



OBSERVATOIRE DES AMÉRIQUES

LES RELATIONS COMMERCIALES DU QUÉBEC

Portrait des exportations Québécoises : les principaux produits (1990-2006)

➔ SIMON CARREAU ➔ MAI 2007

UQÀM

➔ www.ameriques.uqam.ca



Relations
Internationales
Québec



OBSERVATOIRE DES AMÉRIQUES

Faculté de science politique et de droit ➔ Université du Québec à Montréal

Case postale 8888, Succ. Centre-Ville, #A-1635 ➔ Montréal (Québec) Canada H3C 3P8

T 514 987 3000 # 0382 ➔ F 514 987 0397 ➔ oda@uqam.ca ➔ www.ameriques.uqam.ca

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Depuis le début des années 2000, le paysage du commerce des provinces canadiennes avec les États-Unis d'Amérique (EUA) a connu une transformation considérable. Alors que l'Alberta et les autres provinces principalement exportatrices de matières premières et/ou de pétrole voient leurs livraisons en territoire états-unien augmenter, le Québec et l'Ontario doivent composer avec un dollar canadien dont la forte appréciation – qui est justement due aux prix élevés des ressources naturelles sur les marchés internationaux – a considérablement nui à la compétitivité de leurs exportations manufacturières respectives. C'est particulièrement le cas aux EUA, qui absorbent plus de 80% des exportations canadiennes et où ces exportations sont de plus en plus concurrencées, non seulement par le Mexique, mais également par la Chine. Conséquemment, depuis 2000, les exportations du Québec et de l'Ontario ont connu des reculs en termes absolus et leur part du total des exportations canadiennes a diminué au profit de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba et du Nouveau-Brunswick qui ont vu leurs ventes à l'étranger augmenter de manière significative.

Face à une concurrence plus vive sur le marché des EUA, quelles sont les opportunités d'affaires pour le Québec? Quels secteurs ont subi des reculs? Quels sont les partenaires susceptibles de compenser les pertes subites sur le marché des EUA? Quels sont les produits dont les ventes ont le plus pâti de ces évolutions et quels sont ceux qui ont pu malgré tout se maintenir, voire croître ?

Ce dossier présente un portrait général de la performance, de l'évolution et de la composition des exportations québécoises pour la période 1990-2006, ainsi qu'une lecture plus détaillée de l'évolution des ventes des cinq principaux produits exportés durant cette période. Il s'agit d'un travail de présentation, de mise en forme et de lecture des statistiques disponibles permettant de mieux saisir les défis qui attendent le Québec dans un nouveau contexte de commerce international. Les exportations québécoises y sont étudiées en comparaison avec l'évolution des performances du reste du Canada, en fonction de leurs principales destinations et en regard de l'évolution de leur composition et des produits qui ont dominé au fil des années. Si les États-Unis occupent évidemment une place centrale étant donné le niveau de dépendance du Québec envers la première économie du monde, une attention soutenue est toutefois accordée au cas de l'Amérique latine.

En effet, depuis 1990, le Québec a maintenu un meilleur taux de croissance de ses exportations que l'Ontario et ce, en bonne partie grâce à ses relations commerciales avec le reste du monde qui sont proportionnellement plus importantes et qui ont connu une croissance notable. L'Europe – où le Québec exporte davantage que n'importe quelle autre province – et l'Asie, avec évidemment la Chine au premier plan, ont certainement constitué des destinations de choix pour les marchandises québécoises depuis le début des années 2000. Mais, depuis 2003, année où la croissance des exportations a redémarré, on constate que l'Amérique latine figure clairement parmi les destinations avec lesquelles le Québec fait les meilleures affaires.

En 2006, l'Amérique latine représentait 2MMS\$ d'exportations et 2,72% des ventes du Québec à l'étranger, alors que le Royaume-Uni, second partenaire commercial après les EUA, comptait pour 2,20%. Les exportations québécoises vers l'ensemble du continent ont augmenté de façon remarquable (plus de 1MMS\$) et même celles destinées au Mexique, ont connu l'une des hausses les plus importantes que l'on ait observée récemment parmi tous les principaux partenaires commerciaux du Québec. Le Mexique est aujourd'hui le 8e partenaire commercial du Québec

(738M\$), situé tout juste derrière la Chine (887 M\$). Si la diversification des marchés d'exportations du Québec doit constituer un objectif, l'Amérique latine apparaît déjà comme une destination privilégiée.

Premier produit d'exportation québécois, les ventes à l'étranger d'aluminium ont augmenté de façon constante depuis 1990, connaissant même une accélération depuis 2004. L'appétit du puissant voisin du sud pour ce produit apparaît insatiable et peu soumis aux mêmes instabilités qui caractérisent la demande de la plupart des autres produits. Les ventes du secteur de l'aéronautique, second domaine d'exportation en importance, sont elles aussi considérables et restent élevées malgré un recul d'environ 20% de 2003 à 2006. Plus soumises aux aléas de la conjoncture que l'aluminium, les ventes de produits de navigation aérienne n'en engagent pas moins des montants considérables.

Troisième catégorie d'exportation en importance, le secteur de la machinerie (Réacteurs nucléaires; chaudières, machines, appareils et engins mécaniques) est caractérisé par une diversification importante, tant au niveau de sa composition que de ses destinations, caractéristiques qui lui ont permis de s'assurer une croissance soutenue. Par ailleurs, alors que le secteur des papiers et cartons occupait une place importante au début des années 1990 ses ventes sont aujourd'hui à peine plus élevées qu'en 1995, avec le résultat que ce secteur se classe désormais au quatrième rang. C'est le Brésil qui est aujourd'hui le second acheteur en importance de papier journal derrière les EUA. Les ventes de Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques ont atteint un sommet historique de 13,3 MMS\$ en 2000, un sommet suivi d'une chute brutale de quelque 9MMS\$ au cours des années suivantes. Les succès comme les échecs de ce secteur n'ont tenu qu'à une poignée de produits dont les exportations représentaient des sommes astronomiques. De leader canadien dans le domaine, le Québec a été depuis relégué loin derrière l'Ontario.

TABLE DES MATIÈRES

PRÉSENTATION DU DOSSIER	5
Source et codification des données.....	5
1. PART ET ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS QUÉBÉCOISES DANS LES EXPORTATIONS CANADIENNES	7
2. LES DESTINATIONS DES EXPORTATIONS QUÉBÉCOISES ET CANADIENNES : L'IMPORTANCE DES ÉTATS-UNIS ET DE L'AMÉRIQUE LATINE.....	8
Part du Québec dans les exportations canadiennes à destination de l'Amérique latine	13
Exportations québécoises vers les États-Unis.....	14
3. LA COMPOSITION DES EXPORTATIONS QUÉBÉCOISES.....	17
4. LES PRINCIPAUX PRODUITS EXPORTÉS PAR LE QUÉBEC	21
4.1 L'aluminium : le premier produit d'exportation	21
4.2 Les produits de navigation aérienne ou spatiale.....	28
4.3 Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils et engins mécaniques	32
4.4 Les papiers et cartons, ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton	35
4.5 Les machines, appareils et matériels électriques ou électroniques	37
CONCLUSION.....	40
ANNEXE.....	42
Figures	
Figure 1.1 Évolution des exportations canadiennes - par provinces.....	8
Figure 1.2 Part des exportations canadiennes absorbée par les États-Unis - en pourcentage du total	9
Figure 1.3 Exportations québécoises : les 13 principaux marchés après les États-Unis	11
Figure 1.4 Exportations du Québec vers l'Amérique latine en pourcentage du total – Région agrégée, Mexique et Brésil	12
Figure 1.5 Exportations du Québec vers quinze pays d'Amérique latine	13
Figure 1.6 Exportations québécoises vers les États-Unis – répartition selon les États.....	15
Figure 1.7 Évolution des exportations québécoises, principaux produits (SH2), 1990-2006.....	18
Figure 1.8 Importations états-uniennes d'aluminium brut (SH7601) en pourcentage du total (%)*	23
Figure 1.9 Destination des exportations québécoises d'aluminium brut.....	24
Figure 1.10 Exportations québécoises de produits d'aluminium faiblement transformés (Catégorie SH76 sans l'aluminium brut - SH7601).....	24
Figure 1.11 Exportations canadiennes de produits d'aluminium faiblement transformés (Catégorie SH76 moins le sous-chapitre SH7601); principales provinces exportatrices.....	25
Figure 1.12 Exportations québécoises d'aluminium (SH76) vers les États-Unis – répartition par États.....	27
Figure 1.13 Exportations canadiennes de produits de Navigation aérienne et spatiale (SH88).....	28
Figure 1.14 Exportations des produits de <i>Navigation aérienne et spatiale</i> (SH88), par destination – chiffres absolus et pourcentage	31
Figure 1.15 Évolution de la composition des exportations québécoises de SH84 - Réacteurs nucléaires chaudières, machines, appareils et engins mécaniques	34
Figure 1.16 Exportations canadiennes de papiers, cartons et autres ouvrages de pâtes et papiers (SH48) – par province.....	36

Figure 1.17 Exportations québécoises de papiers, cartons et autres ouvrages de pâtes et papiers (SH48) à destination de l'Amérique latine.....	37
Figure 1.18 Principales exportations québécoises de machines, appareils et matériels électriques ou électroniques (SH85).....	39
Figure 1.19 Exportations de machines, appareils et matériels électriques ou électroniques (SH85) – par province	39

Tableaux

Tableau 1.1 Exportations des quatre principales provinces canadiennes	7
Tableau 1.2 Exportations du Canada : les 25 principaux marchés en pourcentage (%) du total	9
Tableau 1.3 Exportations du Québec : les 25 principaux marchés en pourcentage (%) du total.....	11
Tableau 1.4 Les vingt-cinq principales catégories (Code SH2) de produits d'exportation québécois.....	17
Tableau 1.5 Exportations québécoises des produits et appareils de navigation aérienne et spatiale (SH88).....	29
Tableau 1.6 Exportations québécoises de <i>turboréacteurs, turbopropulseurs et autres turbines à gaz</i> (SH8411)	33
Tableau 2.1 Exportations québécoises et canadiennes dans le continent américain.....	42
Tableau 2.2 Les vingt-cinq principaux produits d'exportation québécois (Code sh6).....	43
Tableau 2.3 Regroupement des exportations québécoises de produits manufacturés – année 2006.....	43
Tableau 2.4 Regroupement des exportations québécoises de diverses matières premières peu ou pas transformées - année 2006	44

Présentation du dossier

Nous présentons ici la mise à jour d'un dossier que nous avons préparé en 2005¹ en lui donnant un contenu différent. Il s'agit d'un portrait général des exportations québécoises qui concentre l'attention sur la composition, de même que sur l'état et l'évolution des ventes à l'étranger des principaux produits exportés. Il s'agit davantage d'un travail de collecte, de mise en forme et de lecture des statistiques disponibles plutôt que d'une analyse économique en bonne et due forme.

Contrairement au dossier de 2005, qui focalisait sur les relations commerciales avec les pays d'Amérique latine, nous nous sommes cette fois-ci concentrés exclusivement sur les exportations du Québec, d'une part, et, comme il s'agissait de centrer l'attention sur les principaux produits exportés, nous avons accordé une attention plus grande aux États-Unis d'Amérique (EUA), d'autre part. Enfin, dans le prolongement du premier dossier, et fidèle en cela à la mission de l'Observatoire des Amériques, nous avons porté une attention particulière aux exportations à destination de l'Amérique latine.

