

Direction de l'analyse des  
relations économiques  
extérieures

# Revue des marchés actuels et potentiels des produits québécois dans le monde 1998-2002

## Contexte de la Revue

La **Revue des marchés** présente les principaux partenaires commerciaux du Québec dans un contexte de libre-échange et de mondialisation. L'accent a été mis notamment sur les États-Unis, son plus important partenaire commercial, et le Mexique. La Chine, devenue un pôle majeur de développement des marchés mondiaux, s'ajoute au portrait en raison de son poids stratégique. Les résultats du Canada et du Québec sont mis en évidence.

## Concurrence étrangère

On a également tenté d'établir la **taille** des principaux marchés mondiaux pour lesquels les produits québécois occupent déjà une place de choix. On a essayé, dans la mesure du possible, de localiser la **concurrence étrangère** sur ces marchés. Enfin, on présente quelques **produits en forte croissance** pour lesquels le potentiel québécois semble élevé.

## Sources

Les données proviennent de la banque de données **COMTRADE** de l'ONU. La base de données **TradeMap Canada**, un outil innovateur créé par le **Centre du commerce international (CNUCED/OMC)** à Genève, permet d'accéder aux données clés sur le commerce. La diffusion de cette banque de données a été rendue possible par Équipe Canada inc. à partir d'Exportsource.ca.

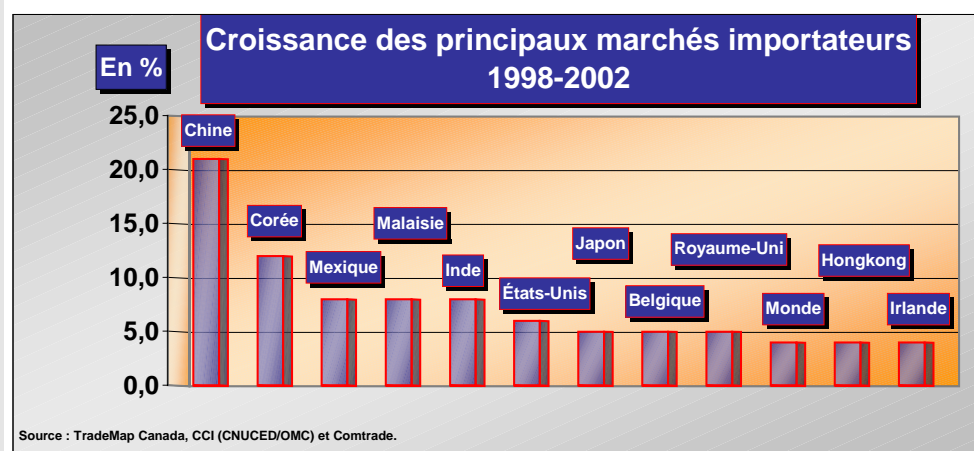
Les données sur les exportations québécoises proviennent de la Banque de données **World Trade Atlas**, qui est le diffuseur autorisé de **Statistique Canada** en matière de commerce international de marchandises pour le Canada et les provinces.

## Performance des principaux marchés importateurs

Marchés en forte croissance

Le commerce mondial de marchandises a atteint 6 547 milliards de dollars<sup>1</sup> en 2002, en hausse de 4 % en moyenne par an de 1998 à 2002. Parmi les principaux marchés mondiaux, ceux qui ont connu les plus fortes hausses annuelles moyennes, au cours de cette période, ont été le **gaz naturel** (+20 %), le **pétrole brut** (+19 %), les **médicaments** (+19 %), le **matériel de télécommunications**, notamment les **télévisions**, les **magnétoscopes**, les **caméras** et les **équipements de téléphonie** (+19 %) et les **huiles lourdes** (+15 %). Soulignons toutefois que le marché des médicaments a connu une croissance exceptionnelle de 36 % entre 2001 et 2002, atteignant 125 milliards de dollars.

Hausses importantes des importations de certains pays



Pays importateurs en forte croissance

Le **marché chinois** a surclassé tous les pays importateurs avec une croissance annuelle moyenne de 21 % de 1998 à 2002. Parmi les principaux pays importateurs, la croissance des importations de la Chine a largement devancé celles de la **Corée du Sud** (+12 %), du **Mexique**, de la **Malaisie** et de l'**Inde** (+8 % chacun). À titre de comparaison, les augmentations des importations des États-Unis et du Canada se situent respectivement à 6 % et 2 % par an.

<sup>1</sup> Toutes les valeurs monétaires mentionnées dans cette revue sont en dollars américains, incluant celles du Québec.

## Performance des principaux pays exportateurs

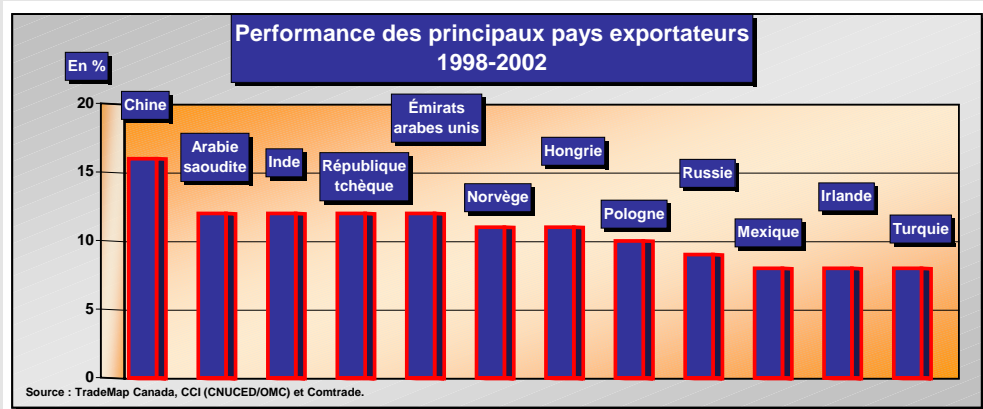
La croissance des exportations québécoises surpasse celle de plusieurs grands pays

Les exportations chinoises enregistrent une croissance remarquable

Hausse importante des exportations de certains pays

Dans ce contexte de croissance anémique des **exportations mondiales** (hausse moyenne de 4 % par an) au cours de la période 1998 à 2002, le **Québec** a enregistré une hausse annuelle moyenne de 3 % de ses ventes à l'étranger. Une croissance plus forte toutefois que celle des États-Unis (0 %), de l'Allemagne (+2 %), du Japon (+1 %), de la France (0 %), du Royaume-Uni (+2 %) et de l'Italie (+1 %).

