



LE POINT

SUR...

61F0019XPf

Été 1996

La recherche de financement pour la petite entreprise

— Résultats de l'Enquête nationale de 1994 sur le financement des petites entreprises

Greg Peterson*

Les petites entreprises représentent un moteur dynamique de croissance, mais on s'inquiète de l'effet négatif qu'un accès inapproprié au financement pourrait avoir eu sur l'expansion de ce secteur clé. Cet article rend compte de l'Enquête nationale de 1994 sur le financement des petites entreprises.

Le secteur de la petite entreprise est une source importante d'emplois pour l'économie canadienne. En 1993, plus de 97% des 927 000 entreprises au Canada avaient moins de 50 employés¹. De plus, de 1978 à 1992, ce secteur a contribué de façon disproportionnée à la création nette d'emploi.² Mais de plus en plus, on considère que les petites entreprises ont un accès inadéquat au financement, particulièrement de la part des institutions financières³.

L'Enquête nationale sur le financement des petites entreprises, lancée par Statistique Canada, est un premier pas visant à combler ces lacunes d'information, et elle donne un premier aperçu des expériences vécues par les petits entrepreneurs lors de la recherche de fonds. Afin de pouvoir produire des résultats rapidement et pour éviter de surcharger les répondants, l'enquête se limita à quelques questions clés: quel genre de financement les petites entreprises tentent-elles d'obtenir? De quelles sources? Quel succès rencontrent-elles? Quels types de petites entreprises sont plus aptes à rechercher du financement? A quelle fréquence leur refuse-t-on des prêts?

Quel genre de financement les petites entreprises recherchent-elles?

Les petites entreprises cherchent à se financer par emprunt plutôt que par actions. Au cours de la période de 12 mois se terminant le 31 octobre 1994, plus du tiers des petites entreprises ont tenté d'obtenir un prêt alors que moins d'un sur cinquante ont voulu se financer par actions. De ceux cherchant le financement par emprunt, plus de 80% ont réussi à obtenir un prêt. D'autre part, environ 20% ont subi au moins un refus au cours de l'année.

Auprès de qui les petites entreprises recherchent-elles le financement?

Les petites entreprises demandent le plus souvent des prêts aux banques à charte (68 %) et à d'autres établissements financiers (27 %) pour le financement par emprunt. Viennent ensuite les programmes gouvernementaux de prêt garanti, tels que ceux accordés en vertu de la Loi sur

¹ Statistique Canada, *Variations de l'emploi*, 1995.

² Voir Picot, G. et R. Dupuy, *Création d'emplois selon la taille des entreprises: concentration et persistences des gains et pertes d'emplois dans les entreprises canadiennes*, Document de recherche n° 93 de la Direction des études analytiques, Statistique Canada, Ottawa, avril 1996.

³ Voir Ted Mallett, *Small Business: Banking on Job Creation*, Toronto: Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, 1994; et Chambre des Communes, *Pour financer le succès de la PME*, Rapport du Comité permanent de l'industrie, Ottawa, 1994.

* Greg Peterson travaille maintenant à la Division des Transports. On peut communiquer avec lui au (613) 951-8773.

LE POINT SUR...

Dans le présent numéro...

Financement des petites entreprises

— *l'accès inapproprié au financement a-t-il eu un effet négatif sur l'expansion de ce secteur clé? Cet article rend compte de l'Enquête nationale de 1994 sur le financement des petites entreprises.*

Nouvelles tendances dans l'industrie alimentaire au Canada

— *l'industrie alimentaire a toujours été l'un des éléments clés de l'économie canadienne. Toutefois, en raison de l'évolution des tendances démographiques et de l'ouverture des marchés, l'industrie a dû s'adapter à une conjoncture sociale et économique changeante.*

Arrivée à maturité de l'industrie vinicole au Canada

— *cet article montre comment l'industrie vinicole canadienne s'est adaptée aux changements dans les goûts et à la concurrence accrue, dans un contexte de déréglementation et d'ouverture des marchés.*

Also available in English



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

les prêts aux petites entreprises, ou LPPE (recherchés par 11 % des petites entreprises tentant d'obtenir du financement), et les programmes provinciaux de prêt aux petites entreprises. Les banques à charte sont la source de financement la plus fréquemment sollicitée par les entreprises de toutes les industries. Les autres établissements financiers sont le deuxième choix, sauf pour les manufacturiers qui se tournent plus fréquemment vers les prêts provenant de sources du

secteur public. Les sources autres que les institutions financières et les gouvernements sont aussi importantes, certaines d'entre elles recevant plus de 10% des demandes de prêts. L'importance des établissements financiers n'est pas surprenant. Ils ont de grandes réserves de fonds à investir et les exploitants de petites entreprises ont normalement des relations avec ces établissements par l'entremise de services bancaires.

doivent servir au financement d'actifs immobilisés neufs ou améliorés, tels que les immeubles ou la machinerie et l'équipement. De façon semblable, la Banque de développement du Canada accorde des prêts à terme seulement aux entreprises qui se sont vu refuser du financement par les moyens conventionnels ou qui rencontrent des difficultés financières. Les programmes provinciaux de prêt servent souvent à «arrondir» un autre prêt, c'est-à-dire que les fonds ne sont versés que si l'entreprise emprunteuse obtient du financement de sources du secteur privé. Les établissements financiers semblent accorder des prêts aux entreprises les meilleures, forçant celles qui réussissent moins bien ou qui présentent des risques plus élevés à obtenir leur financement de sources du secteur public.

Au sujet de l'enquête

L'Enquête nationale sur le financement des petites entreprises est une enquête téléphonique auprès de 2200 petites entreprises qui a eu lieu en octobre 1994. L'enquête s'est effectuée auprès des entreprises ayant moins de 50 employés, à qui on a demandé si elles avaient tenté d'obtenir du financement dans les 12 mois précédents, de quel genre et de quelles sources.