Divisé en quatre parties, ce document traite d'abord de la performance et de l'évolution des exportations québécoises avec une mise en perspective avec celles de l'ensemble du Canada. Une seconde section s'attarde ensuite aux destinations des livraisons québécoises à l'étranger, tandis qu'une troisième présente un portrait général de leur composition. Enfin, une quatrième et dernière partie présente une lecture plus détaillée de la performance et de l'évolution des cinq principales catégories de produits exportés par le Québec.

Source et codification des données

Toutes les données de ce document proviennent de « Données sur le commerce en direct » du site internet *Strategis.gc.ca* d'Industrie Canada². Les données sont classées et publiées selon la codification du Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH)³. La nomenclature du Système Harmonisé est structurée de manière logique par activité économique ou de matière constitutive. À titre d'exemple, les animaux et les produits d'origine animale se trouvent dans une section; les machines et les engins mécaniques, qui sont regroupés par fonction, se trouvent dans une autre.

Le Système Harmonisé est organisé en trois niveaux emboîtés les uns dans les autres. À un premier niveau, dit « SH2 », le système est divisé en 97 chapitres identifiés par un code à deux chiffres entre 01 et 97⁴. Un deuxième niveau propose un code à quatre chiffres, « SH4 » (deux chiffres supplémentaires sont ajoutés à ceux du niveau SH2), qui subdivise ces chapitres en catégorie et un

¹ Simon Carreau, *Les relations commerciales du Québec en Amérique latine : 1994 à 2005*, Observatoire des Amériques, Septembre 2005, www.ameriques.uqam.ca.

² Ce site offre un logiciel en ligne qui permet d'obtenir des rapports de données sur les exportations/importations depuis 1990, par province, selon les pays ou la province de destination/d'origine, et selon les produits. L'utilisateur définit les paramètres désirés et obtient un rapport sous forme de tableau. Les données proviennent de Statistique Canada et sont périodiquement révisés. Statistique Canada, « Données sur le commerce en directe », *Strategis.gc.ca*.

³ Pour plus de détail : Statistique Canada, « Système harmonisé », Canada, 14 mars 2005, http://www.statcan.ca/trade/htdocs/f_hsinfo.html?

⁴ « Le chapitre 77 est réservé à une utilisation future éventuelle et les chapitres 98 et 99 servent à des fins administratives. » *Ibid.*

troisième, le « SH6 », ajoute deux chiffres supplémentaires ce qui permet d'identifier le produit de façon relativement précise. Les codes SH2 qui servent de tête de chapitre représentent donc le niveau le plus général d'agrégation, tandis que les codes SH4 constituent un niveau intermédiaire et les codes SH6, le niveau le plus précis. On peut illustrer le système à partir de l'exemple suivant :

SH 88 - Chapitre (niveau SH2)

SH 88xx - Titre (niveau SH4)

SH 88xxxx - Sous-titre (niveau SH6)

SH88 - *Navigation aérienne ou spatiale;*

SH8801 - *Ballons, dirigeables/autres véhicules aériens, non conçus pour la propulsion à moteur;*

SH880110 - *Planeurs et ailes volantes;*

SH880190 - *Ballons, dirigeables et autres véhicules aériens sans propulsion motrice;*

SH8802 - *Véhicules aériens; véhicules spatiaux/leurs véhicules lanceurs;*

SH880220 - *Avions/véhicules aériens – poids à vide <2001kg;*

SH880230 - *Avions/véhicules aériens – poids à vide 2001-15000kg ;*

SH8803 - *Parties des appareils des nos 8801 ou 8802;*

SH880310 - *Hélices, rotors et leurs parties- pour véhicules aériens/spatiaux;*

SH880320 - *Trains d'atterrissage et leurs parties - pour véhicules aériens/spatiaux.*

1. Part et évolution des exportations québécoises dans les exportations canadiennes

En 2006, la valeur des exportations québécoises s'élevait à 73 MM\$⁵, soit 16,7% du total des exportations canadiennes qui atteignait 440 MM\$ pour cette même année. En comparaison, celles de l'Ontario ont atteint 199 MM\$ (45% des exportations canadiennes, voir **Tableau 1.1**), tandis que l'Alberta, qui a ravi en 2004 au Québec le titre de deuxième principale province exportatrice, a exporté pour 83 MM\$ en 2006 (**Figure 1.1**). La Colombie-Britannique a, quant à elle, eu des exportations d'une valeur de 34 MM\$. En termes du pourcentage des exportations canadiennes, seule l'Alberta, parmi les principales provinces exportatrices, a vu sa part augmenter de 1990 à 2006. Celle-ci a augmenté de 8,39% tandis que l'Ontario a vu sa part diminuer de 3,75%, le Québec de 1,16% et la Colombie-Britannique de 3,62%.

Tableau 1.1 Exportations des quatre principales provinces canadiennes

	Valeur des exportations (2006)	Part du total des exportations canadiennes		Croissance annuelle moyenne depuis 1990	Croissance cumulée (2006/1990) depuis 1990
		1990	2006		
Ontario	199 MM\$	48,99%	45,24%	6,77%	172 %
Québec	73 MM\$	17,85%	16,68%	6,9%	176 %
Alberta	83 MM\$	10,39%	18,78%	11,99%	433 %
Colombie-Britannique	34 MM\$	11,52%	7,90%	4,98%	102 %
Autres provinces	50 MM\$	11,25%	11,25%	8,98%	199 %
Canada (total)	440 MM\$	100 %	100 %	7,25 %	195 %

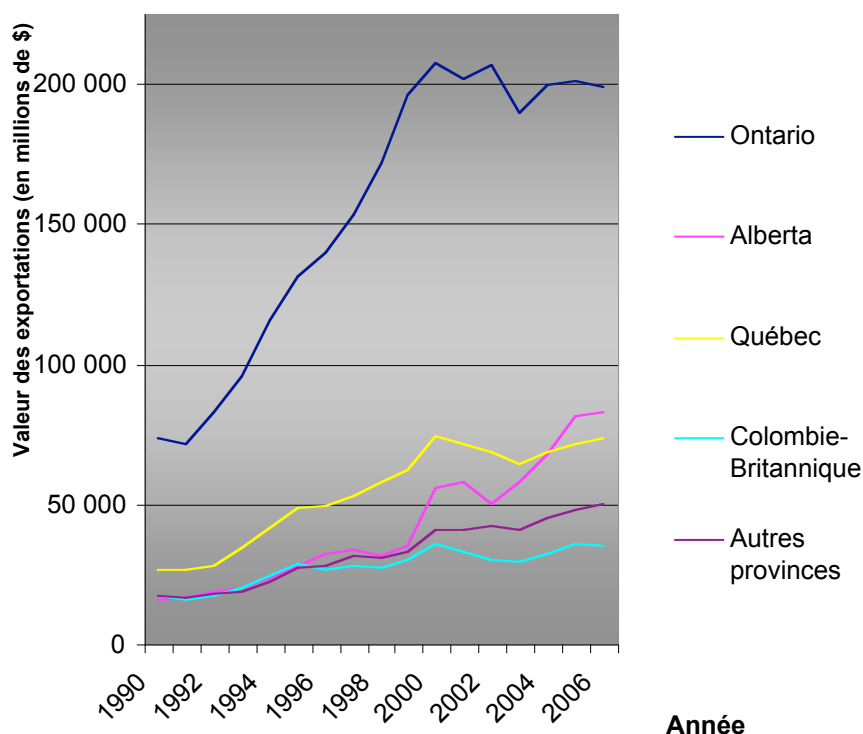
Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

Avec un taux de 6,9%, le Québec a maintenu une meilleure croissance annuelle moyenne de ses exportations, de 1990 à 2006, que l'Ontario (6,77%) et que la Colombie-Britannique (4,98%), mais néanmoins substantiellement inférieure au taux de 11,99% obtenu par l'Alberta. Par rapport à leur niveau de 1990, les exportations du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et, enfin, de l'Alberta ont augmenté respectivement de 176%, 172%, et 102% et 433 %. La part des exportations albertaines due aux combustibles fossiles (pétroles et gaz naturel)⁶ a oscillé autour de 60% au début des années 1990. Après être descendu à 51 % en 1998, elle varie depuis 2003 autour de 70% des exportations totales de l'Alberta.

⁵ Tous les chiffres sont en dollars canadiens.

⁶ C'est-à-dire les produits compris dans le chapitre 27 du système de classification SH2 : « Combustibles minéraux et matières bitumineuses, huiles et cires minérales ».

Figure 1.1 Évolution des exportations canadiennes - par provinces



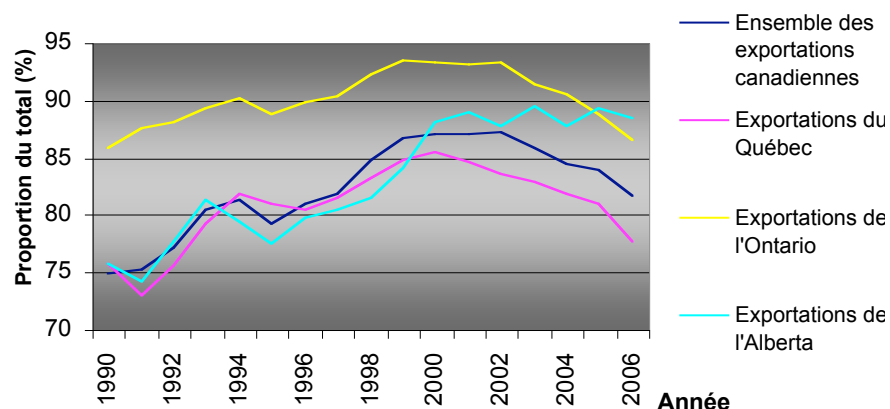
Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

Même si, en 2006, le Québec a accru sa part des exportations totales canadiennes, il reste qu'à l'instar des autres provinces manufacturières, il a perdu du terrain depuis la moitié des années 1990 au profit des provinces principalement exportatrices de pétrole et de matières premières peu ou faiblement transformées. Le Québec tire cependant un peu mieux son épingle du jeu que l'Ontario et surtout que la Colombie-Britannique, en maintenant une meilleure croissance globale de ces exportations depuis 1990.

2. Les destinations des exportations québécoises et canadiennes : l'importance des États-Unis et de l'Amérique latine.

Les exportations québécoises et canadiennes sont massivement absorbées par le plus important de tous les marchés, celui des États-Unis (EUA) avec 77,6% et 81,62% de leurs exportations respectives totales (**Figure 1.2**). Il faut cependant noter que les exportations canadiennes à destination des EUA pour l'année 2006 sont à peu de choses près au même niveau qu'en 2000 (359 MM\$). Parallèlement, les ventes de marchandises dans les autres principaux marchés d'exportations du Canada ont augmenté en valeur absolue, de sorte que, la part relative des EUA est passée de 86,95% à 81,62% entre ces deux dates.

Figure 1.2 Part des exportations canadiennes absorbée par les États-Unis - en pourcentage du total



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Par exemple, et pour un des cas qui nous intéresse particulièrement, la part des exportations canadiennes destinées au marché mexicain, qui se maintenait autour de 0,5% depuis le début des années 1990, a connu une hausse constante depuis l'année 2000 pour finalement atteindre 1% en 2006. Cette performance a eu pour effet de faire du marché mexicain le cinquième en importance pour le Canada, devant l'Allemagne (0,88%) et derrière les EUA, le Royaume-Uni (RU) (2,29%), le Japon (2,15%) et la Chine (1,74%) (**Tableau 1.2**).