Par ailleurs, de 1998 à 2002, parmi les principaux pays exportateurs, soulignons la croissance exceptionnelle des pays suivants : la Chine (+16 % par an), l'Arabie Saoudite (+12 % par an), l'Inde (+12 % par an), la République tchèque (+12 % par an), les Émirats arabes unis (+12 % par an), la Norvège (+11 % par an), la Hongrie (+11 % par an), la Pologne (+10 % par an), la Russie (+9 % par an), le Mexique et l'Irlande avec +8 % par an respectivement.



# Principaux partenaires commerciaux

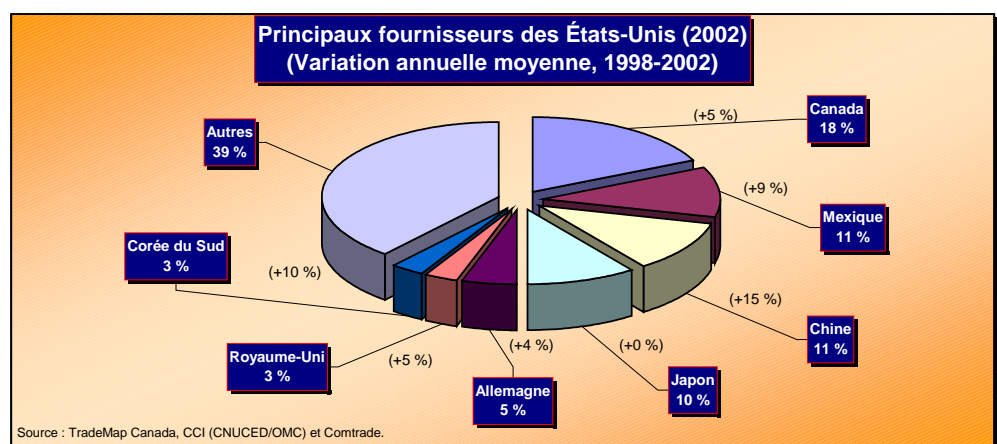
## États-Unis

Les États-Unis demeurent le plus grand marché du monde

La **demande américaine** (importations) de produits étrangers a atteint un niveau record en 2002 avec des achats qui totalisent plus de **1 202 milliards de dollars**, en hausse de 6 % en moyenne par an de 1998 à 2002. Avec **18 % du marché mondial**, les États-Unis occupent le premier rang, largement devant l'Allemagne, au deuxième rang, avec seulement 7 % du marché.

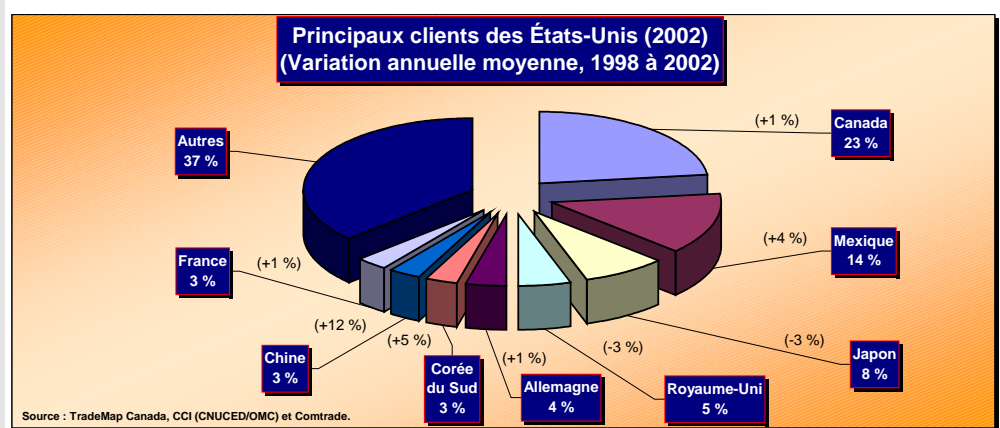
Le **Canada** a été le principal fournisseur des Américains avec 18 % des importations américaines (hausse moyenne de 5 % par an). Le **Québec** détient 3 % du marché américain, soit sensiblement le même poids que le Royaume-Uni, la Corée du Sud et Taiwan. Le **Mexique**, deuxième fournisseur des Américains, avec 11 % du marché, a augmenté ses ventes de 9 % en moyenne par an au cours de cette période. Cependant, soulignons que la **Chine, troisième fournisseur des Américains**, a connu la plus forte augmentation de ses ventes aux États-Unis avec une hausse annuelle moyenne de 15 % au cours de cette période, rejoignant ainsi le Mexique avec 11 % du marché.

