</u>							
51100-01	Bâtons de golf et leurs pièces achevées; raquettes et cadres de raquettes et battes de base-ball; balles de toutes sortes devant servir aux sports, aux jeux ou à l'athlétisme, n. d.	99	13,5	13,5	35	9	13,5
51102-01	Articles et matières devant servir à la fabrication de balles de golf (numéro tarifaire temporaire)	1	En. fr.	En. fr.	35	En. fr.	En. fr.
<u>Mise en vigueur 1984-11-08</u>							
51101-01	Balles de golf, n. d.		14,7	14,7	35	9,5	14,7

1) A l'exception du Royaume-Uni et de l'Irlande
N. d. : non dénommé
En fr. : en franchise

Les accords tarifaires et les principaux pays étrangers

LE TARIF DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE : LES ETATS-UNIS ET L'AFRIQUE DU SUD
LE TARIF DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE OU LE TARIF DE PREFERENCE GENERAL : LA REPUBLIQUE DE COREE*
LE TARIF DE LA NATION LA PLUS FAVORISEE OU LE TARIF DU ROYAUME-UNI ET DE L'IRLANDE : LE ROYAUME-UNI

POUR OBTENIR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS SUR LES PROGRAMMES TARIFAIRES, S'ADRESSER AUX BUREAUX
REGIONAUX DE DOUANES ET ACCISE OU A :
PROGRAMMES TARIFAIRES
REVENU CANADA
DOUANES ET ACCISE
OTTAWA (ONTARIO)
K1A 0L5
TEL. : (613) 992-8589

*NOTE : Afin d'être éligible aux avantages du Tarif de préférence général, il est requis, inter alia, un certificat spécial d'origine.

LE RESUME DU MARCHÉ

Entre 1976 et 1981, on estime que la participation du public au golf avait augmenté de 32 %. Des enquêtes récentes de moindre envergure révèlent que le golf se classe parmi les douze activités récréatives les plus populaires. Selon la Canadian Golf Foundation, on estime qu'en 1985, il y a 1,5 million de Canadiens qui jouent 15 parties ou plus par année et que 300 000 autres sont des golfeurs occasionnels. De ce total, environ 77 % sont des hommes.

Les caractéristiques démographiques des golfeurs américains et canadiens sont très semblables. La plupart ont un diplôme universitaire, un revenu familial de plus de 35 000 \$ par année et sont assez âgés. Par exemple, aux Etats-Unis 84 % des golfeurs ont plus de 25 ans tandis qu'au Canada, 81 % ont plus de 20 ans.

La marque descriptive des balles de golf est un facteur important influençant la demande du consommateur. Actuellement, le marché est dominé par les marques de sociétés américaines comme Spalding, Wilson et Titleist. Il existe trois réseaux de distribution identifiables de ce produit : les boutiques situées sur le terrain de golf, les boutiques à l'extérieur du terrain de golf et les magasins d'articles de sport et de vente au détail.

Aucun changement notable n'est prévu à court ou à moyen terme concernant l'envergure du marché canadien des balles de golf.

La fabrication de balles de golf est une industrie nécessitant des capitaux et un marché présentant suffisamment de débouchés et de volume pour justifier des investissements de capitaux importants. Deux méthodes de fabrication sont utilisées. L'une d'elles comprend un centre solide recouvert de Surlyn et l'autre méthode, dont le coût est plus élevé, comprend un centre recouvert de Balata. Bon nombre des balles de golf plus chères provenant des Etats-Unis sont faites selon la seconde méthode.

Une entreprise envisageant la fabrication au Canada devra choisir entre deux marchés distincts.

L'un des marchés se caractérise par une gamme de prix de trois à six dollars la douzaine environ. Les importations proviennent d'outre-mer, s'élèvent en gros de 100 000 à 150 000 douzaines, d'une valeur d'environ 400 000 \$ par année à la frontière. Il est à prévoir que les entreprises indépendantes de ces pays d'outre-mer vendront leur produit à très bas prix, mais le tarif actuel permet une certaine protection.

L'autre marché présente essentiellement des prix élevés, les prix d'importation se chiffrant à près de 12 \$ la douzaine. Ce marché comprend environ 600 000 douzaines ou 90 % des importations. C'est la taille de ce marché qui permettra de trouver des débouchés. Même une part relativement minime représenterait un revenu brut substantiel. Il faudra préparer une stratégie de commercialisation bien au point pour faire passer le produit, par les réseaux de commercialisation, devant les marques dont la publicité est faite à l'échelle nationale.

On trouvera de plus amples renseignements au sujet de l'équipement de golf dans les profils d'importation nos 32-85, les bâtons de golf (individuels et jeux), et 33-85, les pièces de bâtons de golf.

Ce rapport a été préparé par :

La Direction générale du développement des marchés du
ministère de l'Expansion industrielle régionale
en collaboration avec la Direction générale
des produits alimentaires et des produits de consommation

Pour de plus amples renseignements, s'adresser au bureau régional du MEIR le plus proche.

Terre-Neuve

Edifice Parsons
90, avenue O'Leary
C. P. 8950
Saint-Jean (Terre-Neuve)
A18 3R9
Tél. : (709) 772-4884

Ile-du-Prince-Edouard

Mail Confederation Court, bureau 400
134, rue Kent
C. P. 1115
Charlottetown (Ile-du-Prince-Edouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Ecosse

1496, rue Lower Water
C. P. 940, succ. M
Halifax (Nouvelle-Ecosse)
83J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

Place de l'Assomption
770, rue Main
C. P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

Québec

Tour de la Bourse, bureau 3800
800, place Victoria
C. P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

1, First Canadian Place
Bureau 4840
C. P. 98
Toronto (Ontario)
M5X 1R1
Tél. : (416) 365-3737

Manitoba

3, place Lakeview, bureau 400
185, rue Carlton
C. P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 949-6163

Saskatchewan

Edifice Canada
105, 21^e Rue est, 6^e étage
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Edifice Cornerpoint, bureau 505
10179, 105^e Rue
Edmonton (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944

Colombie-Britannique

Bentall Tower IV, bureau 1101
1055, rue Dunsmuir
C. P. 49178, succ. Bentall
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7X 1K8
Tél. : (604) 661-0434

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Edifice Precambrian
Sac postal 6100
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568 ou 920-8571