Tableau 1.2 Exportations du Canada : les 25 principaux marchés en pourcentage (%) du total

Pays	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
États-Unis (É.-U.)	86,95	87,05	87,13	85,73	84,44	83,85	81,62
Royaume-Uni (R.-U.)	1,39	1,25	1,12	1,6	1,88	1,89	2,29
Japon	2,25	2,06	2,11	2,15	2,08	2,1	2,15
Chine	0,89	1,06	1,04	1,26	1,64	1,63	1,74
Mexique	0,49	0,68	0,61	0,58	0,75	0,77	1,00
Allemagne	0,76	0,73	0,75	0,76	0,65	0,74	0,88
Corée du Sud	0,57	0,5	0,51	0,52	0,55	0,65	0,74
Pays-Bas	0,35	0,39	0,45	0,43	0,47	0,5	0,7
France*	0,46	0,54	0,51	0,57	0,58	0,58	0,66
Belgique	0,51	0,48	0,48	0,48	0,55	0,52	0,52
Norvège	0,2	0,24	0,25	0,26	0,38	0,36	0,44
Italie **	0,42	0,41	0,38	0,45	0,42	0,44	0,43
Australie	0,29	0,27	0,3	0,39	0,38	0,38	0,42
Inde	0,14	0,17	0,17	0,2	0,21	0,25	0,38
Hong Kong	0,35	0,31	0,3	0,31	0,34	0,33	0,36
Taiwan (Taïpei)	0,29	0,25	0,28	0,33	0,3	0,31	0,32
Brésil	0,27	0,24	0,19	0,23	0,23	0,25	0,3
Espagne	0,16	0,22	0,24	0,23	0,29	0,27	0,27
Suisse	0,13	0,09	0,13	0,13	0,16	0,25	0,25

Russie	0,05	0,07	0,06	0,09	0,1	0,13	0,2
Indonésie ***	0,17	0,12	0,12	0,12	0,16	0,16	0,18
Émirats arabes unis	0,05	0,05	0,07	0,09	0,1	0,13	0,18
Venezuela	0,16	0,21	0,14	0,08	0,12	0,16	0,18
Singapour	0,09	0,1	0,15	0,12	0,18	0,15	0,17
Afrique du Sud	0,06	0,05	0,06	0,08	0,09	0,1	0,15

* Comprend Monaco et Antilles françaises.

** Comprend la Cité du Vatican.

*** Comprend Timor oriental.

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

La situation est à peu de choses près la même pour le Québec, même si les exportations vers les EUA y représentent une part un peu moins importante que pour le reste du Canada (**Figure 1.2**). La baisse en importance relative que l'on constate dans cette dernière figure s'explique tant par un ralentissement important des livraisons à destination des EUA, que par la reprise simultanée des ventes québécoises vers le reste du monde. Le niveau des ventes de marchandises à destination des EUA a atteint un sommet absolu et relatif en 2000, avec 63 MM\$ et 85,5% du total des exportations. En 2006 toutefois, le total sera ramené à 57 MM\$ (77,6%), après être descendu à 53 M\$ en 2003 (**Tableau 2.1** en annexe). Au même moment, les exportations à destination du reste du monde, qui avaient aussi connu chutes et ralentissements entre 2000 et 2003, ont repris leur croissance à partir de 2003 pour passer de 11MM\$ à 16 MM\$. Quant à la chute des ventes aux EUA, elle s'explique essentiellement par le recul de deux des principales catégories de produits exportés que nous étudierons plus loin⁷.

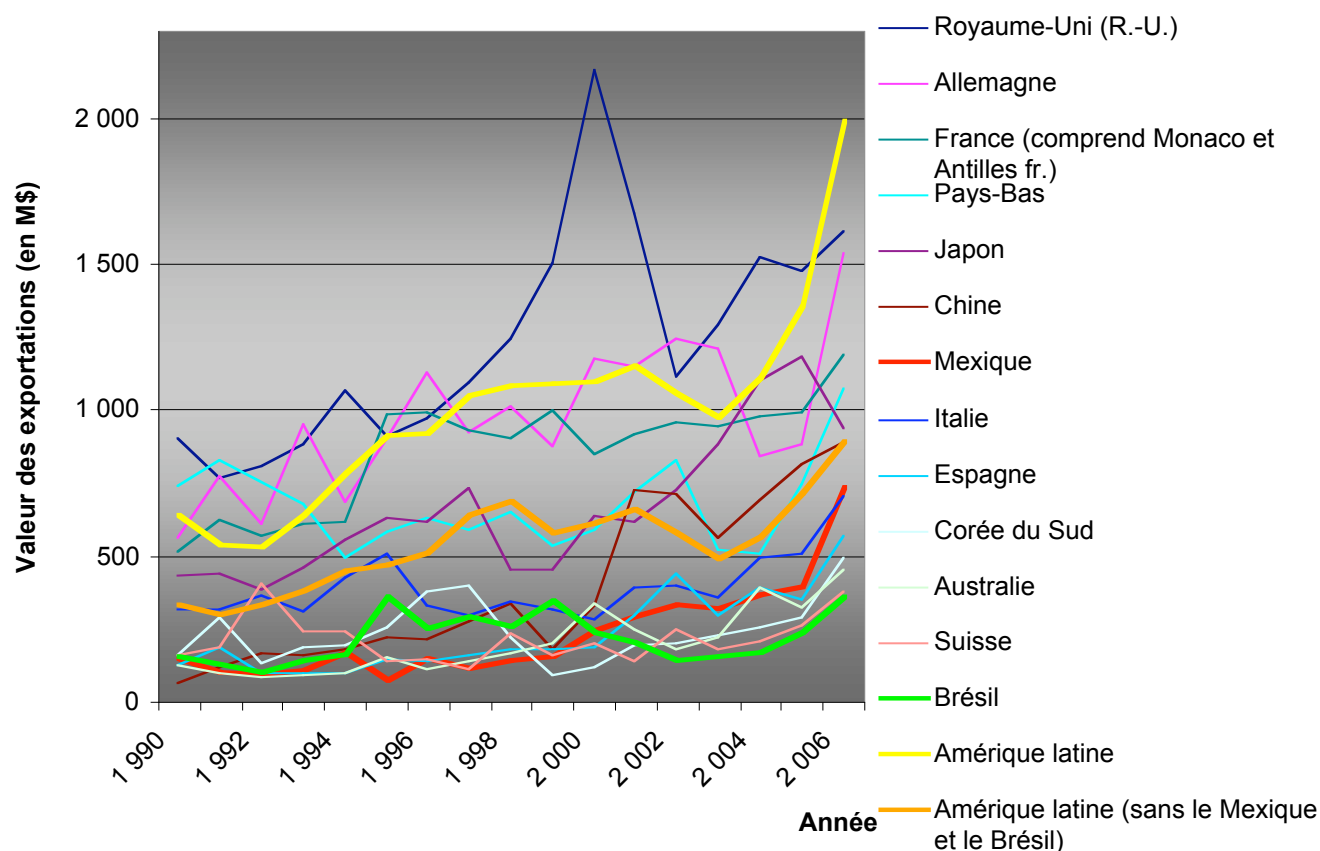
Étant donné cette plus grande diversification, même si le Mexique est, comme pour le Canada, la destination de 1% des exportations québécoises, il n'occupe cependant que la huitième place des principaux marchés. On trouve devant lui, outre évidemment les EUA, quatre pays européens⁸ – RU (2,2%), Allemagne (2,1%), France (1,62%), Pays-bas (1,46%) – le Japon (1,28%) et la Chine (1,21%) (**Tableau 1.3**). La part du Mexique a toutefois été multipliée par trois puisqu'elle ne représentait que 0,33% en 2000.

En 2006, la part des exportations québécoises à destinations de l'Amérique latine était de 2,72% et de 1,71% si l'on exclut le Mexique (**Figure 1.4**). Le Brésil représente quant à lui 0,50% des exportations québécoises, ce qui laisse 1,21% pour le reste du continent. En conséquence, si l'Amérique latine dans son ensemble ne formait qu'un seul pays, elle représenterait le second marché en importance pour le Québec, après les EUA et devant le RU. Sans le Mexique, elle figurerait au quatrième rang et si on soustrayait de surcroît le Brésil, elle n'en occuperait pas moins le sixième rang, *ex-æquo* avec la Chine (**Tableau 1.3** et **Figure 1.3**).

⁷ Il s'agit des *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH85) dont les ventes ont perdu presque 9 mm\$ entre 2000 et 2006 et celles des produits de *Navigation aérienne et spatiale* (SH88) qui ont connu un recul de 2 MM\$ depuis 2003.

⁸ On comprend mieux ainsi l'intérêt manifesté par le gouvernement québécois à Davos, en janvier 2007, pour un accord de libre-échange Canada-Union européenne (UE). Le Québec exporte davantage que n'importe quelle autre province vers la France, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Italie, l'Espagne et la Finlande. Pour l'Europe occidentale dans son ensemble, il exporte davantage que l'Ontario (13,8MM\$ contre 8,2MM\$, en 2006).

Figure 1.3 Exportations québécoises : les 13 principaux marchés après les États-Unis



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

Tableau 1.3 Exportations du Québec : les 25 principaux marchés en pourcentage (%) du total

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
États-Unis (É.-U.)	85,52	84,55	83,56	82,91	81,8	80,91	77,6
Royaume-Uni (R.-U.)	2,92	2,35	1,62	2,01	2,23	2,07	2,2
Allemagne	1,58	1,61	1,81	1,88	1,22	1,24	2,1
France *	1,14	1,29	1,4	1,46	1,42	1,4	1,62
Pays-Bas	0,79	1	1,21	0,81	0,74	1,05	1,46
Japon	0,86	0,87	1,05	1,37	1,6	1,66	1,28
Chine	0,44	1,02	1,04	0,87	1,01	1,14	1,21
Mexique	0,33	0,41	0,49	0,5	0,54	0,56	1,01
Italie **	0,38	0,54	0,58	0,55	0,72	0,71	0,96
Espagne	0,24	0,41	0,64	0,46	0,57	0,49	0,77
Corée du Sud	0,16	0,27	0,29	0,35	0,37	0,4	0,67
Australie	0,45	0,35	0,26	0,34	0,57	0,45	0,62
Suisse	0,27	0,19	0,35	0,28	0,3	0,36	0,51
Brésil	0,32	0,29	0,21	0,24	0,25	0,34	0,5
Belgique	0,37	0,32	0,35	0,32	0,4	0,38	0,36
Inde	0,23	0,18	0,29	0,35	0,3	0,27	0,33