Part de marché des principaux pays fournisseurs des États-Unis

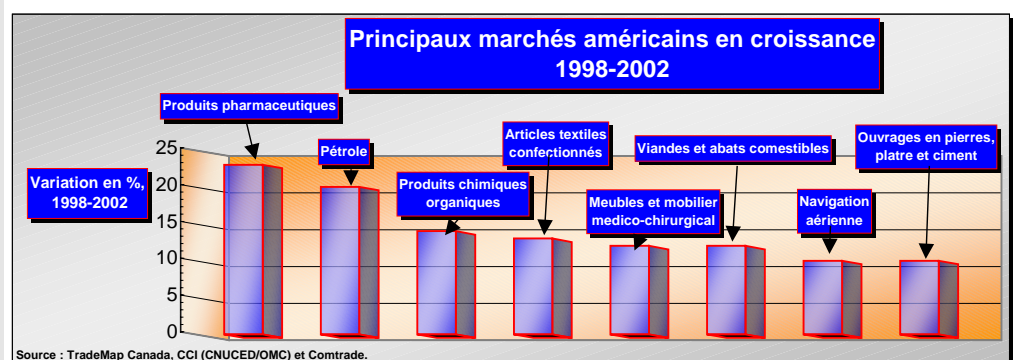


## Les exportations américaines stagnent

L'offre américaine (exportations) a stagné au cours de la période 1998 à 2002. La valeur des **exportations américaines** a atteint près de **700 milliards de dollars** en 2002. Pourtant, ce pays demeure le premier exportateur mondial avec 9 % du total. Son principal client, le **Canada**, est la destination de 23 % des ventes américaines à l'étranger, en hausse de 1 % par an au cours de cette période. Les produits américains vendus au **Mexique**, deuxième client des États-Unis avec 14 % de leurs ventes, ont augmenté en moyenne de 4 % par an. Toutefois, mentionnons que les exportations américaines vers la **Chine** ont connu une hausse annuelle moyenne exceptionnelle de 12 % au cours de cette période, la Chine devenant ainsi le septième client des États-Unis. Le **Québec** achète 5,8 % des produits américains vendus dans le monde.



Les marchés américains qui ont connu les plus fortes hausses au cours de la période 1998 à 2002 ont été ceux des médicaments et du pétrole. Toutefois, les produits chimiques, les vêtements et le meuble ont également connu des taux supérieurs à la moyenne.



Avec 2 % du marché mondial, le Mexique se classe au onzième rang des importateurs mondiaux

Hausse importante des ventes de gaz naturel

## Mexique

La valeur des importations du Mexique, **onzième importateur mondial avec 2 % du marché**, s'élève à près de **170 milliards de dollars**, en hausse de 8 % par an de 1998 à 2002. C'est un marché largement dominé par l'automobile et le matériel de télécommunications. Les États-Unis fournissent 63 % des importations du Mexique (hausse de 4 % par an), suivis par le Japon (hausse de 21 % par an), la Chine (hausse de 41 % par an), l'Allemagne (hausse de 8 % par an) et le Canada (hausse de 19 % par an). Ces cinq fournisseurs totalisent 90 % des importations du Mexique.

En contrepartie, **le Mexique vend 89 % de ses produits aux États-Unis**, 2 % au Canada et 1 % en Allemagne. Soulignons que les ventes mexicaines en Espagne se sont accrues de 20 % par an au cours de cette période, alors que les exportations au Canada ont augmenté de 13 % par an et celles aux États-Unis, de 9 %.

## Canada

Les exportations du Canada ont atteint **252 milliards** de dollars en 2002, **en hausse de 4 % par an** au cours de la période 1998-2002. Le Canada est le huitième exportateur mondial avec 3 % du marché. Parmi les principaux produits canadiens exportés, mentionnons l'**automobile** (hausse moyenne de 1 % par an comparativement à 5 % pour l'ensemble des pays) pour laquelle le Canada se place au troisième rang mondial avec 9 % du marché. Signalons également l'augmentation exceptionnelle des exportations de **gaz naturel** (hausse moyenne de 23 % par an), qui ont permis au Canada de se classer au deuxième rang mondial avec 14 % du marché.

Soulignons d'autre part que le Canada occupe le premier rang mondial pour ses ventes de camions, de bois sciés, de papier journal, de pâtes chimiques de bois, d'aluminium sous forme brute et de papiers de carton utilisés pour l'écriture, et ce, pour ne mentionner que les principaux.

## Chine

La taille du marché chinois a plus que doublé en cinq ans

Hausse vertigineuse des exportations chinoises

Principaux clients de la Chine

La Chine entre dans le secteur de la haute technologie

Le **marché chinois (importations)** a fait un bond prodigieux au cours de la période 1998 à 2002, atteignant près de **300 milliards de dollars en 2002**, une hausse moyenne annuelle de 21 %. La Chine s'est ainsi hissée au sixième rang des principaux pays importateurs, détenant alors plus de 4 % du marché mondial. Les principaux **fournisseurs** de la Chine ont été le **Japon**, dont les ventes à la Chine (54 milliards) représentent 18 % de ses importations totales (hausse de 16 % par an), **Taiwan** avec 13 % du marché chinois et la **Corée du Sud** avec 10 %. Viennent ensuite les **États-Unis** et l'**Allemagne**, qui ont largement profité de l'ouverture du marché chinois, enregistrant respectivement des hausses de 13 % et 25 % par an au cours de cette période. Le **Canada** a augmenté ses ventes en Chine de 16 % par an au cours de cette période; elles ont totalisé 3,6 milliards de dollars en 2002. Celles du **Québec** ont doublé au cours de cette période, se chiffrant à près de 500 millions de dollars.

En contrepartie, l'**offre chinoise (exportations)** dans le monde, en **hausse de 16 % par an de 1998 à 2002**, a totalisé **326 milliards de dollars** en 2002. Ce phénomène a semblé s'accélérer en 2001-2002, puisque le taux de croissance a atteint 22 %. La Chine est ainsi devenue le quatrième pays exportateur au monde, occupant à elle seule 5 % du marché mondial.