Huit sources de financement sont incluses dans l'enquête. Dans le secteur privé, celles-ci sont les banques à charte, les autres institutions financières, les amis et les proches, autres personnes privées, et une catégorie générale dans laquelle on retrouve les sociétés de prêts-bails et autres sources. Dans le secteur public, on retrouve la Banque Fédérale de Développement, les prêts garantis aux termes de la Loi sur les prêts aux petites entreprises et les prêts garantis par des instances provinciales. L'échantillon fut stratifié selon neuf secteurs d'activités économiques mais pour des raisons de fiabilité statistique, les résultats ne sont présentés que pour cinq regroupements de ces secteurs.

Afin de réduire le fardeau de réponse et d'accélérer la diffusion des résultats, des renseignements n'ont été recueillis que pour certaines questions clés. Aucune question n'a été posée touchant la situation financière des entreprises. Les institutions financières n'ont pas non plus été sondées au sujet de leurs pratiques concernant les prêts aux entreprises. On ne peut donc inférer aucun résultat en regard de la solvabilité des entreprises, ni au sujet des entreprises qui ont fermé les portes faute de financement approprié.

Pour de plus amples renseignements au sujet de l'enquête ou au sujet des statistiques sur les petites entreprises, communiquez avec Paul Johannis au (613) 951-0662 ou Ed Hamilton au (613) 951-0822.

Les petites entreprises ont-elles du succès dans leur recherche de financement?

Plus de 80 % des petites entreprises qui demandent du financement aux banques et autres établissements financiers réussissent

Tableau 1

Demandes de prêts des petites entreprises, par source de financement

Source	Pourcentage qui recherchent du financement	Pourcentage qui l'obtiennent	Taux de réussite
Gouvernements	17	11	66
Banques à charte	68	55	81
Autres établissements financiers	27	22	84
Autres sources	16	13	84

Nota : Somme peut excéder 100% puisque certaines entreprises ont fait des demandes de prêts auprès de plus d'une source.

à l'obtenir, un peu moins que le taux de réussite auprès de parents et amis, de 88% (tableau 1). Cette solution, toutefois, n'avait été adoptée que par 7 % des petites entreprises à la recherche de fonds, tandis que 68 % des entrepreneurs s'étaient adressés aux banques à charte. L'enquête indique que les petites entreprises ont moins de succès à obtenir des prêts de sources du secteur public que des banques à charte.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer le taux de réussite plus faible des demandes de financement auprès du secteur public. Il y a souvent des conditions rattachées au financement provenant des sources du secteur public et certains programmes exigent que les petites entreprises aient essuyé un refus des autres sources de financement. Ainsi, par exemple, les prêts garantis en vertu de la LPPE sont normalement destinés aux entreprises ne pouvant se financer d'autres sources et

Quel genre d'entreprises recherchent des fonds?

Les petites entreprises des industries primaires ou manufacturières ont plus tendance que celles des autres secteurs à demander du financement par emprunt. Au cours de la période de douze mois allant de novembre 1993 à octobre 1994, près de la moitié des petites entreprises de ces deux secteurs ont tenté d'obtenir du financement par emprunt. La demande plus élevée de financement de la part de ces industries coïncide avec les besoins plus élevés en capitaux d'investissement pour les usines et les équipements utilisés par ces industries. Les petites entreprises des industries de services personnels et commerciaux avaient le moins tendance à rechercher du financement par emprunt. Au cours de la même période, seulement une sur trois d'entre elles a présenté une demande de prêt (Tableau 2).

Tableau 2

Pourcentage des petites entreprises à la recherche de financement, par source

Industrie	Gouvernement	Banques à charte financiers	Autres établissements	Autres sources	Total
Primaire	12	74	31	16	46
Fabrication	38	64	23	15	46
Commerce de gros et de détail	21	71	28	..	35
Services personnels et commerciaux	12	64	25	23	33
Autres services	16	69	27	17	29

Tableau 3

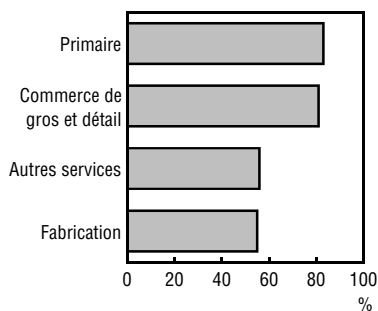
Pourcentage d'entreprises obtenant du financement par emprunt, par source

Industrie	Gouvernement	Banques à charte financiers	Autres établissements	Autres sources
Primaire	83	85	87	..
Fabrication	55	73	65	87
Commerce de gros et de détail	81	77	89	..
Services personnels et commerciaux	..	80	84	83
Autres services	56	83	78	94

* % de demandes de prêts acceptées

Figure 1

Taux de succès dans l'obtention de financement de sources du secteur public, par industrie



Non seulement les industries primaires sont plus portées à s'adresser aux banques pour obtenir du financement, mais leurs demandes de prêt ont aussi plus tendance à être approuvées (Tableau 3).

Comme on l'a remarqué plus haut, les entreprises de fabrication ont plus tendance que celles des autres industries à rechercher leur financement de sources publiques. Ceci s'explique du fait que ces programmes appuient les investissements en capitaux et que ce genre d'investissement ne joue pas un grand rôle dans les industries de services. Bien qu'elles aient plus tendance à

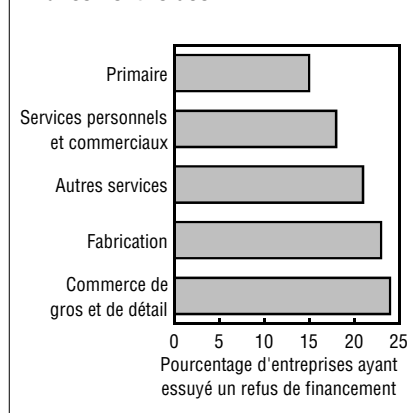
rechercher le financement du secteur public, les entreprises de fabrication n'ont pas plus de succès que celles des autres industries lorsqu'il s'agit d'obtenir du financement de la part des gouvernements. Les industries primaires et celles du commerce de gros et de détail ont un taux de réussite beaucoup plus élevé dans l'obtention de prêts provenant de ces sources (Figure 1).

