



VUE D'ENSEMBLE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

INDUSTRIE DES PLASTIQUES ET LE SECTEUR DE LA PLASTURGIE AU CANADA

Février 2004

Description du secteur

L'industrie des plastiques est composée de quatre principaux secteurs : 1) les producteurs de résines; 2) les fabricants de moules; 3) les fabricants de machines et d'équipements et; 4) les fabricants de produits en plastique ou transformateurs de matières plastiques. Ce dernier secteur est en fait celui de la plasturgie.

L'industrie des plastiques regroupe 4 056 entreprises dont 2 p. 100 d'entre elles sont des fabricants de machines, 14 p. 100 des fabricants de moules, 6 p. 100 des producteurs de résines et 78 p. 100 des fabricants de produits en matière plastique (Statistique Canada, 2000 et Industrie Canada, 2000) (voir schéma 1). Les entreprises de l'industrie des plastiques se répartissent principalement en Ontario (50 p. 100) et au Québec (26 p. 100). Près de 75 p. 100 des entreprises de l'industrie sont des petites et moyennes entreprises (PME) dont le nombre d'employés est de 250 et moins.

Place des technologies de l'information et des communications (TIC) dans le secteur

La proportion d'établissements ayant un site Web dans l'industrie des plastiques varie d'un secteur à l'autre (voir tableau 1). Le secteur des fabricants de machines et d'équipements affichait en 2002 le plus haut taux d'entreprises (78 p. 100) qui possédaient un site Web. Venaient ensuite les secteurs des producteurs de résines (67 p. 100), de la plasturgie (46 p. 100) et des fabricants de moules (34 p. 100). L'Ontario se situe très souvent près de la moyenne canadienne alors que le Québec se situe en dessous sauf pour les fabricants de machines et d'équipements. Il est à noter que la proportion des établissements détenant un site Web a augmenté entre 2001 et 2002 pour l'ensemble des secteurs à l'exception du secteur des fabricants de machines.

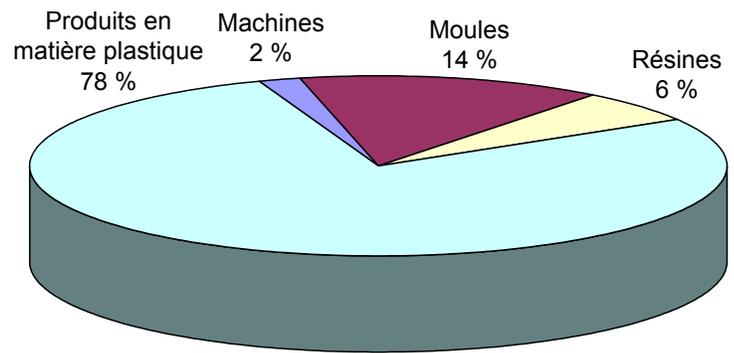
Nouveaux modèles d'affaires électroniques

De façon générale, les PME canadiennes du secteur des plastiques optent pour des solutions technologiques peu sophistiquées. Dans la plupart des cas, elles se dotent d'un site Web informationnel et utilisent le courrier électronique. Les PME, plus particulièrement celles du secteur de la plasturgie, sont peu enclines à amorcer des changements importants en matière de commerce et d'affaires électroniques. Il existe quand même quelques entreprises du secteur de la plasturgie qui ont recours à des solutions technologiques plus avancées. Les solutions technologiques les plus intéressantes émergent bien souvent d'initiatives de firmes indépendantes offrant des places de marché pour l'approvisionnement en résines, la

Schéma 1

Structure de l'industrie canadienne des plastiques

N = 4 056 entreprises, toutes catégories confondues



Source : Statistique Canada, 2000 et Industrie Canada, 2000.

Tableau 1

Sites Web dans l'industrie des plastiques au Canada par région

Secteurs	Proportion des établissements ayant un site Web					
	Québec		Ontario		Canada	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Fabricants de machines et d'équipements	83 %	100 %	74 %	76 %	78 %	78 %
Producteurs de résines synthétiques et composées	46 %	56 %	57 %	62 %	57 %	67 %
Manufacturiers de produits en matière plastique	33 %	43 %	40 %	48 %	38 %	46 %
Fabricants de moules	21 %	24 %	30 %	37 %	28 %	34 %

Source : Répertoires industriels Scott's, 2002 et 2003.

vente de produits en plastique sur les marchés internationaux ainsi que des plates-formes collaboratives pour le design et le développement de produits. Ces firmes sont principalement américaines ou européennes. Le schéma 2 présente quelques exemples d'entreprises ou de sites Web se démarquant dans l'industrie des plastiques. Au Canada, les PME de la plasturgie se trouvent pour la plupart d'entre elles dans le quadrant un.

Enjeux pour les entreprises canadiennes

Les PME désireuses de développer une stratégie de commerce et d'affaires électroniques devraient tenir compte des enjeux structurels de la plasturgie : réduction des coûts d'approvisionnement, innovation des produits, contrôle des coûts par la réduction du temps de cycle et des coûts de transaction et de développement de nouveaux marchés.