En 2002, plus de 22 % des **exportations chinoises** ont été expédiées aux **États-Unis** (hausse de 16 % par an), 18 % à **Hongkong** (hausse de 11 % par an) et 15 % au **Japon** (hausse de 14 % par an). Les ventes chinoises au **Canada**, treizième client de la Chine, avec 1 % des exportations totales de ce pays, ont dépassé les 4 milliards de dollars, en hausse de 19 % par an de 1998 à 2002. Le **Québec** a acheté pour plus de 2,1 milliards de dollars de produits chinois en 2002, ce qui représente près du double des achats effectués en 1998.

Entrée dans le secteur de la **haute technologie**, la Chine est devenue un exportateur important d'**ordinateurs** (20 milliards de dollars), de **pièces d'ordinateurs** (13 milliards), ainsi que de **téléviseurs, de caméras et d'équipements de téléphonie** (7 milliards). Ce pays a toutefois conservé ses créneaux plus traditionnels comme les **vêtements pour femmes** (6 milliards), les **chandails et gilets** (5 milliards), les **jeux et jouets** (5 milliards) et les **chaussures** (5 milliards).

# Potentiel de commerce des produits québécois

## Diversification des marchés québécois traditionnels

Les produits québécois vendus dans le monde ont largement profité de la **croissance des marchés mondiaux** pour lesquels le Québec dispose d'ailleurs d'avantages connus. De plus, la **diversification** des produits québécois a enregistré des progrès notables au cours des dernières années, de telle sorte qu'il est possible d'exporter davantage de **produits finis**. Parmi les principales industries québécoises qui ont bénéficié de marchés en expansion, mentionnons les suivantes :

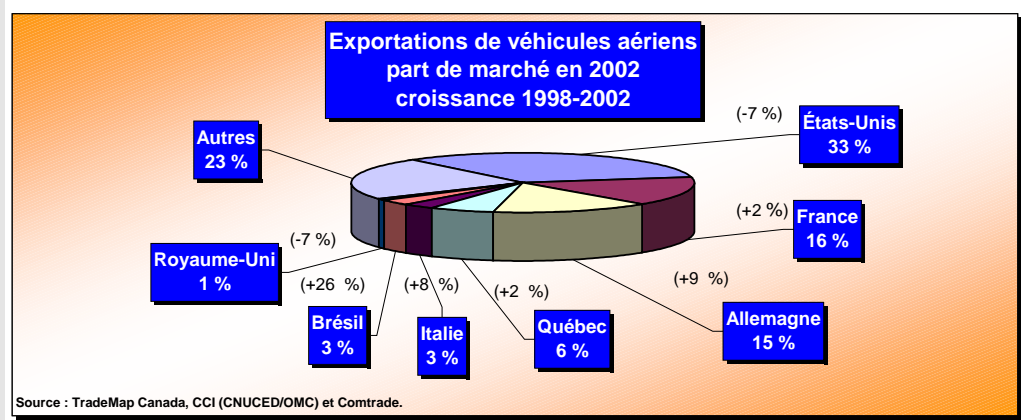
- Véhicules aériens (avions, moteurs, pièces et hélicoptères)
- Aluminium et produits transformés (portes, fenêtres et articles divers)
- Produits du bois et du papier (charpenterie, meubles et papiers)
- Appareils électriques et électroniques (téléphonie et circuits intégrés)

## Véhicules aériens

Faible croissance  
des ventes de  
véhicules  
aériens

Un marché de 67 milliards de dollars en faible croissance (+2 % en moyenne par an) au cours de la période 1998 à 2002. Les États-Unis détiennent 19 % de ce marché (en hausse de 18 % par an), le Royaume-Uni 13 %, l'Allemagne 10 %, l'Italie et la Chine 4 % chacune.

Dans les exportations mondiales, le poids du Canada, dont les produits proviennent essentiellement du Québec, a atteint 6 %, ce qui le place au quatrième rang mondial, derrière les États-Unis (33 %), la France (16 %) et l'Allemagne (15 %). Le Brésil vient au sixième rang avec 3 % des exportations mondiales. Toutefois, le Brésil a augmenté ses ventes à l'étranger de 26 % en moyenne par an comparativement à 21 % pour le Québec.



Québec au  
premier rang des  
exportateurs  
d'avions légers,  
mais le Brésil fait  
des progrès  
rapides

Par ailleurs, le marché de la sous-catégorie des avions et autres véhicules aériens, dont le poids à vide se situe entre 2 000 et 15 000 kg, s'établit à **14,2 milliards de dollars** en 2002, en hausse de 2 % en moyenne par an au cours de la période 1998 à 2002. Le **Québec a exporté** pour une valeur de près de 3,8 milliards de dollars de ces avions légers, soit 27 % du marché mondial, ce qui le place au premier rang des exportateurs. Le **Brésil**, au deuxième rang des pays exportateurs de ce produit, a connu une hausse de ses ventes à l'étranger de 22 % au cours de cette période et détient 16,5 % du marché mondial.