Prêts refusés

En examinant les entreprises dont les demandes de financement ont été refusées⁴ au cours des douze mois allant de novembre 1993 et octobre 1994, on voit que les industries de distribution et de fabrication ont les taux de refus les plus élevés (Figure 2). Ce sont les petites entreprises des industries primaires qui ont fait face au taux de refus le moins élevé à leurs demandes de prêts. C'est dans ces industries que l'on retrouve la proportion la plus élevée d'entreprises demandant et obtenant des prêts auprès des banques à charte et des autres établissements financiers. Les

Figure 2

Financement refusé



motifs de refus sont variés. Près d'une entreprise sur cinq a signalé comme motif de refus un manque de biens à donner en garantie. Parmi les autres raisons mentionnées, on retrouve : les mauvaises conditions du marché (6 %), l'âge de l'entreprise (6 %), un mauvais dossier de crédit (5 %) et la taille de l'entreprise (5 %).

Résumé

Cette enquête a tenté d'examiner les genres et les sources de financement ouvertes aux petites entreprises. Afin de pouvoir produire des résultats rapidement et pour éviter de surcharger les répondants, l'enquête se limita à quelques questions clés. Elle a révélé que le financement par emprunt est recherché plus souvent que le financement par actions. Dans la recherche de prêts, les petites entreprises s'adressent le plus souvent à des sources du secteur privé, surtout les banques à charte. Non seulement les banques et autres établissements financiers constituaient-elles la source privilégiée de financement, mais de plus, les taux de succès auprès de ces sources dépassaient 80 %. Ce taux n'était dépassé que par les prêts provenant d'amis et de membres de la famille, pour lesquels le taux de succès était de 88 %. Toutefois, environ 20% des petites entreprises ont subi au moins un refus au cours de la période visée par l'enquête.

⁴ On dit qu'une entreprise s'est vu «refuser un prêt» si on lui a refusé du financement au moins une fois au cours des douze derniers mois. Il faut remarquer que les «taux de refus» et «taux de succès» diffèrent. Il est possible, par exemple, qu'une entreprise se voie refuser du financement par trois banques différentes avant que sa demande soit acceptée par une quatrième banque. Cette entreprise serait considérée comme ayant «réussi» à obtenir du financement auprès d'une banque, mais elle se serait vu aussi refuser du financement. L'enquête n'a pas mesuré les rapports entre les refus et les autorisations de financement.

Nouvelles tendances dans l'industrie alimentaire

Michael Trant*

L'industrie alimentaire a toujours été l'un des éléments clés de l'économie canadienne. Toutefois, en raison de la réduction de la croissance de la population, de l'évolution des tendances démographiques et de l'ouverture des marchés, l'industrie a dû s'adapter à une conjoncture sociale et économique changeante.

L'industrie canadienne de la transformation des aliments est importante à tout point de vue. En 1995, elle employait 184 000 personnes, soit 10 % des effectifs du secteur manufacturier, et représentait à elle seule 11 % des expéditions et de la valeur ajoutée du même secteur. Elle est la troisième industrie manufacturière du Canada en taille.

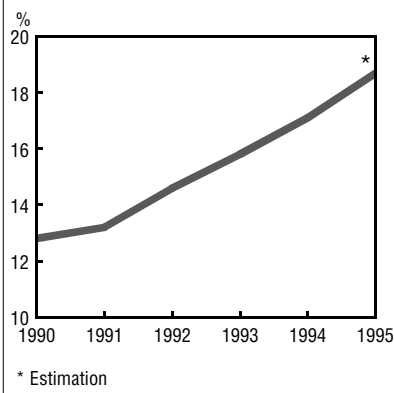
En 1993, l'industrie canadienne de la transformation des aliments représentait 1,9 % du produit intérieur brut canadien (PIB), soit une part similaire à celle du secteur alimentaire dans d'autres grands pays industrialisés. En effet, en 1993, l'industrie représentait 1,3 % du PIB des États-Unis, 1,5 % du PIB allemand, 1,6 % du PIB du Royaume-Uni, 1,8 % du PIB italien, 2,3 % du PIB français et 2,4 % du PIB japonais.

L'industrie de la transformation des aliments ne comprend pas l'activité économique associée à la production de produits agricoles primaires tels que le blé, l'orge, l'avoine et les oléagineux expédiés en vrac, les animaux vivants, les oeufs frais et les fruits et légumes frais non transformés. Ensemble, l'agriculture et le secteur de la transformation alimentaire représentent près de 5 % des emplois canadiens et environ 4 % du PIB au coût des facteurs.

L'industrie canadienne de la transformation des aliments, qui est considérée comme étant développée, enregistre ces dernières années une croissance lente mais régulière. Étant donné l'expansion modérée des marchés intérieurs et la libéralisation des exportations aux termes de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) conclu dernièrement et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), nombre d'entreprises canadiennes de transformation des aliments voient de nouveaux débouchés à l'exportation sur des marchés étrangers. La valeur du dollar

Cet article est un extrait de Profil de l'industrie, une nouvelle collection faisant ses débuts en septembre. Dans des numéros subséquents, Profil de l'industrie examinera d'autres branches d'activité, telles que la technologie de l'information et la machinerie. Pour de plus amples renseignements sur cette publication, veuillez communiquer avec Fred Wong au (613) 951-2994 ou frewong@statcan.ca.

Figure 1
Les exportations en % des expéditions de l'industrie – industrie de la préparation des aliments, 1990-1995



canadien par rapport à d'autres grandes monnaies confère probablement un avantage supplémentaire aux producteurs canadiens sur les marchés étrangers du point de vue des coûts. Au cours des dernières années toujours, la vocation exportatrice de l'industrie alimentaire canadienne s'est accentuée, les exportations passant d'environ 14 % des expéditions de l'industrie en 1990 à plus de 18 % en 1995.