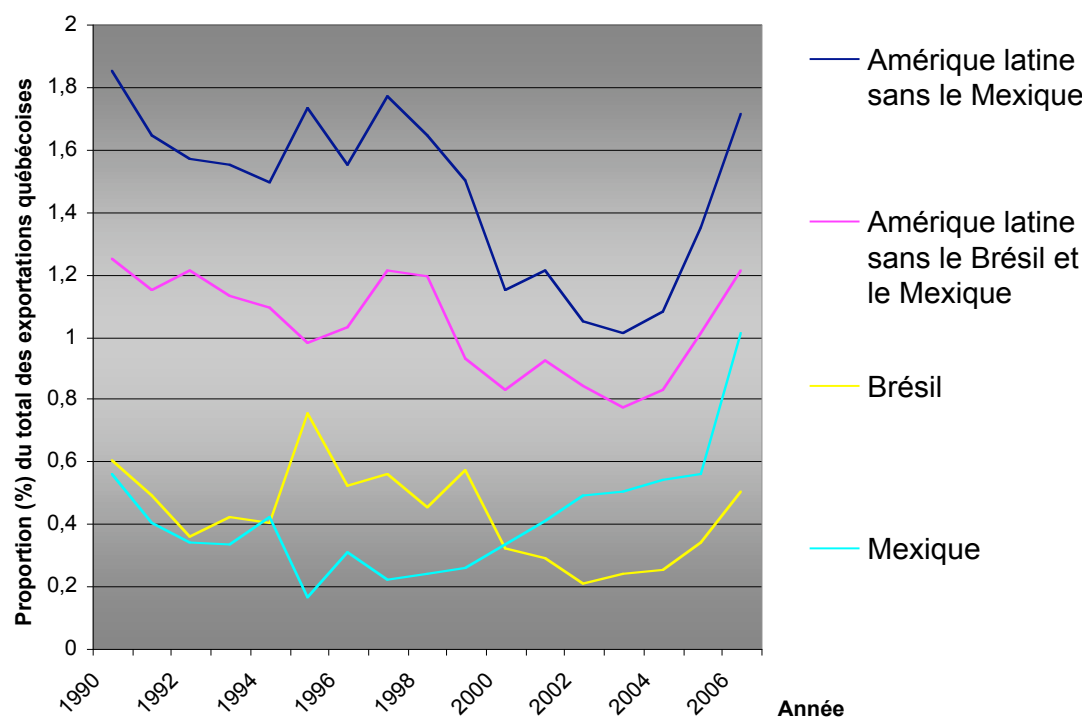
Russie	0,05	0,08	0,1	0,17	0,15	0,17	0,31
Hong Kong	0,23	0,27	0,25	0,27	0,25	0,23	0,3
Afrique du Sud	0,07	0,06	0,08	0,12	0,19	0,17	0,28
Taiwan	0,14	0,16	0,21	0,23	0,19	0,26	0,27
Émirats arabes unis	0,06	0,04	0,12	0,19	0,11	0,26	0,26
Arabie saoudite	0,18	0,2	0,24	0,17	0,13	0,21	0,24
Autriche	0,16	0,16	0,09	0,14	0,22	0,31	0,24
Finlande	0,17	0,11	0,15	0,18	0,18	0,25	0,23
Irlande	0,19	0,24	0,25	0,31	0,39	0,28	0,21

* Comprend Monaco et Antilles françaises.

** Comprend la Cité du Vatican.

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Figure 1.4 Exportations du Québec vers l'Amérique latine en pourcentage du total – Région agrégée, Mexique et Brésil



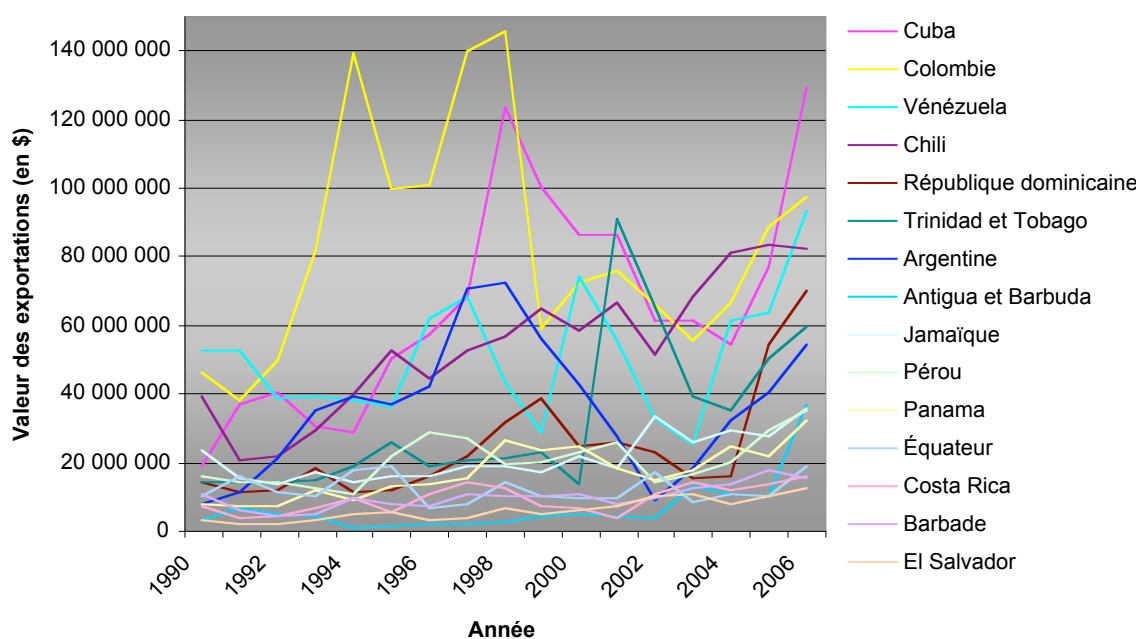
Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

L'année 2006 aura été particulièrement bonne pour le commerce avec l'Amérique latine. La hausse la plus importante – absolue et relative – est de loin celle survenue dans les exportations à destination du Mexique qui sont passées de 396 M\$, en 2005, à 738 M\$, en 2006 (voir [Tableau 2.1 en annexe](#) pour les exportations détaillées du Québec et du Canada à destination du continent américain).

Alors qu'elles n'étaient que de 141 M\$ en 2002, les ventes à destination du Brésil ont regagné leur niveau absolu de 1995, avec un total de 365 M\$ – sans toutefois retrouver la part de 0,75% des exportations totales qu'elles représentaient à l'époque.

Les autres pays du continent ne sont pas en reste avec des hausses absolues et relatives considérables qui ont permis de rattraper le terrain perdu durant les années 2002 et 2003 (**Figure 1.5**). Les exportations vers Cuba ont plus que doublé, entre 2004 et 2006, passant de 54 à 129 M\$⁹. L'Argentine et la Colombie, deux économies considérables qui ont déjà constitué des marchés d'importance, tendent à reprendre peu à peu la place qui leur revenait naguère.

Figure 1.5 Exportations du Québec vers quinze pays d'Amérique latine



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Part du Québec dans les exportations canadiennes à destination de l'Amérique latine

Si, en 2006, le Québec exportait davantage au Mexique que l'Alberta (738 M\$ contre 629M\$), l'Ontario y vend, quant elle, pour 2 192 M\$ de marchandises. La part du Québec dans les exportations totales canadiennes à destination du Mexique pour cette année est donc de 17%, contre 50% pour l'Ontario et 14% pour l'Alberta. Toutefois, depuis 1990, le Québec a été le plus souvent

⁹ On se doit toutefois de noter que cette augmentation subite est dû à un seul produit dont aucune vente n'avait été enregistrée de 1990 à 2004 : *Fils de cuivre affiné - section transversale excédant 6 mm* (SH6 : 740811 -). Les deux années suivantes, les ventes de ce produit ont atteint 19 % et 27% du total des exportations de marchandises québécoises vers Cuba.

relégué au troisième, voire au quatrième rang des provinces exportatrices de produits vers le Mexique. En fait, de 1990 à 2006, la part moyenne du Québec dans les exportations canadiennes à destination de ce partenaire de l'ALENA n'a été que de 12,99%, contre 46,47% et 15,07% pour l'Ontario et l'Alberta. Pire encore, le Québec est l'une des provinces dont la croissance des exportations vers le Mexique, entre 1990 et 2006, a été la plus faible: 396% pour le Québec contre 485% d'augmentation pour l'Ontario, 1154% pour l'Alberta, 1509% pour la Saskatchewan et 1674% pour le Manitoba. Seuls le Nouveau-Brunswick, l'Île-du-Prince-Édouard et les trois territoires se sont moins bien classés.

Pour ce qui est du Brésil, par contre, le Québec constitue la principale province exportatrice, devant l'Ontario et l'Alberta. En 2006, les exportations québécoises à destination du Brésil représentaient 27% du total des exportations canadiennes, contre 23% et 19% pour l'Ontario et la Colombie-Britannique. De 1990 à 2006, le Québec a maintenu une part moyenne de 21,38% des exportations canadiennes, contre 20,23% pour l'Ontario, suivi de la Saskatchewan à 16,47%.

Quant au reste de l'Amérique latine, sans le Brésil et le Mexique, le Québec compte pour 20% des exportations canadiennes, en 2006, derrière les 35 % de l'Ontario. Depuis 1990, le Québec a néanmoins maintenu une part moyenne de 18,38% des exportations canadiennes, ce qui reste supérieure à sa part dans l'ensemble des exportations canadiennes, derrière l'Ontario (35,52%), mais assez loin devant la Saskatchewan (12,36%) et l'Alberta (11,01%).

Exportations québécoises vers les États-Unis

L'étude de la répartition des exportations québécoises vers les EUA nous amène à constater sans trop de surprise la prééminence de l'État de New York, troisième économie en importance aux EUA (957MM\$ de PIB) et voisin immédiat du Québec, auquel il est lié par un accord de libéralisation des marchés publics depuis 2001¹⁰. Le volume d'exportation s'y est élevé à 8 MM \$ en 2006, soit 11% de l'ensemble des exportations québécoises totales. On trouve également, parmi les quinze principaux État acheteurs de produits québécois, les trois autres plus importantes économies intérieures des EUA, soit la Californie (PIB de 1632 MM\$), le Texas (PIB de 989MM\$), et la Floride (PIB de 673MM\$), avec respectivement 1,7 MM\$, 2,7 MM\$ et 1,4 MM \$ d'achats de marchandises québécoises (**Figure 1.6**).

Outre New York, l'effet de proximité se manifeste également par la présence, parmi la liste des quinze principaux acheteurs, d'une majorité d'États situés passablement près du Québec : la Pennsylvanie, l'Illinois, l'Ohio, le Connecticut, le Vermont, le New Jersey, le Massachusetts, et dans une moindre mesure, l'Indiana, le Michigan et le Tennessee. Autre constat d'importance, le Michigan, qui a déjà occupé le second rang des destinations états-uniennes de marchandises, chauffant même de près l'État de New York, a reculé à la 11^e place : de 4,7 MM\$ en 1994, les exportations y ont constamment chuté pour s'établir à seulement 1,8 MM\$ en 2006¹¹. Les ventes de

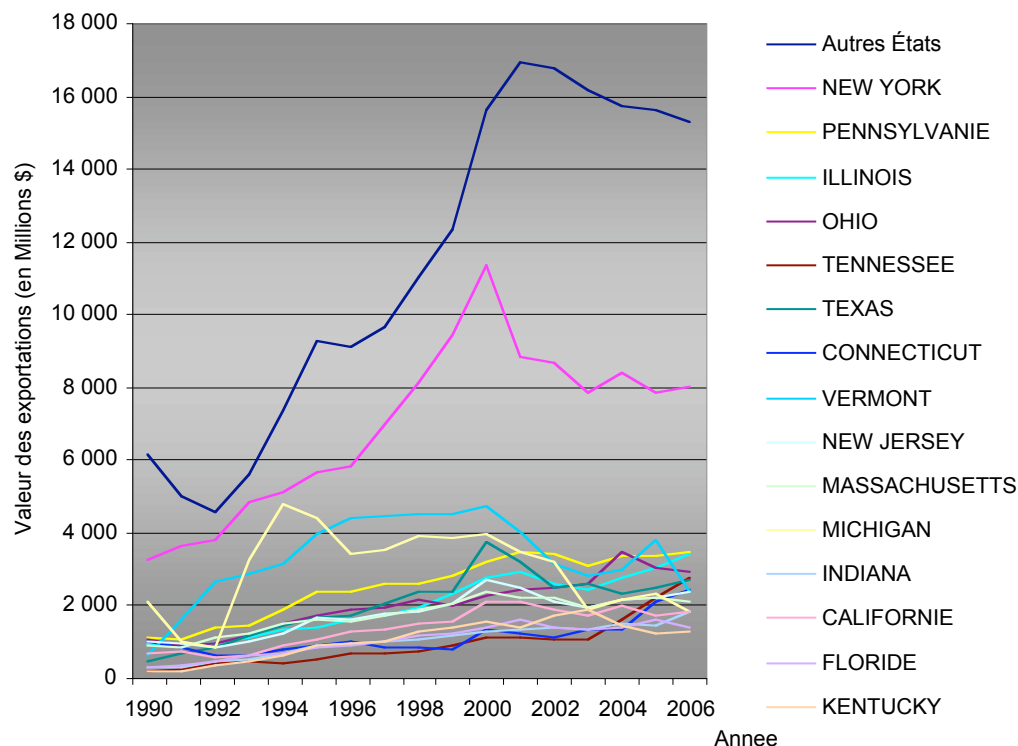
¹⁰ Secrétariat du Conseil du Trésor, « Accords de libéralisation des marchés publics », Gouvernement du Québec, <http://www.tresor.gouv.qc.ca/fr/marche/acheteur/accord/index.asp>.

Pour une vue d'ensemble de la question des marchés publics au Québec, voir Simon Carreau, « Les partenariats public-privé au Québec », in Dorval Brunelle (dir.), *Main-basse sur l'État, Les partenariats public-privé au Québec et en Amérique du Nord*, Montréal, Éditions Fides, 2005, p. 123 à 187.

¹¹ Sans surprise, l'examen détaillé des produits exportés au Michigan révèle que ce sont les exportations d'automobiles (SH 870324, *Véhicules automobiles - Moteur à allumage par étincelles - Cylindrée >3000cm3*) qui représentaient plus

produits destinés au Vermont ont également connu un sort semblable, même si la chute a été moins prononcée : de 4,7 MM\$ en 2000, elles n'étaient plus que de 2,4M\$ en 2006¹². Parmi les disparus notoires dont ne peut rendre compte la **Figure 1.6**, il y a le Colorado qui figurait au deuxième rang des États destinataires de marchandises québécoises en 1990¹³. Dernière remarque, une certaine déconcentration des exportations a eu lieu depuis 2000, alors que les quinze premiers États accaparent une part moins importante de l'ensemble des ventes de produits québécois à destination des EUA.

Figure 1.6 Exportations québécoises vers les États-Unis – répartition selon les États



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

des trois quarts des exportations en 1994, avec 3320 M \$ de ventes. Ce dernier chiffre n'était plus que de 1,6 M\$ en 2005 et de 5,1M\$ en 2006.

¹² L'explication est cependant bien différente pour le Vermont où cette crue momentanée des exportations est attribuable à un seul produit pour lequel aucune vente n'a été enregistrée avant 1996 et après 2001, et dont les ventes s'élevaient annuellement à plus de 2 MM\$. Il s'agit de *Circuits intégrés monolithiques numériques -- semi-conducteurs à oxyde métallique (technologie mos)* (SH 854213). À partir de 2002, ce produit a été remplacé un autre de la même catégorie mais dont les ventes sont moins importantes, soit des *Circuits intégrés monolithiques numériques* (SH 854221).

¹³ En 1990, des 2 390M\$ de marchandises vendus au Colorado, 2 193M\$ sont imputables aux ventes de deux produits particuliers: *Circuits imprimés* (SH 853400) et *Circuits intégrés monolithiques numériques* (SH6 : 854211) – exactement le même produit qui figure au sommet des produits vendus au Vermont depuis 2002 (voir note précédente). Deux années plus tard, les ventes des premiers avaient diminué à 1,4 M\$ tandis que les seconds avaient disparu des 25 principaux produits québécois exportés au Colorado, dont la somme avait chuté à seulement 84 M\$.

Avec environ 80% des exportations québécoises, les États-Unis continuent de représenter, et de loin, le marché le plus important pour le Québec. Il faut cependant noter qu'il s'agit d'une part qui a diminué dans les dernières années essentiellement parce que les ventes de marchandises vers les EUA ont connu une chute importante qu'elles n'ont pas pu réussir à compenser, alors que les exportations à destination du reste du monde, et particulièrement de l'Amérique latine, ont connu des reprises vigoureuses (comme le montre la **Figure 1.3**). Par ailleurs, les marchés d'exportation autres que ceux des EUA, c'est-à-dire le Mexique, le Brésil et le reste de l'Amérique latine figurent clairement parmi les marchés les plus importants pour le Québec. La part des exportations à destination de ces territoires a augmenté notablement depuis 1990 et le Québec bénéficie d'une position relativement avantageuse sur ces marchés.

3. La composition des exportations québécoises

La composition des exportations québécoises est dominée, depuis le début des années 1990, essentiellement par les six catégories de produits suivantes :

- SH 76 - *Aluminium et ouvrages en aluminium* (8,3 MM\$ d'exportations en 2006);
- SH 88 - *Navigation aérienne ou spatiale* (7,5 MM\$);
- SH 84 - *Réacteurs nucléaires; chaudières, machines, appareils et engins mécaniques* (6,7 MM\$);
- SH 48 - *Papiers et cartons; ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton* (6,5 MM\$);
- SH 85 - *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (4,5 MM\$);
- SH 44 - *Bois, charbon de bois et ouvrages en bois* (3,6 MM\$).

En 2006, la valeur cumulée de ces six catégories s'élevait à 37 MM\$, soit un plus de la moitié des 73 MM\$ de produits exportés par le Québec pour la même année. Les vingt-cinq premières catégories de produit (SH2) atteignaient 84,8% de ce total (**Tableau 1.4**). Dans cette section, nous présenterons d'abord un survol général des principales catégories de produits exportés et de leur évolution entre 1990 et 2006. Par la suite, nous nous attacherons à étudier plus en détail l'évolution des cinq premières catégories de produits d'exportation.

Tableau 1.4 Les vingt-cinq principales catégories (Code SH2) de produits d'exportation québécois

Code SH2	Nom de la catégorie de produits	Valeur des exportations (en Millions \$)		Hausse par rapport à 1990
		1990	2006	
76	Aluminium et ouvrages en aluminium	2 215	8 328	275,97%
88	Navigation aérienne ou spatiale	1 207	7 470	518,67%
84	Réacteurs nucléaires chaudières, machines, appareils et engins mécaniques	2 548	6 688	162,45%
48	Papiers et cartons ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton	3 603	6 490	80,12%
85	Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques	3 208	4 497	40,17%
44	Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	897	3 640	305,70%
74	Cuivre et ouvrages en cuivre	678	2 963	337,26%
87	Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres	2 250	2 891	28,53%
39	Matières plastiques et ouvrages en ces matières	376	2 358	527,21%
27	Combustibles minéraux et matières bitumineuses, huiles et cires minérales	472	2 348	397,63%
94	Meubles et articles de literie Lampes et enseignes lumineuses constructions préfabriquées	259	1 597	515,54%
72	Fonte, fer et acier	382	1 365	257,03%
73	Ouvrages en fonte, fer ou acier	356	1 308	267,12%
90	Instruments médico-chirurgicaux, d'optique, de mesure et autres similaires	192	1 175	510,20%
02	Viandes et abats comestibles	405	1 149	183,93%
26	Minerais, scories et cendres	887	1 141	28,68%
40	Caoutchouc et ouvrages en caoutchouc	158	1 007	537,83%
47	Pâte de bois ou d'autres matières fibreuses cellulosiques papier ou carton à recycler	724	1 005	38,83%
29	Produits chimiques organiques	164	857	423,04%

30	Produits pharmaceutiques	129	740	473,05%
28	Produits chimiques inorganiques composés de métaux précieux et d'éléments radioactifs	280	725	159,15%
79	Zinc et ouvrages en zinc	338	703	107,59%
71	Perles, pierres gemmes, métaux précieux, monnaies et bijouterie	218	654	200,54%
49	Produits de l'édition, de la presse ou des autres industries graphiques	183	562	206,95%
62	Vêtements et accessoires du vêtement, autres qu'en bonneterie (tissés)	89	522	484,81%
	SOUS-TOTAL	22 219	62 182	179,86%
	AUTRES	4 370	11 148	155,12%
	TOTAL (TOUS LES PRODUITS)	26 589	73 330	175,80%

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

La mise en perspective des vingt-cinq premiers produits des catégorisations SH2 et SH6 (voir [Tableau 2.2](#) en annexe), nous montre que, plus des trois quarts de la valeur des exportations d'*Aluminium* tiennent à seulement trois (voire deux) produits et que la catégorie des produits de la *Navigation aérienne* repose presque en entier (6,8 des 7,4MM\$ exportés en 2006) sur deux formats d'avion, des *Simulateurs de vol* et des *Parties pour avions ou hélicoptères*. Dans le même ordre d'idées, le *Papier journal* et le *papier fin* comptent pour plus de la moitié des exportations de papiers (56%), tandis que le désormais célèbre *Bois d'œuvre* et les *Ouvrages de menuiserie et pièces de charpentes* comptent quant à eux pour un peu moins de la moitié des exportations de bois (45%).