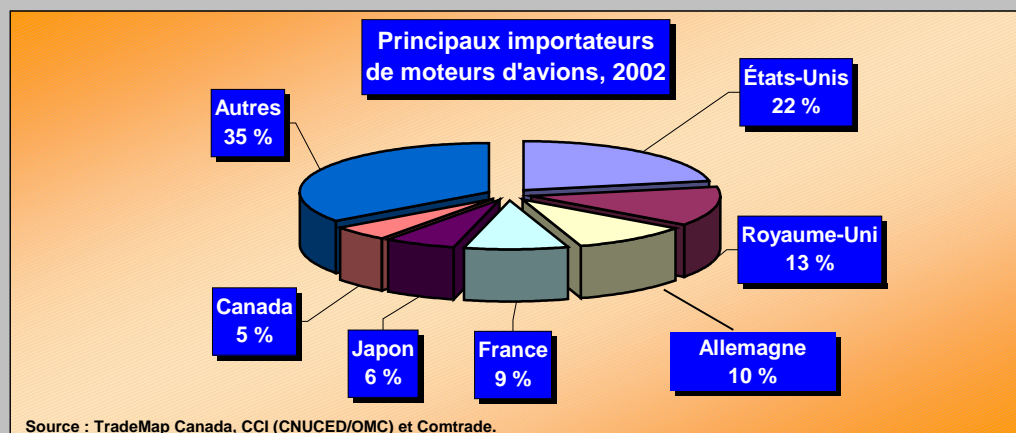
## Moteurs d'avions

Le Québec se classe au huitième rang des exportateurs de moteurs d'avions

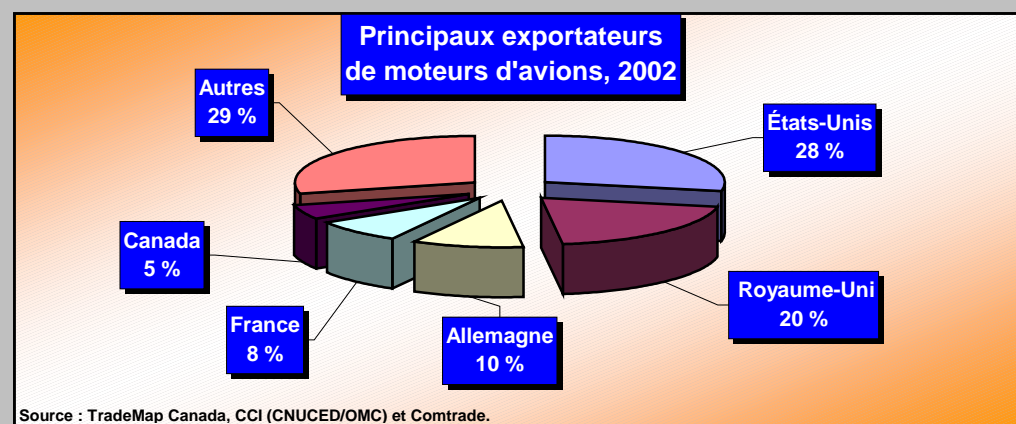
Ce marché de **48,2 milliards de dollars**, en hausse de 5 % par an, est dominé par les Américains qui achètent 22 % des moteurs d'avions vendus dans le monde. Les autres principaux acheteurs ont été le Royaume-Uni (13 % du marché), l'Allemagne (10 %), la France (9 %), le Japon (6 %), le Canada (5 %), ainsi que l'Italie et Hongkong (2 % chacun). Les plus fortes hausses ont été enregistrées à Hongkong (29 % par an), en Italie (12 %) et au Japon (10 %).

Les deux principaux exportateurs de moteurs d'avions ont été les États-Unis avec 28 % de l'offre mondiale et le Royaume-Uni avec 20 %. Le Canada se classe au cinquième rang mondial des exportateurs avec 5 % des ventes; il a enregistré une hausse de 13 % de ses ventes par an. Le poids du Québec dans les exportations canadiennes dépasse les 60 %.

### Principaux clients



### Principaux fournisseurs



## Simulateurs de vol au sol

Un marché de plus  
de 1 milliard de  
dollars

Un marché de plus de **1 milliard de dollars**, dont la croissance a atteint 4 % par an. Les États-Unis et le Royaume-Uni achètent près du tiers des simulateurs de vol au sol vendus dans le monde. Cependant, les pays qui ont le plus augmenté leurs achats ont été le Brésil (+469 % par année) et l'Italie (+153 %).

### Marché des simulateurs de vol au sol

Importateurs	Valeur en 2002 (en millions \$)	Croissance annuelle 1998-2002 (en %)	Part dans les importations mondiales (en %)
<b>Monde</b>	1 099	4	100
<b>États-Unis</b>	238	0	21
<b>Royaume-Uni</b>	143	15	13
<b>Chine</b>	66	31	5
<b>Italie</b>	63	153	5
<b>Brésil</b>	52	464	4
<b>Australie</b>	45	23	4

Source : TradeMap Canada, CCI (CNUCED/OMC) et Comtrade.

Québec, premier  
exportateur au  
monde

Le Canada, dont les ventes sont toutes effectuées par le Québec, est le premier exportateur au monde de ce produit, détenant 38 % des ventes mondiales (382 millions de dollars). Il domine largement les États-Unis et le Royaume-Uni, qui détiennent respectivement 23 % et 14 % des exportations mondiales.

### Fournisseurs des simulateurs de vol au sol

Exportateurs	Valeur en 2002 (en millions \$)	Croissance annuelle 1998-2002 (en %)	Part dans les exportations mondiales (en %)
<b>Monde</b>	992	2	100
<b>Québec</b>	382	6	38
<b>États-Unis</b>	241	-6	23
<b>Royaume-Uni</b>	145	0	14
<b>France</b>	31	-14	3
<b>Allemagne</b>	19	37	1

Source : TradeMap Canada, CCI (CNUCED/OMC) et Comtrade.

## Un marché en déclin

### Appareils pour la téléphonie

Un **marché de 57 milliards de dollars**, en baisse de 29 % de 2001 à 2002, après avoir connu une croissance de 172 % par an de 1998 à 2002. Les principaux acheteurs d'appareils pour la téléphonie ont été les États-Unis, avec 21 % des importations mondiales, le Royaume-Uni, la Chine, l'Allemagne et le Japon. Mentionnons que la Chine a augmenté ses importations de 15 % par an au cours de la période 1998 à 2002. Toutefois, l'Inde a connu la plus forte hausse d'importations d'appareils pour la téléphonie (+214 %) de 2001 à 2002, alors que les 17 principaux pays importateurs ont tous connu des baisses.