Évolution démographique – vieillissement de la population, diversité ethnique, familles moins nombreuses

La croissance et l'évolution démographiques et la composition des ménages influent beaucoup sur la consommation et les dépenses alimentaires.

La population du Canada augmente au rythme d'environ 1,3 % par an depuis 1980, soit un peu plus vite que celle des États-Unis, qui devrait augmenter de 1 % par an jusqu'à la fin des années 90.

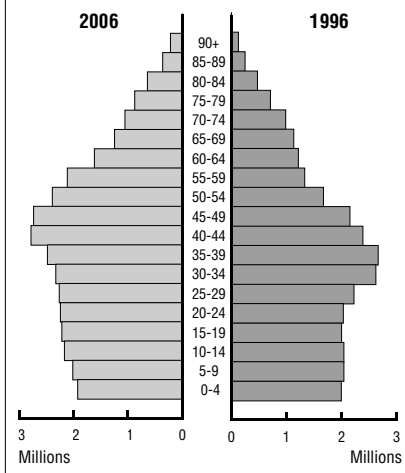
Les immigrants, qui ont été quelque 250 000 par an ces quatre dernières années, contribuent davantage à la croissance de la population canadienne que l'accroissement démographique naturel. La population immigrée grandissante, principalement originaire d'Asie (Hong Kong, Inde, Philippines et Chine), d'Europe et d'Amérique centrale et du Sud, a une incidence notable sur l'industrie de la transformation des aliments, qui doit maintenant satisfaire des goûts et des préférences plus variés.

L'évolution démographique influe sur la demande de produits alimentaires. La population canadienne vieillit et, d'après les projections démographiques pour la prochaine décennie, le groupe d'âge qui prendra le plus d'expansion – près de 28 % – est celui des 40-54 ans. D'ici à l'an 2006, il comptera près de huit millions de personnes, soit 23 % de la population totale. Parallèlement, le nombre des personnes âgées – le groupe des 65 ans et plus – devrait augmenter de 20 %, pour passer à 4,4 millions de personnes, ce qui équivaudra à plus de 13 % de la population totale. L'industrie de la transformation des aliments devra donc de plus en plus répondre aux besoins d'acheteurs plus vieux.

L'évolution de la composition des ménages canadiens influe également sur les schémas de dépenses de consommation alimentaire, et la tendance à une augmentation constante du nombre des célibataires et des familles monoparentales devrait continuer. En outre, le ménage canadien moyen compte moins de membres. En 1996, on estimait qu'il se composait de 2,74 personnes, ce qui représente une réduction de près de 8 % par rapport à 1986.

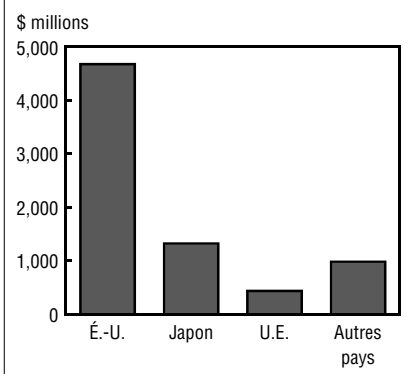
* Michael Trant est analyste principal à la Division de l'agriculture. On peut communiquer avec lui au (613) 951-2859.

Figure 2
Prévisions démographiques selon l'âge
– 1996 et 2006



La participation grandissante des femmes à la population active – 58 % en 1993 contre 50 % en 1980 – se traduit par une demande accrue de plats cuisinés. En 1993, les Canadiens consacraient environ 29,47 \$ par semaine et par personne à l'achat d'aliments dans des magasins, plus 12,72 \$ à l'achat d'aliments dans des restaurants (soit un total de 42,19 \$). Cela représentait 12,5 % du revenu après impôt en 1992, qui est la dernière année pour laquelle on dispose de telles estimations. En 1993, les dépenses en aliments et boissons non alcoolisées dépassaient 45 milliards de dollars, soit une augmentation de 3,5 % par rapport à 1992.

Figure 3
Les exportations de produits alimentaires canadiens
– distribution géographique, 1995



La combinaison d'une population vieillissante et plus diverse sur le plan culturel caractérisée par des ménages de plus petite taille, avec des célibataires et des familles monoparentales toujours plus nombreux, donne à penser que les dépenses vont probablement continuer d'augmenter lentement mais régulièrement. Plus de femmes dans la population active et plus de célibataires et de familles monoparentales signifient aussi une demande accrue de mets préparés et d'aliments cuisinés hors du foyer. L'industrie canadienne de la transformation des aliments servira des ménages plus vieux, comptant moins de membres et plus divers sur le plan culturel. La croissance de la demande intérieure étant modeste, on s'attend que l'industrie redoublera d'efforts pour exporter davantage, et ses ventes à l'étranger ont d'ailleurs considérablement augmenté au cours des dernières années.

Exportations – nouvelles orientations, nouveaux marchés

Tout compte fait et en valeur, le Canada exporte autant de produits alimentaires qu'il en importe. En 1995, il a exporté pour 7,4 milliards de dollars de produits alimentaires et en a importé pour quelque 7,5 milliards de dollars.

En ce qui concerne les produits alimentaires, la structure des échanges entre le Canada et ses principaux partenaires commerciaux va de nombreuses années d'échanges quasi équilibrés avec les États-Unis, à qui 63 % des exportations de produits alimentaires exportés étaient destinés en 1995, à un déséquilibre grandissant avec l'Union européenne (UE). Ce dernier est lié à une baisse de la valeur totale des importations de produits alimentaires par l'UE, mais avec une modeste augmentation des importations du Canada en provenances de l'UE. Les exportations canadiennes à destination de l'Asie, où les entreprises canadiennes de transformation des aliments réussissent à pénétrer de nouveaux marchés, augmentent. Le Canada a enregistré dans ses échanges avec le Japon un excédent important et croissant, excédent qui était de 1,3 milliard de dollars en 1995.