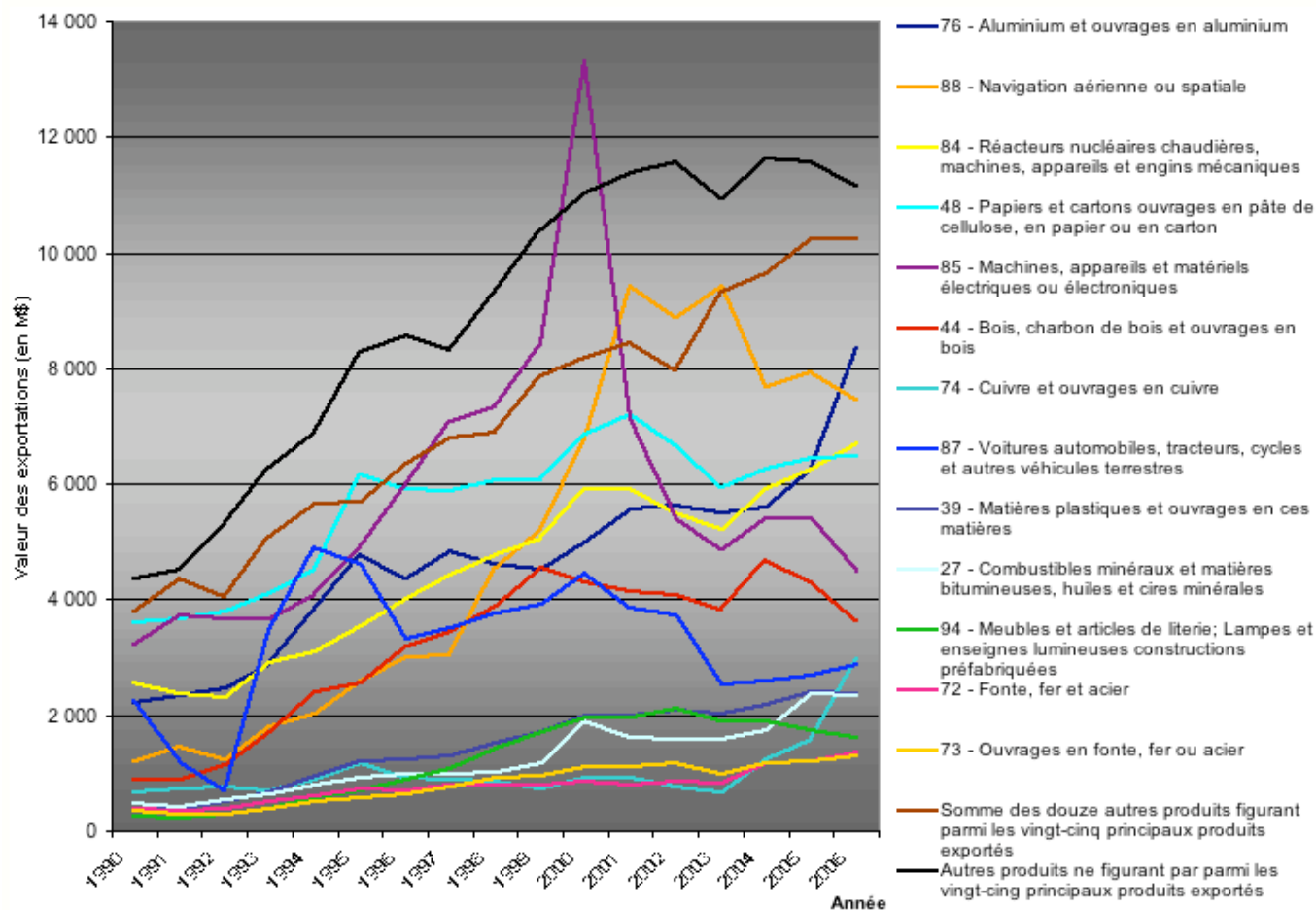
Les exportations de produits « manufacturés » ([Tableau 2.3](#) en annexe)¹⁴, qui figurent parmi ces 25, représentent 24,8 MM\$ (34% du total de l'année 2006), alors que les diverses matières premières peu ou pas transformées (viandes, métaux, minéraux, bois - [Tableau 2.4](#) en annexe¹⁵) comptent pour 32,7MM\$ ou 45 % de l'ensemble des exportations.

Si l'on jette un coup d'œil sur l'évolution des principaux produits d'exportation depuis 1990 (**Figure 1.7**), on constate d'abord l'importance considérable qu'ont eue les exportations de *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH85) autour de l'année 2000 et celle des produits de la *Navigation aérienne* (SH88), en 2001. Si les deux ont connu des reculs considérables depuis, la chute des ventes de produits *électriques ou électroniques* a été beaucoup plus impressionnante avec une perte des deux tiers de leur valeur (de 13,3 MM\$ en 2000 à 4,5 MM\$ en 2006). Quant au secteur de l'aviation, il a perdu 20% entre 2001 et 2006 (de 9,4 à 7,5 MM\$), mais il conserve néanmoins l'un des taux de croissance les plus forts par rapport aux chiffres de 1990 (519% d'augmentation).

Figure 1.7 Évolution des exportations québécoises, principaux produits (SH2), 1990-2006

¹⁴ Nous avons regroupé sous le titre de produits « manufacturés » les codes SH 88, 84, 85, 87, 94,90, 62.

¹⁵ Pour ce regroupement des matières premières peu ou pas transformées, nous avons regroupé les codes SH 76, 48, 44, 74, 27,72,73, 02, 26, 47, 29, 28, 79 et 71.



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Le secteur qui occupe aujourd'hui la première place des produits d'exportation est celui de l'aluminium (SH76), avec des ventes de plus de 8,3 MM\$ à l'étranger, en 2006. Ce dernier et celui des Réacteurs nucléaires chaudières, machines, appareils et engins mécaniques (SH84 – 6,7 MM\$), s'ils n'ont pas connu des hausses aussi impressionnantes que beaucoup d'autres catégories, respectivement 276% et 162 % (voir **Tableau 1.8**), ont néanmoins connu les croissances les plus stables depuis 1990.

Quant aux catégories du papier (SH48) et du bois (SH44), deux produits réputés varier en fonction des cycles économiques, leur croissance a été considérablement ralentie – renversée dans le cas du bois d'œuvre – depuis 1995 et 1999 respectivement. Enfin, ce sont les produits *électriques et électroniques* et le *papier* qui ont connu les taux de croissance (80% et 40% par rapport à 1990) les moins élevés parmi les six premiers produits d'exportation.

Jusqu'au début des années 2000, il aurait fallu ajouter à nos six principales catégories de produits celle des *Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres* (SH87) qui, en 1994, constituait le principal secteur d'exportation avec 4,9 MM\$ (ce qui représentait 12% des 41 MM\$ de produits exportés cette année-là) et qui a depuis chuté à 2,9 MM\$. Les ventes de voitures

automobiles qui s'élevaient à plus de 3,3 MM\$ en 1994 se sont effondrées pour n'être plus que d'un maigre 5 M\$ en 2006. Cet effondrement a été en partie compensé à l'intérieur du code SH 87 par la croissance de deux autres secteurs connexes. Le premier est celui des *Pièces de véhicules motorisés* (SH8708), ce qui reflète l'essor de l'industrie de la sous-traitance, qui est passé, grâce à une croissance soutenue, entre 1990 et 2006, de quelque 160 M\$ à plus de 640 M\$ en 2006. Le second est celui des *Véhicules pour les transport de marchandise* (SH8704) dont les ventes sont passées de seulement quelques dizaines de millions \$ au cours des années 1990, à plus de 800M\$ en 2006 (une hausse de plus de 2000% entre 1990 à 2006). Les États-Unis absorbent respectivement 83 % et 97% des ventes de ces produits.

4. Les principaux produits exportés par le Québec

4.1 L'aluminium : le premier produit d'exportation

Le Canada est le troisième producteur mondial d'aluminium après la Chine et la Russie¹⁶, et le premier fournisseur d'aluminium de première fusion importé aux EUA. On retrouve au pays onze usines d'aluminium de première fusion, dont une seule est située à l'extérieur du Québec – à Kitimat, en Colombie-Britannique – qui concentre à lui seul plus de 90 % de la capacité de production du pays¹⁷. De nos jours, « le volume d'aluminium que l'on utilise dépasse celui de tous les autres métaux non ferreux. Les plus gros marchés de l'aluminium [...] sont les transports, les bâtiments et la construction, les contenants et les emballages, les produits électriques, les biens durables [ainsi que] la machinerie et l'équipement»¹⁸.

Les EUA exportent l'équivalent de 11,5 MM\$ d'aluminium et d'ouvrages en aluminium (SH76). De ce chiffre, 3,7MM\$ sont destinés au Canada et 2,7 MM\$ au Mexique – leur deux principaux clients. Le Canada exporte davantage que les EUA avec 12,2 MM\$ de ventes à l'étranger de produits d'aluminium, dont 10,7MM\$ sont destinés à son voisin du sud.

Le produit clé, c'est cependant l'aluminium brut (SH7601), allié ou non¹⁹, qui compte pour 60 % et 74% des exportations canadiennes et québécoises d'aluminium. En 2006, le Canada exportait 7,2 MM\$ d'aluminium brut, dont 6,2 MM\$ (86 %) l'étaient par le Québec. De ce nombre, 6,1 MM\$ étaient vendus aux EUA (84% des ventes totales de SH7601), dont 5,7 MM\$ l'étaient par le Québec (soit 94% des ventes canadiennes en direction des EUA). Les exportations québécoises de SH7601 ont été multipliées par trois, passant de 1,9 à 6,2 MM\$, c'est-à-dire 219% d'augmentation, entre 1990 et 2006, lors que les ventes de la Colombie-Britannique n'augmentaient que de 27% (540 à 689M\$).

Un coup d'œil à la **Figure 1.8** permet de constater que le Québec a perdu au fil du temps sa domination sans partage du marché états-unien de l'aluminium brut importé : de plus de 90% en 1991, il est passé à une part oscillant entre 50 et 60% depuis 2003. Au même moment, la Russie gagnait plus de 20% de part de marché, tandis qu'une pluralité d'autres pays gagnaient également

¹⁶ En 2004, le Canada a produit 2,59 mégatonnes (Mt) d'aluminium de première fusion (soit une baisse de 7,2 % par rapport aux 2,79 Mt produit en 2003), la Chine 7,7 Mt et la Russie 3,6 Mt. La baisse de production aurait été attribuable à la fermeture de certaines installations de production dont la technologie serait devenue obsolète. Toutefois de nouvelles cuves d'électrolyse dotées des plus récentes technologies ont été mises en activité en 2005 à l'Aluminerie Alouette, située à Sept-Îles, pour porter sa capacité de production de 245 000 à 550 000 tonnes/année et ainsi en faire l'usine la plus productive au pays. Du même coup, la capacité de production canadienne a été portée 3,05 Mt en 2006. Wayne Wagner, « Aluminium », *ANNUAIRE DES MINÉRAUX DU CANADA*, 2004, Ressources naturelles Canada, Gouvernement du Canada, <http://www.nrcan.gc.ca/mms/cmy/contenu/2004/09.pdf>. Ressources Naturelles Canada, « Production des principaux minéraux du Canada », Décembre 2006, no 06-12, Gouvernement du Canada, http://mmsd1.mms.nrcan.gc.ca/mmsd/data/default_f.asp

¹⁷ Wayne Wagner, *loc. cit.*.

¹⁸ Ressources Naturelles Canada, « Les principaux minéraux et métaux produits au Canada : Aluminium », 27 mars 2007, Gouvernement du Canada, http://www.nrcan.gc.ca/mms/scho-ecol/main_f.htm#aluminium.

¹⁹ Le SH7601 se décline en seulement deux sous-produits *aluminium sous forme brute, non allié* (760110) et *alliages d'aluminium sous forme brute* (760120).