Ce marché est dominé par les ventes américaines (12 % du marché), puis par celles de la Chine (7 %) et du Royaume-Uni (6 %). Le pays fournisseur le plus performant sur ce marché en déclin a été la Chine, dont les ventes ont augmenté de 12 % de 2001 à 2002. Les grands perdants ont été le Royaume-Uni (-42 %), la France (-31 %), l'Allemagne (-28 %) et les États-Unis (-27 %). Le Canada, huitième exportateur mondial, avec des ventes se situant à 2,6 milliards de dollars en 2002, dont près du tiers en provenance du Québec, a vu ses exportations régresser de 22 % entre 1998 et 2002. Les exportations canadiennes représentent 4 % des exportations mondiales.

### Circuits intégrés

## Un marché en forte croissance

Un marché de **221 milliards de dollars** en hausse de 264 % par an de 1998 à 2002. La Chine, qui achète 11 % de ces produits, a vu son marché grimper de 51 % par an au cours de cette période, devançant ainsi tous les autres importateurs de ces produits.

Parmi les principaux exportateurs de circuits intégrés, on retrouve les Américains avec 13 % des ventes mondiales, Singapour et Taiwan avec 11 % des ventes chacun et le Japon avec 10 %. Le Canada a exporté pour 1,5 milliard de dollars de ces produits en 2002, soit 0,7 % du marché mondial. Plus de 80 % des exportations étaient à destination des États-Unis. Le Québec, dont les ventes représentent 70 % du total canadien, en a exporté pour une valeur de 1,1 milliard de dollars en 2002, en baisse toutefois de 31 %.

## Bois d'œuvre

**Un marché de  
24 milliards de  
dollars**

**Canada, premier  
exportateur au  
monde**

Le marché mondial de bois sciés a atteint près de **24 milliards de dollars** en 2002, en baisse de 1 % en moyenne par an au cours de la période 1998-2002. Ce marché est aussi important que celui de l'aluminium sous forme brute. Par ailleurs, les **États-Unis**, qui en ont acheté pour une valeur de plus de 7 milliards en 2002, dont 81 % en provenance du Canada, ont ainsi effectué 29 % des importations mondiales. Les autres principaux acheteurs de bois d'œuvre ont été le **Japon** avec 10 % du marché (-1 % par an), le **Royaume-Uni** et **l'Italie** avec 6 % chacun, alors que la **Chine**, avec 4 % du marché, a été le seul pays à avoir augmenté sensiblement ses achats, soit de l'ordre de 33 % par an. Mentionnons que **l'Allemagne**, **l'Espagne** et la **France** absorbent chacune 3 % du marché mondial.

Le **Canada est le plus grand exportateur de bois d'œuvre au monde** (plus de 7 milliards de dollars) avec 30 % des ventes mondiales. Toutefois, ses ventes ont régressé de 4 % en moyenne par an de 1998 à 2002. Plus de 80 % de ses ventes ont été acheminées aux États-Unis et 12 % au Japon. Le **Québec** a exporté près de 1,5 milliard de dollars de bois d'œuvre (6 % du marché mondial), essentiellement destiné aux États-Unis. La Suède, avec 9 % des exportations mondiales, a augmenté ses ventes de 13 % en moyenne par an. Les ventes américaines ont régressé de 5 % en moyenne par an. Soulignons également que la Finlande et l'Autriche ont effectué des ventes de plus d'un milliard de dollars en 2002. La Russie, sixième exportateur mondial avec 3 % du marché, affiche, avec la Nouvelle Zélande, le plus haut taux de croissance des 10 plus importants exportateurs, soit 27 % de 2001 à 2002.

Plus de 6 % du  
marché alimenté  
par le Québec

Un marché en forte  
croissance

## Panneaux de particules en bois

Un marché de **4 milliards de dollars, en hausse** de 11 % par an au cours de la période 1998 à 2002 et qui semble prendre de la vigueur en 2001-2002 (en hausse de 21 % par an). Les États-Unis sont les principaux importateurs de panneaux de particules en bois avec des achats de 0,8 milliard de dollars (18 % du marché mondial), suivis du Royaume-Uni (8 %) et de la Chine (6 %).

Le **Canada**, troisième exportateur mondial, répond à 7 % des besoins mondiaux. Le cinquième des exportations canadiennes proviennent du Québec. L'Allemagne, premier exportateur, approvisionne 22 % du marché mondial et la Belgique 9 %. Ce dernier pays a enregistré une performance remarquable de 1998 à 2002, soit une hausse de 62 % par an.

## Portes, fenêtres, parquets et autres ouvrages de menuiserie

Un marché qui s'élève à plus de **7 milliards de dollars** et qui augmente de façon particulière en 2002. En 2002, les États-Unis (27 % du marché) ont acheté pour une valeur de plus de 1,8 milliard de dollars de ces produits dont 64 % en provenance du Canada. L'Allemagne, le Royaume-Uni et le Japon ont importé respectivement 10 %, 7 % et 7 % de ces produits.

Le Québec (6 % du marché mondial) a exporté pour une valeur de plus de 400 millions de dollars en 2002 de produits et ouvrages de menuiserie, presque totalement aux États-Unis. Les pays exportateurs qui ont sensiblement le même poids que le Québec dans le commerce mondial sont l'Indonésie, l'Allemagne, l'Autriche, le Danemark, la Suède et la Chine.

**Une hausse  
de 12 % en 2002**

**Québec, premier  
exportateur  
au monde**

## Meubles de cuisines en bois

Un marché de **2,4 milliards de dollars** par an et en pleine croissance (+12 % de 2001 à 2002 et +6 % en moyenne de 1998 à 2002). Les États-Unis détiennent 34 % de ce marché avec des achats totaux de 819 millions de dollars en 2002. Le Canada a fourni à lui seul 67 % des meubles de cuisine en bois achetés par les Américains (hausse de 7 % en 2001-2002), dont le quart en provenance du Québec, alors que la Chine, deuxième fournisseur des États-Unis, avec 12 % du marché, a augmenté ses ventes aux États-Unis de 78 % de 2001 à 2002. Les autres principaux marchés mondiaux sont les Pays-Bas, la France, la Suisse et le Royaume-Uni avec respectivement 7 %, 6 %, 5 % et 4 % du marché mondial. Le Canada ne constitue que 1 % du marché mondial avec des achats totalisant 39 millions de dollars.