La classe moyenne des pays en développement, dont les rangs s'étoffent, contribue à la croissance de la demande de produits alimentaires canadiens à plus grande valeur ajoutée, en particulier de produits comme les produits carnés, les produits de boulangerie et les produits laitiers. Les industries à plus grande valeur ajoutée, qui offrent les meilleures perspectives d'investissement et d'emploi au Canada, préparent des produits emballés, qui ont subi d'importantes transformations et qui sont prêts à consommer, tels que les céréales pour le petit-déjeuner, les mélanges pour gâteaux, les biscuits, les repas surgelés, les pizzas et les soupes.

L'Accord commercial Canada-États-Unis de 1990 prévoyait des réductions tarifaires pour les produits agricoles et alimentaires. Les dispositions de l'ALENA, signé en 1992, ont amélioré l'accès aux marchés pour les produits alimentaires, et elles se sont traduites par une nette augmentation des échanges de produits alimentaires transformés avec les États-Unis et avec le Mexique.

Tendances mondiales

Les échanges internationaux de produits alimentaires ont tendance à être à la traîne par rapport à ceux d'autres secteurs, en particulier par rapport au secteur manufacturier. Aujourd'hui, les exportations agricoles et alimentaires représentent moins de 10 % des exportations mondiales de marchandises, comparé à quelque 25 % au début des années 60.

Il se peut que certains des plus grands bouleversements dans la structure du commerce mondial des produits agricoles et alimentaires découlent des récentes réformes économiques décidée par la République populaire de Chine. À mesure qu'elle s'industrialise et qu'elle s'éloigne de ses racines agraires, la Chine manifeste un goût pour les aliments importés de pays comme le Canada qui devrait se traduire par une demande nettement plus forte et une montée en flèche des cours mondiaux des céréales et des prix d'autres produits alimentaires. La part de la Chine dans les importations agricoles mondiales s'est maintenue à 2,3 % environ au cours des dix

dernières années, mais elle devrait augmenter avec la poursuite des réformes économiques chinoises.

Ces toutes dernières décennies, le courant des échanges s'est caractérisé par des marchés de plus en plus diversifiés et des échanges régionaux plus intensifs. L'incidence de ce phénomène est loin d'être uniforme, mais il n'a pas entraîné de bouleversement des structures générales des échanges agricoles. Les marchés

agricoles étroitement intégrés de l'Europe centrale et de l'Est et de l'ancienne URSS sont beaucoup plus ouverts aux importations à présent, notamment en provenance d'Amérique du Nord et de l'UE, et cela valait même avant les réformes des années 90 et la désintégration des systèmes commerciaux régionaux traditionnels. De plus, les pays en développement dépendent encore beaucoup des marchés des pays développés en tant que fournisseurs de produits d'importation et que débouchés pour les exportations.

Les données présentées dans cet article sont tirées des publications suivantes.

- OCDE, Principaux indicateurs économiques
- OCDE, La base de données STAN
- Statistique Canada, Industries des aliments (no. 32-250 au catalogue)
- Statistique Canada, (no. 15-F0015-XCB au catalogue)
- Statistique Canada, Sommaire du commerce international du Canada (no. 65-001-XPB au catalogue)
- Statistique Canada, Consommation apparente des aliments par personne au Canada (no. 32-229-XPB au catalogue)
- Statistique Canada, Rapport sur l'état de la population du Canada (no. 91-209F au catalogue)
- Statistique Canada, Recueil statistique des études de marché (no. 63-224 au catalogue)

Le secteur viticole canadien à maturité

par Rick Burroughs*

Depuis le début des années 80, le secteur viticole canadien est confronté à des défis de taille, mais après avoir apporté quelques changements importants, il tire aujourd'hui son épingle du jeu.

Depuis le début des années 80, les goûts des consommateurs qui ne cessent de fluctuer et une concurrence étrangère intense menacent sérieusement le secteur viticole canadien, qui réagit en changeant radicalement ses cultures, ses produits et son marketing. Il continue de s'adapter, mais l'effondrement prôné par quelques observateurs ne s'est pas produit. Après avoir diminué à la fin des années 80, la part de marché des vins canadiens se maintient. Aujourd'hui, le secteur viticole canadien emploie 1 400 personnes et engrange des recettes annuelles de 250 millions de dollars. Le présent article explique comment le secteur viticole national réagit à l'évolution des goûts des consommateurs et à une concurrence accrue à l'ère de la déréglementation et des marchés plus ouverts.

Évolution des goûts des consommateurs – du concord au cabernet

Le secteur viticole canadien, qui a démarré modestement, s'est transformé en un laps de temps assez court en un acteur qui occupe un créneau raffiné sur le marché

* Rick Burroughs travaille comme analyste à la Division de l'agriculture. Il est rédacteur de Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole. Vous pouvez communiquer avec lui au (613) 951-2890 ou burric@Statcan.ca.

national des vins. La première vigne commerciale canadienne a été plantée sur l'île Pelée, sur le lac Érié, dans les années 1860, mais la viticulture n'a réellement démarré qu'au début du XX^e siècle. Elle a pris son essor pendant la prohibition aux États-Unis, le vin étant jugé socialement acceptable, contrairement à d'autres boissons alcoolisées. En 1927, soixante caves vinicoles du sud de l'Ontario produisaient un vin doux très alcoolisé (20 % au minimum).

