

Porte ouverte aux fabricants canadiens

Logement, matériaux de construction au R.-U.

Les relations commerciales du Canada avec le Royaume-Uni sont, à tous égards, les plus profondes en Europe — venant au second rang après celles avec les États-Unis. Le R.-U. est également pour le Canada le marché d'exportation qui affiche la plus forte croissance après celui des États-Unis. Plus du quart des exportations canadiennes vers l'Union européenne sont destinées au R.-U., qui est maintenant le troisième plus grand marché d'exportation du Canada. Ce marché offre donc un important potentiel commercial aux constructeurs d'habitations et aux fabricants de matériaux de construction du Canada.

Aperçu du marché

L'industrie de la construction était évaluée à près de 60 milliards de livres en 2000, chiffre dont le secteur du logement représentait 40 % ou 24 milliards de livres. Ce secteur a progressé de 34 % entre 1996 et 2000, et l'on prévoit qu'il connaîtra une croissance de 11 % d'ici 2007.

Le secteur du logement peut être divisé en deux sous-secteurs : la construction neuve et la rénovation ou remise à neuf. Le sous-secteur de la construction neuve était évalué à 8,4 milliards de livres en 2000. Le nombre de mises en chantier est demeuré à peu près stable — de 180 000 à 190 000 par an depuis cinq ans.

Par ailleurs, le sous-secteur de la rénovation et de la remise à neuf annonce une période de croissance, étant donné que le R.-U. possède un des parcs immobiliers les plus vieux en Europe. La moitié des 23 millions de logements du pays ont de 50 à 100 ans — ou même plus. Entre 1996 et 2000, ce secteur a progressé de 11 % et avait atteint une valeur de 16 milliards de livres en 2000. Les prévisions annoncent une croissance de 11 % au cours des cinq prochaines années, tandis que s'amorce la remise à neuf, financée par l'État, de plus de 1,5 million de logements.

La construction commerciale et la construction industrielle ont l'une et l'autre affiché une croissance positive au cours des cinq dernières années. Le rendement du secteur des infrastructures a été faible. Les prévisions laissent supposer que l'activité va continuer de ralentir dans ce secteur.

En 1999, le R.-U. a déclaré un déficit de 2 milliards de livres dans ses échanges internationaux dans le domaine des matériaux de construction. Bien que le R.-U. satisfasse à la plupart de ses besoins en agrégats, il importe 80 % du bois dont il a besoin. La valeur des importations de bois d'œuvre est actuellement d'environ 1 milliard de livres par an — soit 20 % de tous les matériaux de construction importés.

Débouchés

Au R.-U., l'industrie de la construction traverse une période de changement rapide, qui est le plus manifeste dans le marché de la construction nouvelle. Le manque de logements neufs s'explique par plusieurs facteurs : pénurie de travailleurs compétents, hausse des coûts de construction, défauts associés aux travaux de maçonnerie effectués sur place et nouveaux règlements de construction qui rendent obligatoire une isolation thermique accrue.

Ces facteurs ont donc créé une tendance à produire les composants ailleurs que sur les lieux de construction et engendré une demande de produits novateurs qui rendent la compétence moins nécessaire sur les chantiers de construction, sans déroger aux nouvelles normes. Certains systèmes de charpente usinés, dont les charpentes en bois, sont de plus en plus acceptés.

À court terme, les fabricants canadiens seront en bonne position pour approvisionner ce marché, pendant que les fabricants britanniques se préparent à faire face à la demande. Le succès à long terme dépendra cependant de la création de partenariats d'approvisionnement avec des PME de construction d'habitations qui ne possèdent

pas elles-mêmes les capacités voulues dans le domaine de la fabrication.

Un certain nombre de débouchés méritent d'être explorés : systèmes de revêtement extérieur et de toiture en matériaux légers, systèmes mécaniques, composants préfabriqués et fabriqués industriellement, produits en bois à valeur ajoutée tels que les portes, les fenêtres et les revêtements de sol.