En 2002, les principaux pays exportateurs de ces produits ont été l'Allemagne (24 %), le Canada (18 %, dont 5 % pour le Québec), l'Italie (13 %), la Chine (7 %) et le Danemark (4 %). Trois pays ont connu un taux de croissance exceptionnel de 15 % par an au cours de ces cinq années : le Canada, la Chine et le Danemark. La Chine et le Danemark ont enregistré des taux de 28 % et 52 % respectivement de 2001 à 2002.

## Aluminium sous forme brute

La valeur des exportations mondiales d'aluminium sous forme brute a dépassé **23 milliards de dollars en 2002**. Le Québec, premier exportateur mondial d'aluminium sous forme brute avec 13 % du marché, a enregistré une hausse annuelle moyenne de ses ventes à l'étranger de 3 % au cours de la période 1998 à 2002. La Russie, l'Australie et la Norvège réalisent respectivement 12 %, 9 % et 7 % des ventes mondiales. La Russie accuse une baisse moyenne de 5 % de ses ventes à l'étranger de 1998 à 2002, baisse qui semble s'accélérer en 2001-2002 (-20 %). Par ailleurs, la Chine, qui devance légèrement le Brésil avec 4 % des ventes mondiales, a connu un taux de croissance exceptionnel de ses exportations de 29 % par an de 1998 à 2002. Ce taux s'est accéléré entre 2001-2002 (+86 %).

Un marché  
d'un milliard  
de dollars

Chine et Thaïlande  
principaux  
fournisseurs

Canada est  
le douzième  
exportateur

## Portes et fenêtres en aluminium

Un marché de plus **d'un milliard de dollars** qui a connu un taux de croissance de 3 % par an de 1998 à 2002; ce taux a plus que doublé entre 2001 et 2002 atteignant 7 %. Les principaux pays importateurs de ces produits ont été les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, Hongkong, l'Allemagne et la France. Ces pays absorbent plus de 50 % des importations mondiales. Le seul marché en forte croissance a été celui des États-Unis avec une hausse annuelle moyenne de 25 % entre 1998 et 2002.

**Le Canada, troisième exportateur au monde (près de 14 % en provenance du Québec)**, a connu la plus forte croissance avec 17 % en moyenne par an de 1998 à 2002. Au premier et deuxième rangs des principaux exportateurs se trouvent l'Allemagne et l'Italie, puis au quatrième et cinquième rangs la Thaïlande et la Chine. Ensemble, ces pays approvisionnent 45 % du marché mondial. Par ailleurs, précisons que la Thaïlande, la Chine et les Pays-Bas ont eu des hausses respectives de 15 %, 22 % et 21% de leurs ventes à l'étranger entre 2001 et 2002.

## Articles de maison en aluminium

Un marché de **1,6 milliard de dollars**, en hausse de 3 % par an de 1998 à 2002 et de 6 % de 2001 à 2002. Les Américains effectuent près du tiers de leurs achats de tels produits auprès des pays suivants : Chine, Thaïlande, Italie, France et Canada.

## Autres ouvrages en aluminium

Les autres produits en aluminium vendus dans le monde totalisent près de **5 milliards de dollars**. Les principaux acheteurs sont les États-Unis, l'Allemagne, le Mexique et la France. Le Canada est le douzième exportateur de ces produits, le premier étant l'Italie. Le tiers des exportations canadiennes proviennent du Québec. Par ailleurs, ce sont le Mexique, la Chine et le Japon qui ont connu les plus hauts taux de croissance des exportations en 2002.

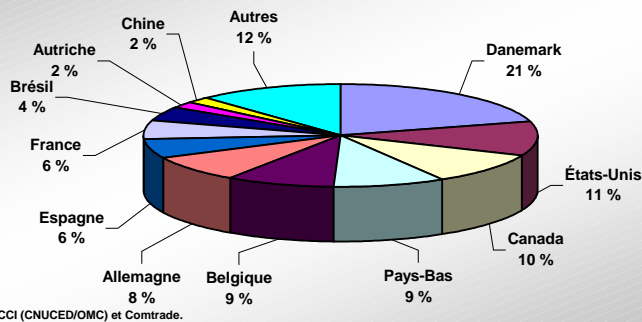
## Viande porcine

**Le Québec affiche le deuxième taux de croissance mondial**

Le marché de la viande de porc a atteint plus de **12 milliards de dollars** en 2002. Les marchés les plus importants ont été le Japon (31 % du marché mondial), l'Allemagne (11 %) et l'Italie (11 %). Par ailleurs, les marchés en plus forte croissance ont été le Mexique (+33 % par an), les Pays-Bas (+21 %), les États-Unis (+15 %), le Royaume-Uni (+15 %) et le Japon (+11 %).

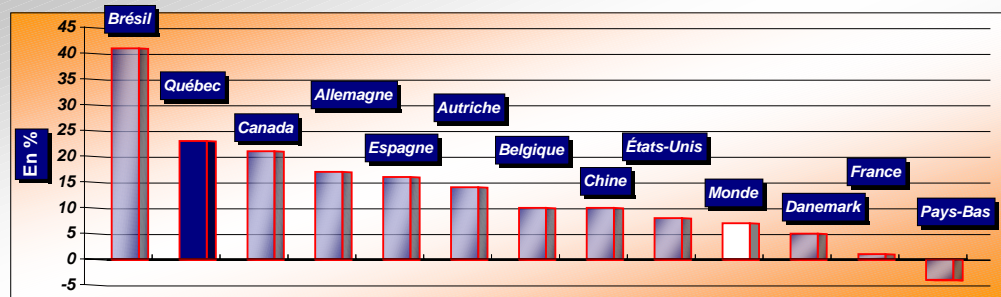
Le Québec se classe au dixième rang des principaux fournisseurs, avec près de 4 % du marché mondial. Toutefois, le Québec obtient le deuxième taux de croissance mondiale (+23 % par an), après celui du Brésil (41 %).