La cave vinicole de l'île Pelée est toujours en exploitation, mais nombre des premières caves ont disparu. D'autres les ont remplacées, cependant, et on en dénombre toujours une soixantaine au Canada. Le secteur viticole canadien présente une particularité, à savoir la création, depuis le milieu des années 70, de caves artisanales et de domaines viticoles. Confronté au double défi de la fluctuation des goûts des consommateurs et de marchés où la concurrence se fait de plus en plus âpre, le secteur viticole canadien a opté pour une production de meilleure qualité, notamment dans les domaines viticoles. Toutefois, les entreprises établies de plus longue date continuent de prédominer, les quatre plus importantes d'entre elles représentant à elles seules 70 % de la production. Au début, le vin canadien était fabriqué à partir d'un cépage nord-américain, le vitis

labrusca, connu pour sa résistance aux hivers et son fort rendement, mais aussi pour sa saveur particulière. Cependant, avec la croissance de la population immigrée, les goûts ont commencé à changer. Les vins canadiens à base de labrusca fermenté ont perdu de leur popularité, alors que les vins de table secs importés d'Europe emportaient la faveur des consommateurs, entraînant l'expansion de cépages plus résistants de vitis vinifera, le raisin européen classique. Les caves canadiennes ont répondu, dans les années 80, en arrachant les vieux pieds de vigne, pour planter massivement des hybrides européens.

L'évolution des goûts des consommateurs a amené à produire des vins de première qualité afin de prendre une part du marché haut de gamme. Ces vins se distinguent par le type de raisin employé, leur origine géographique, leur teneur en sucre, la cave qui les produit et le millésime. Des groupes d'experts mis en place par la branche dans les diverses régions viticoles veillent à ce que les vins de première qualité – identifiés par le label Vintners Quality Alliance – répondent aux normes établies.

Depuis le milieu des années 70, la production de vins de meilleure qualité s'accompagne d'un phénomène nouveau et important : l'apparition de caves artisanales et de domaines viticoles. Il s'agit de petites

La viticulture au Canada

Aujourd'hui, on dénombre neuf régions viticoles reconnues réparties entre trois provinces : la vallée de l'Annapolis et le détroit de Northumberland, en Nouvelle-Écosse; la péninsule de Niagara, l'île Pelée et les rives septentrionales du lac Érié, en Ontario; ainsi que la vallée de l'Okanagan, la vallée du Similkameen, la vallée du Fraser et l'île de Vancouver, en Colombie-Britannique. Presque que tout le raisin cultivé en Nouvelle-Écosse et en Colombie-Britannique est destiné à la vinification. Un peu plus de la moitié de la production de l'Ontario est vendue aux caves vinicoles, le reste étant commercialisé sous forme de jus de fruit, de raisin de table et de gelée.

Dans le monde, les vignes poussent dans deux bandes qui s'étendent entre le trentième et le cinquantième degré de latitude nord et au sud de l'équateur. En Nouvelle-Écosse et en Ontario, elles sont à cheval sur la quarante-troisième parallèle, qui traverse aussi les célèbres régions viticoles françaises, italiennes et espagnoles. Quant aux vignes de Colombie-Britannique, elles partagent le cinquantième parallèle avec la région viticole allemande du Bas-Rhin.

Régions viticoles, 1991

	hectares
Nouvelle-Écosse	69
Québec	103
Ontario	5 645
Colombie-Britannique	781
Autres provinces	7
Total	6 605

Source : Statistique Canada, Recensement de l'agriculture de 1991

caves vinicoles qui produisent des vins de qualité supérieure à partir de leurs propres vignes. Bien qu'ils représentent moins de 5 % des ventes de vin au Canada en volume – mais beaucoup plus en valeur – les domaines viticoles se comportent fort bien dans les concours internationaux, où ils remportent un certain nombre de prix prestigieux.

Les caves vinicoles canadiennes ont également modifié leur gamme de produits pour répondre à la demande de vins secs à prix intermédiaires. Les produits de moyenne gamme se composent principalement de mélanges de vins locaux

et importés mis en bouteilles sous des noms de marque propriétés des caves vinicoles. Par ailleurs, le raisin de moins bonne qualité est utilisé pour produire divers vins panachés à faible teneur en alcool, qui sont un mélange de vin et de jus de fruit.

Une concurrence plus âpre

À la fin des années 80, les négociations commerciales annonçaient déjà, pour les vins canadiens, la fin d'un marché intérieur protégé. Les négociations menées avec les États-Unis en vue de l'accord de libre-échange et les négociations multilatérales du GATT ont toutes deux eu pour effet de faciliter l'entrée des vins d'importation. Parallèlement, les pays viticoles traditionnels et non traditionnels produisaient plus.

En outre, et tandis que l'offre augmentait, la demande chutait. Au Canada, comme en Europe et aux États-Unis, la consommation d'alcool a baissé peu à peu au profit d'autres boissons. La consommation de vin, tant globalement que par tête, est restée stable jusqu'en 1985, puis elle a commencé à diminuer (figure 1). Tous ces facteurs ont eu

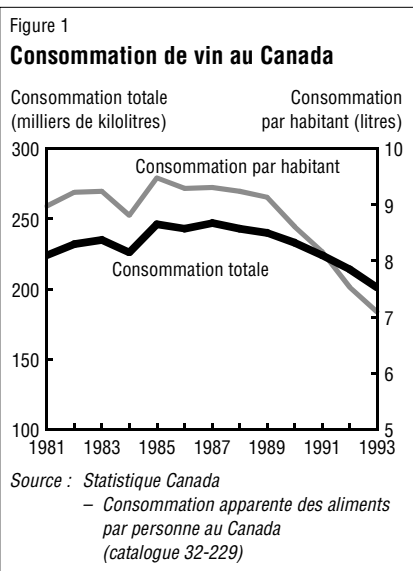
pour effet net un choix sans précédent et une offre abondante de vins qui ont exercé sur les prix des pressions à la baisse.

La déréglementation

Il y a peu de temps encore, le secteur viticole avait l'habitude de travailler dans un milieu très réglementé qui protégeait non seulement les caves vinicoles mais aussi les viticulteurs¹. Mais la déréglementation et l'élimination des obstacles au commerce dans le cadre de l'ALENA et du GATT exposent les producteurs de vin canadiens à une concurrence sans précédent.

