

---

Ce secteur est composé d'entreprises qui vont des grandes multinationales, souvent intégrées avec des producteurs primaires de papier et de carton, aux petites usines uniques. Il y a environ 350 entreprises et, comme dans le cas du secteur des produits transformés de bois, l'industrie du papier transformé est située à l'intérieur ou à proximité des centres urbains canadiens qui servent de débouchés principaux. Cela apparaît dans la répartition des établissements, avec 30 pour cent situés au Québec, et 46 pour cent en Ontario. En 1985, le total des livraisons était supérieur à 4 milliards de dollars et l'on comptait environ 36 000 emplois.

L'industrie américaine est le concurrent principal de l'industrie canadienne des produits transformés de papier. Étant donné la taille de leur marché intérieur, les producteurs américains disposent en général d'installations de production plus grandes, sont davantage intégrés aux producteurs primaires et se consacrent à la fabrication de gammes plus étroites de produits que leurs homologues canadiens, ce qui réduit aussi les coûts de production par unité. Il existe des contraintes géographiques à la circulation de certains produits comme les produits d'emballage et de papier mousseline, à cause des coûts de transport. Cependant, la circulation dépend également des avantages liés aux coûts totaux par unité.

La disparition des tarifs douaniers canadiens qui vont de 6,5 à 17,5 pour cent occasionneront une augmentation de la concurrence sur les marchés canadiens. Cependant, les producteurs plus petits, à cause de leur situation géographique, seront bien placés pour desservir les marchés locaux et spécialisés et, dans certains cas, pourront augmenter le volume de leurs exportations. Certaines entreprises, compte tenu de leurs plus petites économies d'échelle et de leurs coûts par unité plus élevés, auront des difficultés à survivre dans ce nouveau milieu.

Il faudra, sans aucun doute, dans certains cas, une restructuration et une rationalisation pour faire face à la concurrence sur les marchés intérieurs et pour obtenir une croissance des exportations. De meilleures économies d'échelles, une intégration plus grande avec les producteurs primaires et les réseaux de distribution, une promotion et un développement des marchés seront des facteurs primordiaux dans ce processus.