### Principaux exportateurs de viande de porc, 2002



Source : TradeMap Canada, CCI (CNUCED/OMC) et Comtrade.

### Principaux fournisseurs de viandes de porc Hausse des ventes à l'étranger, 1998-2002



Source : TradeMap Canada, CCI (CNUCED/OMC) et Comtrade.

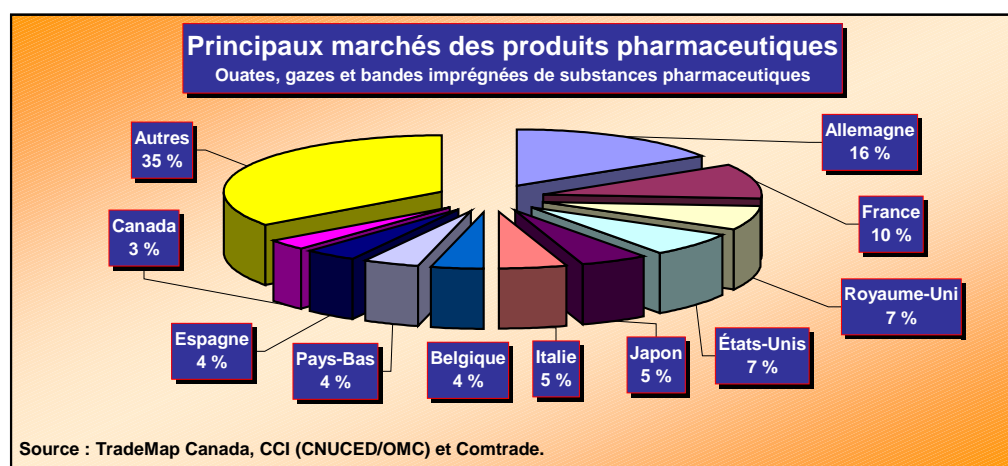
## Produits pharmaceutiques

### Ouates, gazes et bandes imprégnées de substances pharmaceutiques

Forte poussée des exportations de produits pharmaceutiques

Principaux importateurs de produits pharmaceutiques

Le marché des produits pharmaceutiques (**ouates, gazes et bandes imprégnées de substances pharmaceutiques**) s'élève à plus de **2,7 milliards de dollars** en 2002. L'Allemagne et la France absorbent plus du quart de ces produits. Les principaux pays fournisseurs de ces produits ont été la Belgique (14 %), les États-Unis (13 %), le Royaume-Uni (11 %), la Chine (10 %) et l'Allemagne (10 %). Par ailleurs, ce sont les Pays-Bas et la Belgique qui ont connu les plus forts taux de croissance au cours de la période 1998 à 2002, en hausse respectivement de 36 % et 27 % par an. Le Canada représente près de 5 % du marché mondial avec 133 millions de dollars d'importations. Quant au Québec, il en achète pour 17 millions de dollars.



## Perspectives économiques des marchés mondiaux

Perspectives  
relativement  
bonnes

Les **perspectives économiques mondiales** vont continuer de s'améliorer. Il ressort toutefois que la répartition inégale de la demande et la hausse des cours du pétrole risquent d'entraîner un **ralentissement de la croissance**.

Croissance  
fulgurante de la  
Chine

La reprise est essentiellement due à l'économie américaine et à la **croissance rapide de l'Asie**. La **Chine** a continué d'enregistrer un rythme d'expansion rapide, ce qui a eu des retombées considérables à l'échelle internationale. L'**Europe** a bénéficié de la récente reprise de l'économie américaine malgré l'appréciation de l'euro par rapport au dollar.

Délocalisation  
manufacturière

La **délocalisation d'activités manufacturières vers l'Asie** semble s'accélérer. Cette région du monde est devenue un marché important mais elle a également développé son propre secteur manufacturier. Elle consomme davantage d'énergie et de matières premières, telles que des métaux et des produits agricoles, que les pays dont la croissance repose sur l'expansion du secteur des services.

En **Amérique latine**, la croissance pourrait s'accélérer, en raison principalement du redressement de la situation économique de l'Argentine et de la reprise enregistrée au Brésil et au Venezuela. La croissance sur le continent africain devrait également s'accroître mais variera considérablement selon les pays en fonction des avantages retirés de la hausse des prix des produits de base.

## Secteurs d'intérêt pour le Québec

# Marchés mondiaux potentiels pour les produits québécois

Plusieurs marchés mondiaux ont affiché des niveaux de croissance supérieurs à la moyenne. Parmi les produits les plus dynamiques du commerce mondial au cours de la période 1998 à 2002 et pour lesquels le potentiel québécois semble très élevé, mentionnons les suivants :

- Instruments et appareils scientifiques (chirurgie, orthopédie etc.)
- Appareils électroniques (optiques et photoniques)
- Transformateurs et convertisseurs électriques
- Chauffe-eau et thermopompes électriques
- Garnitures, ferrures en métaux communs pour meubles
- Produits laminés plats en aciers inoxydables
- Dispositifs à cristaux liquides
- Construction et parties de construction
- Préparations alimentaires à base de chocolat
- Produits de la boulangerie
- Appareils électriques et de signalisation
- Produits de beauté
- Bière de malt
- Hormones et stéroïdes
- Embarcations de plaisance
- Eaux minérales
- Outils pneumatiques

Préparée par : **Richard Lahaie, économiste**  
**2004-11-19**  
**Téléphone : (418) 691-5698, poste 4089**  
**richard.lahaie@mderr.gouv.qc.ca**