Les gouvernements provinciaux protègent leur secteur viticole, notamment en garantissant des marchés aux viticulteurs. Dans les principales provinces concernées que sont l'Ontario et la Colombie-Britannique, la réglementation provinciale a toujours garanti des marchés aux viticulteurs. En Ontario, les caves vinicoles doivent leur acheter un minimum de 25 000 tonnes de raisin par an – soit près de la moitié des récoltes. En outre, jusqu'en 1990, la part des vins importés dans les vins mélangés ne devait pas dépasser 25 %. Cette limite est maintenant portée à 75 %. Les caves vinicoles de Colombie-Britannique devaient acheter pratiquement toute la récolte annuelle, mais depuis la récolte de 1995, elles sont libres de se procurer leur raisin n'importe où au Canada ou à l'étranger. Il existe donc un risque qu'une part de la récolte de raisin local – plus particulièrement le raisin de moins bonne qualité – ne trouve pas preneur sur place.

L'accès restreint aux marchés du vin est une caractéristique que partagent beaucoup de pays, dont le Canada. Les gouvernements provinciaux contrôlent l'accès aux marchés et la distribution par le biais des magasins des alcools provinciaux. Au Canada, la plupart des vins sont commercialisés par l'intermédiaire de ces points de vente, même si les consommateurs ont le droit, dans toutes les provinces, d'acheter



¹ Il est à noter, toutefois, que les caves viticoles et les importateurs canadiens représentaient une part assez faible des dépenses de consommation correspondant à leurs produits – 687 millions de dollars en 1993, soit à peine plus du tiers des ventes de vin au détail, qui se chiffraient à 1,9 milliard de dollars, la différence de 1,2 milliard correspondant au transport, à l'entreposage, au commerce de détail et aux diverses taxes – qui se taillent la part du lion.

directement dans les caves vinicoles². Les listes et les majorations de prix des organismes provinciaux chargés de la distribution des alcools favorisaient la vente de vins produits provinciaux par rapport aux produits nationaux ou étrangers. Mais, ces dernières années, le Canada a conclu avec ses partenaires commerciaux des ententes qui garantissent une égalité d'accès et les mêmes droits de distribution pour la production intérieure et les vins d'importation. Ces ententes, que font partie de l'ALE et du GATT, prévoient l'élimination progressive des majorations de prix et des tarifs préférentiels, afin de créer un marché de plus en plus ouvert.

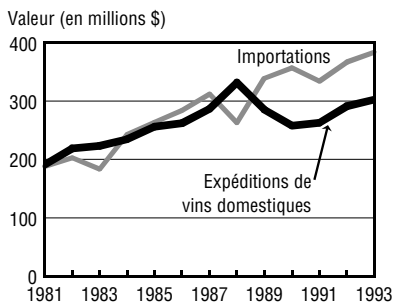
Relever le défi

Les producteurs de vin canadiens ont pris un ensemble de mesures ambitieuses pour relever le double défi de la consommation qui diminue et de la concurrence qui s'intensifie. En association avec les gouvernements provinciaux et fédéral, la branche a défini une stratégie d'adaptation, baptisée Programme de promotion du marché du vin canadien, qui comprend la production de raisin vinifera de grande qualité, la mise en place de caves viticoles modernes et efficaces, et l'élimination des obstacles interprovinciaux au commerce. Le programme dédommage les viticulteurs qui arrachent leurs pieds de labrusca, qui modernisent leurs caves et qui trouvent de nouveaux débouchés.

Parmi les progrès enregistrés à ce jour, citons le succès des vins de première qualité canadiens sur le marché national et sur les marchés internationaux, la popularité croissante des vins de moyenne gamme, et l'expansion dynamique du marché des vins panachés, qui permet d'écouler des crus de moins bonne qualité en les mélangeant à des jus de fruits autres que le raisin. En outre, l'Université de Guelph fait des recherches génétiques pour améliorer la tolérance au froid des cépages vinifera.

Sur un laps de temps de temps assez court, le secteur viticole canadien a réagi à l'évolution des goûts des consommateurs et de la conjoncture du marché en passant de vins de cépages labrusca à petits prix pour la plupart à une gamme de produits plus équilibrée qui va de vins panachés à prix modiques à des vins de cépages vinifera de qualité comparable à celle de régions viticoles plus anciennes. Aujourd'hui, les caves viticoles canadiennes produisent un peu moins de la moitié des vins vendus au Canada, l'autre moitié se composant de vins d'importation dominés principalement par les vins français et, dans une moindre mesure, par les vins italiens et américains (figure 2). Après s'être effritée dans les

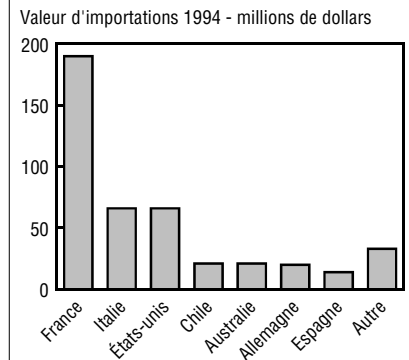
Figure 2
La part du marché des vins domestiques tombe au-dessous de 50%



Sources : Statistique Canada
- Enquête annuelle des manufacturiers
- Base de données du Commerce International

années 80, en volume, la part de marché des caves vinicoles canadiennes semble s'être stabilisée autour de 44 % – contre quelque 50 % auparavant (figure 3). Cependant, à mesure que la qualité des vins canadiens s'améliore, la branche consolide sa position face à une concurrence qui s'accroît avec l'ouverture des marchés, avec la déréglementation et avec une clientèle de plus en plus avertie.

Figure 3
Importations de vin selon le pays de production



Source : Statistique Canada
- Division du commerce international
Base de données sur le commerce canadien de marchandises

Les données présentées dans cet article sont tirées des publications suivantes de Statistique Canada.

