

Situation intérieure

Ce secteur comprend les intégrateurs de systèmes, les machines-outils, les robots, les systèmes de fabrication automatisée, les machines de traitement du plastique ainsi que les concepteurs de logiciels de fabrication et de test pour appareils.

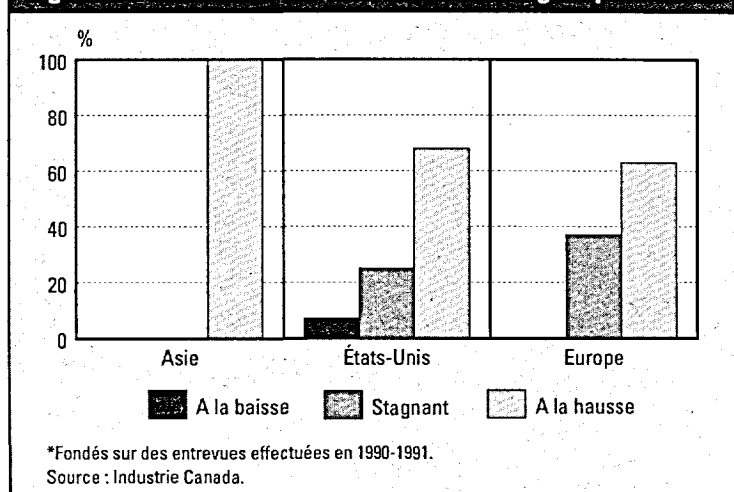
Au Canada, les producteurs sont au nombre d'environ 500 et leurs expéditions se chiffrent à quelque 2 milliards de dollars, soit environ 60 p. 100 de la production; en 1990, la valeur des importations était de 1,4 milliard. Le secteur emploie quelque 17 000 personnes, bon nombre étant des travailleurs qualifiés et des spécialistes.

La figure 2 indique les débouchés sur trois marchés étrangers prioritaires, selon des cadres d'entreprises spécialisées dans la technologie de fabrication de pointe. La colonne de gauche indique le pourcentage des personnes interrogées qui ont exprimé l'un des points de vue mentionnés. Les cadres étaient unanimes pour noter la forte tendance à la hausse des marchés asiatiques. La plupart pensaient aussi que les tendances des marchés américain et européen étaient à la hausse.

Les principaux marchés pour les produits et les services canadiens sont ceux des pays disposant d'une base manufacturière moderne, notamment les États-Unis, l'Europe de l'Ouest, le Japon, l'Amérique latine (principalement le Mexique), Taiwan, la Corée du Sud, la Malaysia, Hong Kong et la Thaïlande. Il est encore difficile de s'implanter sur les marchés du Japon et de l'Allemagne parce que les utilisateurs préfèrent les produits fabriqués sur leur marché intérieur respectif. Néanmoins, il existe des débouchés sur ces marchés, notamment pour les logiciels industriels et la visionique, en Allemagne, et pour la robotique et la visionique, au Japon. Les entreprises canadiennes ont connu un succès considérable aux États-Unis, pays qui reçoit 75 p. 100 des exportations canadiennes, au Mexique, en Grande-Bretagne, en France et en Italie.

Les entreprises canadiennes de fabrication sont généralement beaucoup plus petites que leurs

Figure 2 — Débouchés sur les marchés étrangers prioritaires*



concurrentes étrangères, les plus grandes ayant des ventes annuelles de 200 à 300 millions de dollars. Les entreprises concurrentes telles qu'Allen-Bradley, Mitsubishi et Siemens ayant des ventes beaucoup plus importantes, ont mis en place des réseaux internationaux de commercialisation.

Les entreprises canadiennes qui connaissent succès et croissance rapide ont investi dans la mise au point de techniques internes, ont suivi des stratégies de commercialisation axées sur certains créneaux et ont vendu la plus grande part de leurs produits sur les marchés d'outre-mer. Fondée en 1988, la société Orchid Automation Group Inc., de Cambridge, en Ontario, en est un exemple. Ayant mis au point une technique ultramoderne pour le changement rapide de matrice, elle prévoit cette année des ventes de 8 millions de dollars, dont 90 p. 100 sous forme d'exportations. Dans plusieurs cas, les entreprises canadiennes qui font peu de R-D et qui desservent uniquement le marché intérieur sont en déclin.

L'objectif de l'Initiative des technologies de fabrication de pointe, d'Industrie Canada, est la mise en place d'un solide secteur de la production de la technologie de fabrication de pointe axé sur l'exportation. Cette initiative prévoit de l'aide financière pour les activités de mise au point de produits, de techniques et de services de