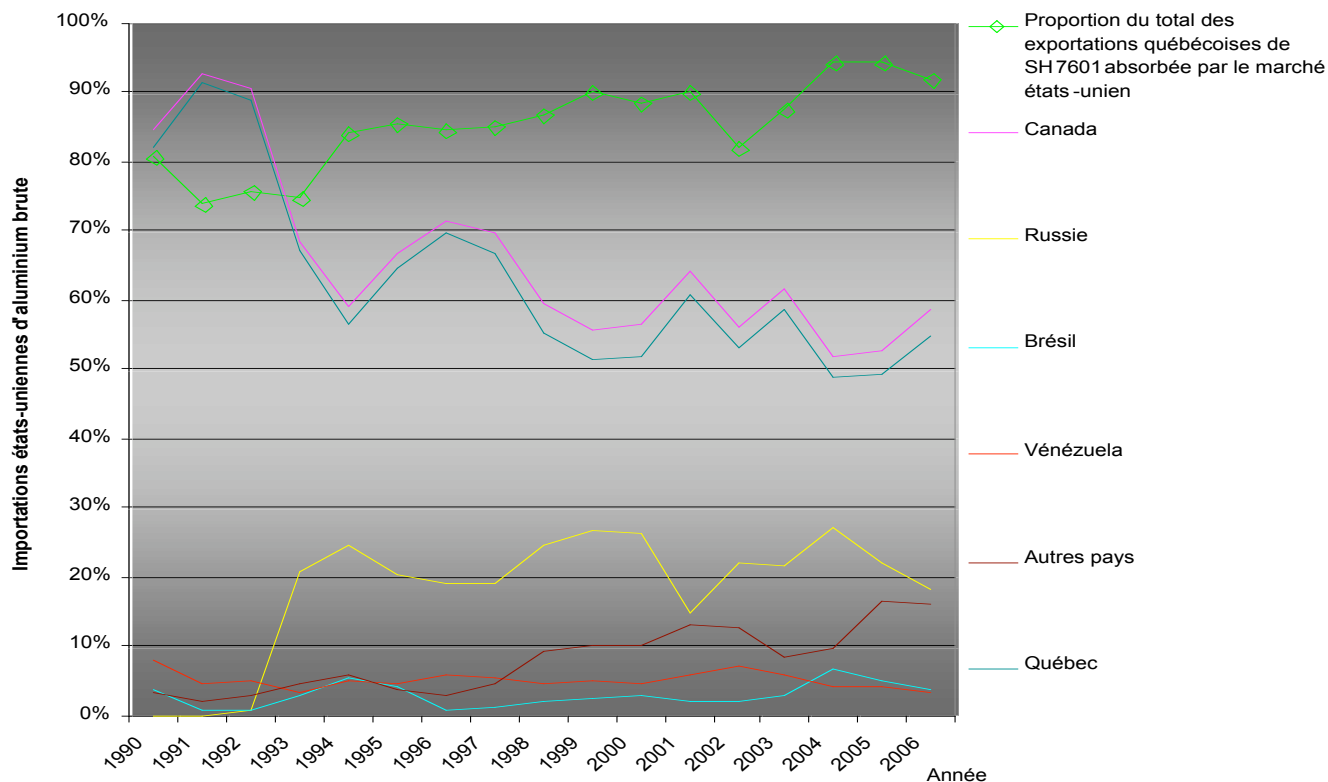
du terrain (courbe « Autre pays »²⁰). Cependant, si on croise cette figure avec la **Figure 1.9**, on constate que le Québec a perdu des parts de marché alors même que le volume de ses expéditions d'aluminium brut aux EUA ne cessait d'augmenter: c'est notamment le cas de 1991 à 1995, où les exportations ont doublé, alors que la part de marché chutait de 30%. Inversement, de 1995 à 1996, les exportations diminuaient, mais la part québécoise augmentait. Au regard de ces faits – hausse constante des livraisons d'aluminium et diversification de l'offre sur le marché états-unien – le marché de l'aluminium semble caractérisé, depuis 1990, par l'appétit sans cesse croissant des EUA pour l'aluminium brut, appétit que ne sont pas arrivées à satisfaire les alumineries québécoises. Inversement, les ventes au reste du monde étant restées à peu près stables en terme absolu depuis 1990 (**Figure 1.9**), elles ont donc perdu en importance relative devant l'explosion de la demande aux EUA (courbe supérieure de la **Figure 1.8**).

Autres faits intéressants à noter, depuis 2004, la production absolue du Québec a connu un bond considérable (2,7 MM\$ d'augmentation), le Québec a récupéré 6% de part de marché aux EUA²¹, tout en augmentant ses livraisons vers le reste du monde. Force est de constater que l'industrie québécoise a dû gagner en capacité de production et en compétitivité, améliorant ainsi sa position sur les marchés internationaux.

²⁰ Les pays dont les données sont présentes dans la **Figure 1.9** sont les quatre premiers fournisseurs. Comme cela arrive souvent, nous avons regroupés ensemble les autres cas dont les données étaient trop peu importantes pour être significatives.

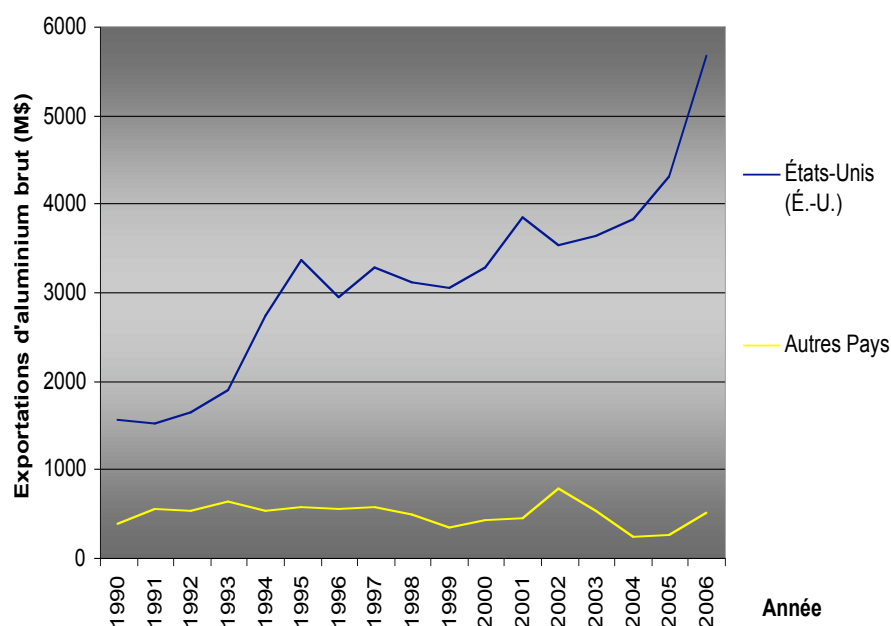
²¹ Cette hausse de la part de marché québécoise est due non seulement à la hausse absolue de ses livraisons, mais aussi à un recul des exportations russes de 215 M\$ et des exportations brésiliennes de 160 M\$, entre 2004 et 2006. Un tel état de fait porte à croire que l'aluminium québécois s'est trouvé en meilleure posture que celui de ses concurrents.

Figure 1.8 Importations états-uniennes d'aluminium brut (SH7601) en pourcentage du total (%)*



Source : D'après les données du *US Customs Service*, fournies par le *U.S. Census Bureau (U.S. Department of Commerce)* disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

***Note sur la justesse des données :** Ce graphique est construit sur la base des données d'importations du *US Customs Service*, fourni par le *U.S. Census Bureau (U.S. Department of Commerce)* et disponibles sur *Strategis.gc.ca*. Or, il y a certaines discordances entre ces données relativement aux importations états-uniennes en provenance du Canada et celles de Statistique Canada relatives aux exportations canadiennes à destination des EUA. Cette différence s'explique par le fait que Statistique Canada révisé régulièrement ses données pour corriger certaines erreurs ou pour intégrer des nouvelles informations reçues, ce qu'on ne peut faire pour les données fournies par le *US Census Bureau*. Concrètement, pour l'année 2006, le *US Census Bureau* établit les importations de SH7601 en provenance du Canada à 6024 M\$, tandis que Statistique Canada chiffre les exportations canadiennes à destination des EUA à 6053M\$. Tous les autres graphiques et les autres données se basent sur les données de Statistique Canada réputées plus exactes.

Figure 1.9 Destination des exportations québécoises d'aluminium brut

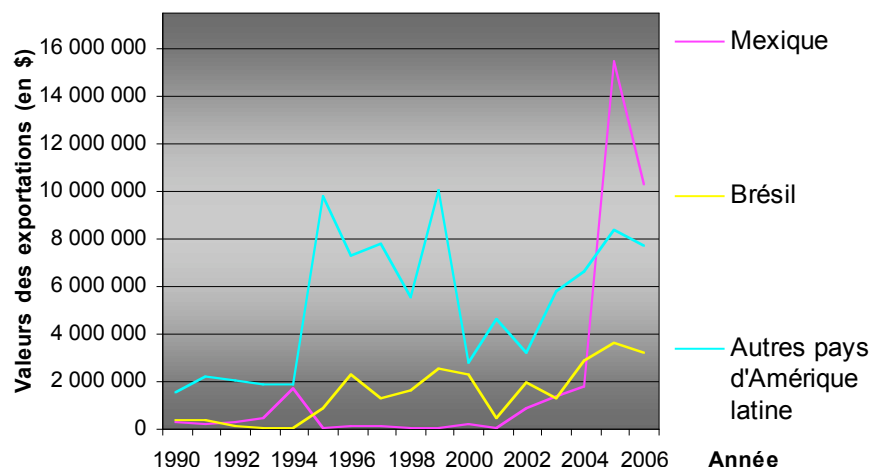
Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

Avec la portion énorme des exportations d'aluminium qu'accapare le marché états-unien, d'une part, et avec le Brésil et le Venezuela, qui sont respectivement les troisième et quatrième producteurs en importance sur ce même marché, d'autre part, on peut comprendre d'emblée que l'Amérique latine ne sera pas un débouché très important pour l'aluminium québécois. De fait, pour l'ensemble de l'Amérique latine, sauf le Mexique, les livraisons qui n'étaient déjà que de 7,8 M\$ en 1990 n'auront fait que chuter au fil du temps pour finalement cesser complètement (valeur de 0\$ en 2006). Par contre, le Mexique, pour lequel aucune vente n'avait été enregistrée, de 1993 à 1997, a vu ses achats d'aluminium brut québécois augmenter jusqu'à 136 M \$ en 2002, pour finalement s'établir à 73 M\$ en 2006.

Quant aux autres produits de l'aluminium, les 26% restants dans la catégorie SH76²², les ventes en Amérique latine sont instables et peu importantes (total de 21 M\$ en 2006, **Figure 1.10**).

Figure 1.10 Exportations québécoises de produits d'aluminium faiblement transformés (Catégorie SH76 sans l'aluminium brut - SH7601)

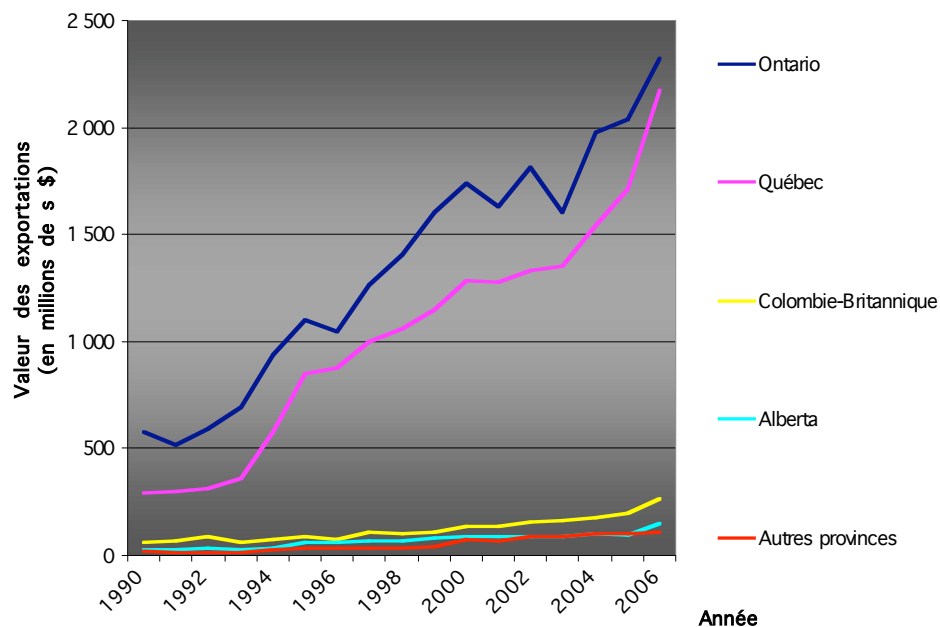
²² Ce sont les codes SH 7602 - déchets de débris d'aluminium; sh 7603 - poudres et paillettes d'aluminium; sh 7604 - barres et profilés en aluminium; sh 7605 - fils en aluminium; sh 7606 - tôles et bandes en aluminium, d'une épaisseur excédant 0.2 mm; sh 7607 - feuilles et bandes minces en aluminium d'une épaisseur n'excédant pas 0.2 mm; sh 7608 - tubes et tuyaux en aluminium; sh 7609 - accessoires de tuyauterie en aluminium exemple: raccords, coudes, manchons, etc.; sh 7610 - construction d'aluminium ,tôles, barres etc (a/q construction préfabriqué); sh 7611 - réservoirs, foudres et contenant similaires en aluminium, de plus de 300 l (a/q gaz comprimé); sh 7612 - récipients en aluminium de 300l ou moins, thermiques, avec revêtement intérieur/calorifuge; sh 7613 - récipients en aluminium pour gaz comprimés ou liquéfiés; sh 7614 - torons, câbles, tresses/similaires, en aluminium, non isolés pour l'électricité; sh 7615 - articles de ménage/économie domestique/hygiène/toilette/parties, en aluminium; éponges et; sh 7616 - ouvrages en aluminium, nda.