- Industries des boissons et du tabac (no. 32-251 au catalogue)
- Le contrôle et la vente de boissons alcooliques au Canada (no. 63-202 au catalogue)
- Consommation apparente des aliments par personne au Canada (no. 32-229-XPB au catalogue)
- Un coup d'oeil sur l'agriculture canadienne (no. 96-301-XPB au catalogue)
- Aperçu de l'agriculture canadienne selon les données recensement, 1971-91 (no. 93-348-XPB au catalogue)
- Importations par pays (no. 65-006 au catalogue)

² Quelques provinces autorisent d'autres points de vente. Au Québec, les vins mis en bouteilles dans la province sont aussi vendus dans les épiceries. En Alberta et en Colombie-Britannique, bon nombre de magasins de vin vendent des vins canadiens et des vins importés, tandis que l'Ontario permet aux caves vinicoles d'exploiter des points de vente pour vendre leur propre vin.

Le point sur...

- Bulletin d'information de Statistique Canada sur les tendances et les statistiques touchant les échanges commerciaux

Publié par le Secteur de la statistique du commerce et des entreprises, sous la responsabilité du ministre chargé de Statistique Canada. Comité de rédaction : A. Meguerditchian (président), R. Bollman, G. Baldwin, F. Bordé, H. Leigh, M. Marcogliese, R. Purdue, K. Sahay, G. Sciadas, M. Sterparn, P. Johanis, S. Taylor, W. Silver, S. Wood, J. Winters. Prière de faire mention de Statistique Canada chaque fois que vous reproduisez ou citez l'une ou l'autre des parties du présent document.
© Ministre de l'Industrie, 1996

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec:

Roger Purdue, rédacteur en chef,
13-B7, immeuble Jean-Talon
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

N° de téléphone (613) 951-3425
N° de télécopieur (613) 951-0411
Internet : purdrge@statcan.ca

Prix : Canada : 5 \$ le numéro
15 \$ par année (4 numéros)

Les numéros de téléphone de Statistique Canada :

Service national sans frais de
COMMANDES :
1-800-267-6677
Service national sans frais de
RENSEIGNEMENTS 1-800-263-1136

L'adresse de Statistique Canada :

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584

Internet: order@statcan.ca

also available in English

Dans le prochain numéro de *Le point sur...*

Financement des petites entreprises - résultats de l'enquête nationale effectuée en 1994 sur le financement des petites entreprises.

La maturation de l'industrie vinicole au Canada - adaptation à l'évolution des goûts des consommateurs et concurrence internationale accrue.

POUR RECEVOIR UN EXEMPLAIRE GRATUIT, remplir le coupon ci-dessous et nous le renvoyer par la poste ou par télécopieur à: Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6

VEUILLEZ M'ENVOYER LE POINT SUR... SANS FRAIS

Nom: _____ Titre: _____

Organisation: _____

Adresse: _____

Ville: _____ Province: _____ Code postal : _____

Téléphone: _____ télécopieur: _____

Adresse électronique: _____

Télécopieur : (613) 951-1584

Par la poste: Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Nous aimerions avoir votre opinion sur *Le point sur...*

Veillez envoyer vos observations à Roger Purdue, rédacteur en chef, *Le point sur...* Secteur de la statistique du commerce et des entreprises, 13-B7, immeuble Jean-Talon, Parc Tunney, Ottawa (Ontario) K1A 0T6
(n° de téléphone 613-951-3425, n° de téléc.: (613)951-0411 ou Internet purdrge@statcan.ca).

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada, la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Faites *Le Point sur...* le monde complexe des affaires et du commerce



L *e Point sur...*, nouveau bulletin trimestriel de Statistique Canada, met l'accent sur des sujets d'un intérêt particulier pour vous – le professionnel du monde des affaires.

Chaque numéro comprend un article de fond détaillé, destiné à éclaircir des faits nouveaux importants dans le domaine des affaires et du commerce. Soutenu par la réputation d'exactitude et de fiabilité de Statistique Canada, *Le Point sur...* vous présentera des analyses exhaustives de dossiers choisis que vous ne trouverez nulle part ailleurs.

Les sujets qui seront abordés dans les prochains numéros incluent ■ Le financement des petites entreprises ■ L'accroissement du commerçant de gros au Canada ■ L'industrie vinicole canadienne ■ Les pratiques de gestion de la qualité au Canada.

Qui plus est, dans chaque nouveau numéro, vous trouverez une liste sélective de publications et de produits connexes de Statistique Canada. Ainsi, vous aurez à votre disposition un recueil utile de nombreux titres publiés par Statistique Canada!

Dans notre monde complexe et en pleine évolution, *Le Point sur...* sera le guide qui vous permettra de comprendre les tendances actuelles et futures qui pourraient avoir une incidence sur le rendement de votre organisation.

OBTENEZ UN AN COMPLET DE *Le Point sur...* SANS AUCUNS FRAIS!

Afin de recevoir à titre gracieux votre abonnement à *Le Point sur...*, remplissez le bon de commande qui paraît sur la deuxième page de couverture et envoyez-le par courrier à : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou par télécopieur au (613) 951-1584. Ou encore, composez sans frais le 1-800-267-6677. Notre adresse sur Internet est la suivante : order@statcan.ca. Vous pouvez également vous abonner à *Le Point sur...* en communiquant directement avec un de nos neuf Centres de consultation régionaux :

Région de l'Atlantique
(902) 426-5331

Région du Québec
(514) 283-5725

Région de la Capitale nationale
(613) 951-8116

Région de l'Ontario
(416) 973-6586

Région du Pacifique
(604) 666-3691

Région des Prairies (Manitoba)
(204) 983-4020

Saskatchewan
(306) 780-5405

Sud de l'Alberta
(403) 292-6717

Nord de l'Alberta et les Territoires du Nord-Ouest
(403) 495-3027

VISITEZ LE SITE WEB DE STATISTIQUE CANADA AU <http://www.statcan.ca>



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada