

de détails sur les exportations de métaux et de minéraux non ferreux.)

Les objectifs de la politique commerciale canadienne encourageant l'exportation de produits à base de matières premières davantage transformés (c.-à-d. à plus forte valeur ajoutée) nécessitent que les délégués commerciaux du Canada collaborent avec le secteur privé pour recenser de nouveaux débouchés. Par exemple, des efforts sont actuellement menés pour élargir les marchés des produits métalliques et minéraux transformés ou ouvrés pour lesquels nos producteurs sont compétitifs. La concurrence accrue livrée par les autres pays pour se tailler une part du marché des métaux et minéraux de première transformation nécessite des efforts permanents pour protéger les intérêts canadiens au R.-U.

Dans le cas d'autres produits comme le papier journal, ce sont les contrats à long terme qui prédominent.

Les producteurs canadiens rencontrent un certain nombre de problèmes lorsqu'ils cherchent à élargir leurs ventes de produits des pâtes et papiers (et notamment de papier journal et de pâte de bois) qui peuvent nécessiter des efforts de marketing plus dynamiques menés par le biais de contacts permanents avec les agents de commercialisation, les associations de producteurs et de consommateurs ainsi que les organismes du gouvernement britannique. Le marché des pâtes et papiers devrait se développer lentement, et on peut s'attendre à une intensification de la concurrence livrée par les nouvelles installations de production britanniques et par d'autres producteurs à la suite de la dévaluation des monnaies finnoise et suédoise, ainsi que de l'élimination des tarifs douaniers en vertu de l'entente sur les produits industriels conclue entre la CEE et l'Association européenne de libre-échange (AELE).

Les chiffres donnés au tableau 1 montrent une diminution de la valeur des exportations canadiennes de presque chaque produit sur la liste entre 1981 et 1982, tendance à la baisse qui s'est poursuivie en 1983. Des analyses montrent que le phénomène est attribuable à plusieurs influences, comme par exemple:

- les effets de la récession;
- le remplacement de produits traditionnellement importés par des matières nouvelles et localement produites, comme les fibres optiques et l'aluminium, pour remplacer le cuivre, et le papier journal britannique pour remplacer le papier journal importé;
- les progrès technologiques réalisés dans l'utilisation de matériaux comme, par exemple, les accumulateurs au plomb qui nécessitent sensiblement moins de plomb pour une capacité donnée;
- la chute des cours de nombreux produits de base;
- les pressions que les écologistes exercent sur certaines matières, comme le plomb (dans l'essence) et l'amiante (de façon générale);

— les cours du change qui avantagent certains pays: par exemple, la dévaluation de la monnaie scandinave au début de 1983 a avantagé, en termes de prix, le bois d'œuvre d'origine scandinave.

Étant donné la reprise économique qui progresse au R.-U., on peut s'attendre à un accroissement global de l'utilisation des matières premières. Cela devrait entraîner un accroissement correspondant de la demande de telles matières, et des débouchés conséquents pour les producteurs et fournisseurs canadiens.

1. PRODUITS DE LA FORÊT

1.1 Produits de bois ouvré

Débouchés

La valeur du marché britannique du bois ouvré se situait aux environs de 1 milliard de livres sterling en 1983, les importations de ce secteur comptant pour quelque 88 millions ou 8,8 % de l'ensemble du marché. Les importations britanniques de portes, de fenêtres et de revêtements de plancher en bois ont totalisé 53 millions de livres ou 60 % de l'ensemble des importations.

Le Canada a exporté au R.-U. 148 000 portes d'une valeur de 1,8 million de livres. Il devrait être possible d'accroître sensiblement ce chiffre. Il existe aussi un marché relativement peu important, mais croissant, pour les importations de maisons, de remises et d'autres éléments de construction préfabriqués.

Au R.-U., les fabricants d'articles de menuiserie vendent d'ordinaire directement aux grands constructeurs et entrepreneurs, bien que certains d'entre eux vendent également au grand public. Les grands marchands de matériaux de construction, qui fournissent toutes sortes de produits aux petits entrepreneurs, offrent des articles de menuiserie et font souvent crédit aux bons clients.

Les bricoleurs et les entreprises de rénovation s'approvisionnent surtout auprès des marchands de bois de construction ou des vendeurs de matériaux de construction qui offrent des produits de menuiserie. Une des principales entreprises britanniques de menuiserie exploite plus de 240 points de vente au comptant et à emporter.

Les portes canadiennes sont présentement commercialisées par l'entremise de distributeurs qui sont généralement classés comme marchands de bois de construction ou comme vendeurs de matériaux de construction. Les planchers de bois dur sont vendus par les agents à des importateurs qui ont souvent leur propre service spécialisé ou à des spécialistes qui assurent en outre la pose des matériaux.

Les lamelles et les blocs de bois dur pour les planchers sont en général limités à un usage commercial, le marché domiciliaire de ces produits s'étant contracté depuis les 10 dernières années. La plupart des planchers de bois à usage résidentiel sont composés de carreaux laminés à endos imperméable de feutre, ce qui n'est pas la norme au Canada.