L'accès au marché

Certains gros détaillants, commerçants et constructeurs sont disposés à acheter des produits directement d'un fabricant étranger, mais souvent il faut un partenaire local pour faire des affaires au Royaume-Uni. Ces partenaires offrent une indispensable compréhension des pratiques commerciales britanniques, des caractéristiques du marché et des stratégies commerciales, ainsi que des procédures concernant les aspects légaux et financiers et l'importation. Les entreprises doivent investir du temps (deux à trois ans) et des ressources pour établir des contacts et faire connaître leurs produits. Elles doivent aussi veiller à ce que leurs produits soient conformes aux normes européennes ou britanniques.

Pour devenir un fournisseur régulier des magasins d'articles de bricolage, les exportateurs de bois d'œuvre doivent faire certifier leurs produits par le Forest Stewardship Council (conseil d'intendance des forêts) ou par un organisme équivalent.

Principaux concurrents

Plusieurs entreprises britanniques et internationales de fabrication possédant un réseau de distribution intégré sont bien établies au Royaume-Uni, et la concurrence entre elles est très acharnée.

Les produits canadiens en bois doivent faire face à une forte concurrence du bois tendre provenant d'Écosse, de Scandinavie et des pays Baltes et du bois dur en provenance d'Extrême-Orient et d'Amérique du Sud.

Pour plus de renseignements, communiquer avec M. Jason Kee, agent à l'expansion des affaires, haut-commissariat du Canada à Londres, tél. : (011-44-20) 7258-6664, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : jkee@canada.com internet : www.infoexport.gc.ca/uk



Au service des industries des technologies de fabrication de pointe en Europe

Contactez-nous à www.infoexport.gc.ca

Allemagne

Berlin
Bruno Wiest
Agent commercial
Ambassade du Canada
Berlin, Allemagne
T : (011-49-30) 20312-363
F : (011-49-30) 20312-115

Düsseldorf
Harold McNairnay
Délégué commercial
Consulat du Canada
Düsseldorf, Allemagne
T : (011-49-211) 172-17-17
F : (011-49-211) 35-91-65

Autriche
Roland J. Rossi
Agent commercial
Ambassade du Canada
Vienne, Autriche
T : (011-43-1) 53138-3383
F : (011-43-1) 53138-3906

Belgique
Fabienne De Kimpe
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Bruxelles, Belgique
T : (011-32-2) 741-0620
F : (011-32-2) 741-0606

Bulgarie
Ivailo Savov
Agent commercial
Consulat du Canada
Sofia, Bulgarie
T : (011-359-2) 943-37-04
F : (011-359-2) 946-19-13

Espagne
Marc Gagnon
Agent commercial
Ambassade du Canada
Madrid, Espagne
T : (011-34) 91-423-32-50
F : (011-34) 91-423-32-52

Fédération de Russie
Lilya Panova
Agente commerciale
Ambassade du Canada
Moscou, Russie
T : (011-7-095) 956-6666
F : (011-7-095) 232-9949

Finlande
Johan Nyman
Agent commercial
Ambassade du Canada
Helsinki, Finlande
T : (011-358-9) 2285-3354
F : (011-358-9) 601-060

Grèce
George Dimitriou
Agent commercial
Ambassade du Canada
Athènes, Grèce
T : (011-30-10) 727-3355
F : (011-30-10) 727-3460



DISCRET

CI). Les liens déjà serrés entre nos de douane ont été éliminés sur o-alimentaires. L'ALECI, entré en l'entente, tant le Canada qu'Israël. plus de 30 %. En fait, en 2001, la Le présent supplément montre les nu, employé par les exportateurs

ent donne la priorité est la r des télécommunications, on de l'infrastructure du pays.

de du reste du monde, Israël traverse e ralentissement économique, lié, dans ue, au ralentissement économique s le secteur de la haute technologie. nomie d'Israël a fait preuve d'une nt les fortes tensions. Les éléments e ne sont pas touchés, tandis que le es analystes que c'est la bonne voie qui commercial va revenir dans une phase e diversifiée d'Israël continue d'être les principales économies du monde ble, selon les prévisions des analystes, e à long terme sera de 4 à 5 %.

cès préférentiel et sûr à un marché raël, comme celle du Canada, repose ux; elle offre d'immenses possibilités ion.