Obstacles

Les PME estiment que la conversion au commerce et aux affaires électroniques offre peu de bénéfices à court terme et comportent des risques importants sur le plan des investissements. De plus, la confidentialité des données et la propriété intellectuelle créent chez certaines quelques appréhensions. Constatant par ailleurs que les marges bénéficiaires des PME sont les plus basses depuis 1980, ces dernières n'ont peut-être pas le capital suffisant pour se convertir aux affaires électroniques.

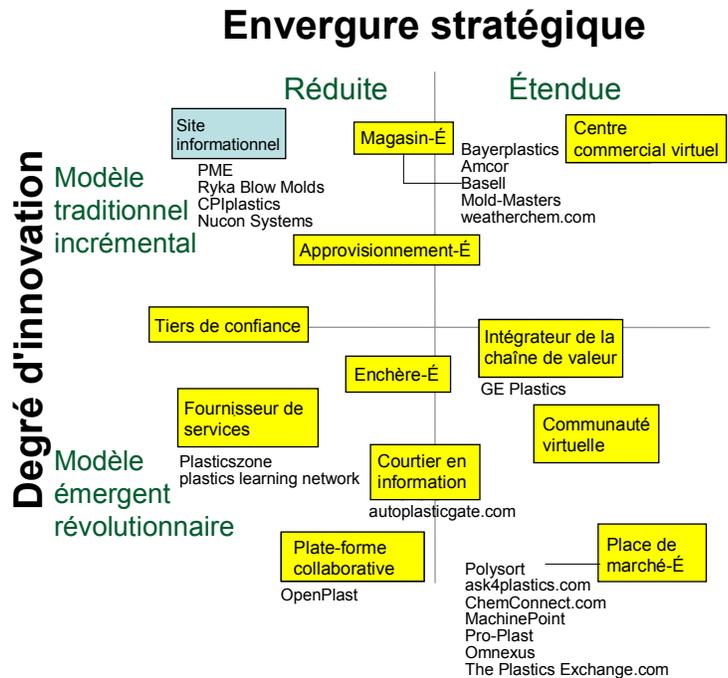
Possibilités à saisir pour les entreprises du secteur

Les TIC offrent aux entreprises du secteur de la plasturgie la possibilité d'accroître leur pouvoir de négociation face à leurs fournisseurs de résine et aussi de rejoindre de grands réseaux de donneurs d'ordres en tant qu'entreprises sous-traitantes. Les portails pourraient offrir aux PME d'intéressantes opportunités comme encourager la collaboration entre les entreprises au niveau de l'exportation afin qu'elles puissent remplir des commandes de grande taille ou, encore, favoriser le regroupement des achats pour l'approvisionnement en résines et en machinerie.

Les PME perçoivent mal comment les affaires électroniques peuvent leur procurer des avantages. Les affaires électroniques semblent accroître le pouvoir des fournisseurs, les producteurs de résines, ainsi que celui des clients, les grands donneurs d'ordres de l'industrie automobile ou autre. Ces derniers sont alors en mesure d'exercer une plus grande pression sur les prix et sur les marges.

Les entreprises canadiennes du secteur de la plasturgie ayant des produits à faible valeur ajoutée se voient de plus en plus menacées par les fabricants de pays comme la Chine pouvant offrir de meilleurs prix. Il devient donc impératif pour les entreprises canadiennes de développer des produits à forte valeur ajoutée pour contrecarrer la venue de ces nouveaux entrants. Or, la capacité pour une entreprise d'offrir de tels produits dépend de sa rapidité à obtenir l'information de ses clients et fournisseurs et de sa rétroaction avec ceux-ci. À cet égard, les affaires électroniques peuvent être un outil offrant cette rapidité.

Schéma 2
Solutions technologiques découlant de modèles d'affaires électroniques



Afin de bien comprendre le schéma 2, le lecteur est invité à prendre connaissance du document intitulé « Modèles d'affaires électroniques — Cadre de réflexion stratégique à l'intention des petites et moyennes entreprises canadiennes » à l'adresse suivante : www.cefrio.qc.ca/rapports/Strategis_Francais.pdf. Ce document expose en détail les quatre grands modèles illustrés dans le schéma ci-dessus.

Références bibliographiques :

- Répertoires industriels Scott's — Fabricants du Québec, 2002
- Répertoires industriels Scott's — Répertoire industriel du Québec, 2003
- Statistique Canada, 2000, La structure des industries canadiennes (Beyond 20/20)
- <http://strategis.gc.ca>

Pour en apprendre davantage, vous pouvez consulter les sites Web suivants :

- www.cefrio.qc.ca
- <http://strategis.gc.ca/plastiques>
- <http://strategis.gc.ca/ebizfacile>
- <http://sourcecan.com>

Publié en partenariat

Ce document a été réalisé par le CEFRIO, dans le cadre du projet « Nouveaux modèles d'affaires électroniques et développement des PME », un projet mené en collaboration avec Industrie Canada, la Banque Nationale du Canada, TELUS, CANARIE et Patrimoine canadien.

L'équipe de recherche réunit Mme Louise Côté et M. Michel Vézina de HEC Montréal, et M. Vincent Sabourin de l'Université du Québec à Montréal.

Pour obtenir plus de renseignements veuillez consulter le site du CEFRIO — la référence en matière d'appropriation des technologies de l'information : www.cefrio.qc.ca.