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Le secteur des produits et ouvrages d'aluminium faiblement transformés appelle cependant quelques remarques supplémentaires. D'abord, il s'agit d'un secteur qui est important pour le Québec avec des ventes à l'étranger de plus de 2,17 MM\$ en 2006 – dont 90% vont aux EUA. Ensuite, si l'Ontario (2,32MM\$) devance le Québec à ce chapitre (**Figure 1.11**), on constate que l'écart entre les deux a été considérablement réduit depuis 1990. Troisièmement, non seulement le secteur a-t-il globalement connu une croissance très importante depuis 1990, mais celle du Québec a été bien supérieure (649% contre 415% d'augmentation pour l'ensemble du Canada). Enfin, fait assez rare que l'on constate à la lecture de la **Figure 1.11**, de 1990 à 2006, les exportations québécoises de produits d'aluminium autres que l'aluminium brut ont constamment augmenté d'année en année à la seule exception de 2001, où elles ont reculé d'un maigre 4 M\$ (0,33%).

Figure 1.11 Exportations canadiennes de produits d'aluminium faiblement transformés (Catégorie SH76 moins le sous-chapitre SH7601); principales provinces exportatrices

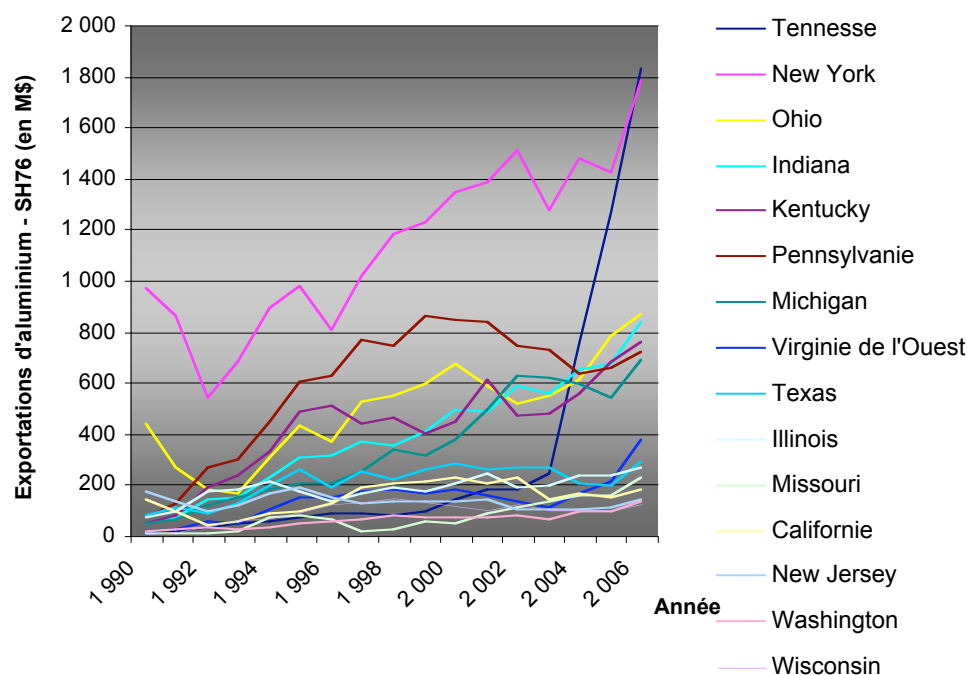


Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Si l'on revient sommairement aux EUA pour jeter un coup d'œil à la répartition par État des exportations de tous les produits d'aluminium (SH76 - **Figure 1.12**), on peut mieux comprendre l'augmentation si importante des exportations d'aluminium brut qui a eu lieu entre 2004 et 2006, que nous avons relevée un peu plus haut. Le Tennessee, qui n'importait pourtant en 2003 que quelque 110 M\$ d'aluminium brut (7601), a depuis vu ses achats croître annuellement d'environ 500 M\$ pour finalement atteindre 1648 M\$ en 2006. L'État de New York suit de près le Tennessee avec ses 1781 M\$ (dont 1266M\$ sont pour de l'aluminium brut) d'importation d'aluminium en 2006. L'Indiana est, parmi les principaux clients, celui dont la part d'aluminium brut est la moins importante dans ses importations de produits d'aluminium : 629 de ses 836 M\$ (12%) sont imputables à des catégories autres que le SH7601²³. L'Ohio (863M\$) et le Kentucky (754M\$) importent tous deux entre 60% et 70% de SH7601. Si l'on ajoute à ces cinq États, que nous venons de mentionner, la Pennsylvanie (721 M\$ de SH76 en 2006; une baisse substantielle par rapport aux 856M \$ de 1999) et le Michigan (686M \$), on obtient déjà 4 MM\$, ou 70% de toutes les livraisons d'aluminium destinées aux EUA.

²³ Seul l'État de Washington importe une plus petite proportion d'aluminium brut avec seulement 5% de ses 131 M\$ d'importation de produits d'aluminium (SH7601).

Figure 1.12 Exportations québécoises d'aluminium (SH76) vers les États-Unis – répartition par États



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

La croissance stable et considérable des exportations d'aluminium depuis 1990 en font l'un des produits les plus importants et les plus stratégiques de l'économie québécoise. L'utilisation de l'aluminium dans une gamme très large de produits et dans la construction en fait une marchandise dont la demande apparaît moins susceptible d'être affectée par les variations de l'activité économique dans certains domaines particuliers ou même dans l'économie en général. C'est particulièrement le cas des exportations d'ouvrages en aluminium faiblement transformé qui n'ont connu qu'un seul recul en 16 ans (un tiers de pourcent en 2001).

L'industrie québécoise, qui domine à toute fin pratique l'industrie canadienne à elle seule (86% des exportations totales d'aluminium brut et 94% des exportations vers les EUA en 2006), est l'une des têtes de file de ce marché mondial. Le Canada est le deuxième exportateur mondial derrière la Russie²⁴, et de loin le principal fournisseur du marché états-unien, même si la part du Québec et du Canada s'est érodée depuis 1990 – apparemment devant une demande trop importante pour les capacités de production des alumineries québécoises. Devant l'appétit considérable du voisin immédiat, le reste du continent américain est devenu un marché marginal pour le Québec, d'autant plus qu'on retrouve dans le cône sud deux autres producteurs importants que sont le Brésil et le Venezuela.

²⁴ http://nrcan-rncan.gc.ca/mms/cmy/2002revu/alu_f.htm

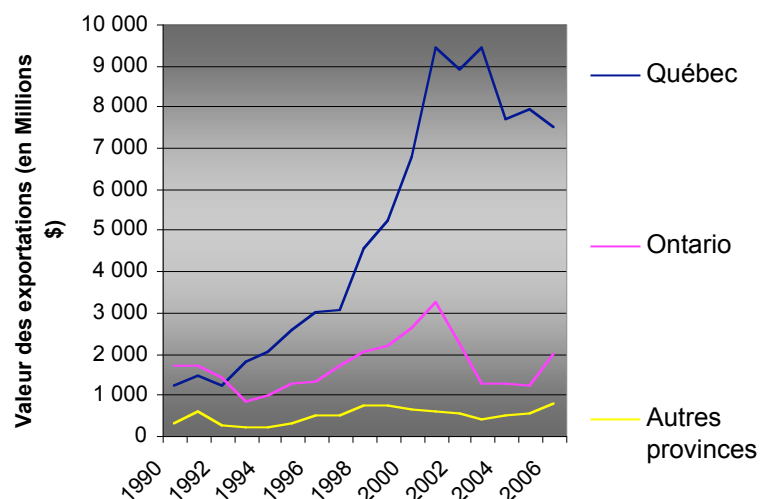
4.2 Les produits de navigation aérienne ou spatiale

Pour l'essentiel, quatre pays et autant de grandes corporations se disputent le marché mondial de l'aviation : l'états-unienne Boeing, l'europpéenne Airbus, la brésilienne Embraer et la canadienne Bombardier. Les premiers se disputent le marché des gros porteurs, les deux autres celui des petits et moyens appareils.

Nous avons vu plus haut ([Figure 1.7](#)) que les ventes à l'étranger de produits de navigation aérienne ou spatiale ont connu au cours des années 1990 une croissance très forte, prenant parfois même des allures exponentielles. À partir de 2001, le marché de l'aviation a cependant connu bon nombres de difficultés et les ventes québécoises de produits de l'aéronautique ont chuté une année sur deux (2002, 2004, 2006) pour finalement perdre presque 2 MM \$ entre 2001 et 2006, pour s'établir à 7,5 MM\$.

Aujourd'hui leader mondial dans le secteur, Bombardier ne s'est lancée dans l'aviation qu'en 1986 avec l'achat de Canadair, le principal avionneur canadien de l'époque. Par la suite, l'entreprise acquerra progressivement diverses entreprises et divisions, notamment en Ontario, aux États-Unis et en Irlande²⁵. La constitution progressive de cette division aéronautique, dont le premier avion ne sera livré qu'en 1992, ira de pair avec la croissance exponentielle des exportations canadiennes dans ce secteur. Jusqu'en 1993, l'Ontario exportait davantage de pièces et d'appareils de navigation aérienne que le Québec ([Figure 1.13](#)). En 2001, les exportations québécoises dans ce secteur atteignaient 9,4 MM\$ (en hausse de 679% par rapport à 1990), contre 3,2 MM\$ pour les exportations ontariennes, les autres provinces restant à des niveaux relativement marginaux (581 M\$).

Figure 1.13 Exportations canadiennes de produits de Navigation aérienne et spatiale (SH88)



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

²⁵ <http://www.bombardier.com/> « Historique : Évolution de la société. »; Produits : Étapes-clés

Sont exportés dans la catégorie *Navigation aérienne et spatiale* essentiellement quatre types de produits : des avions, des hélicoptères, des pièces et parties d'avions ou d'hélicoptères et des simulateurs de vol (voir **Tableau 1.5**). Ce qui a par contre réellement propulsé les exportations de cette catégorie au sommet de toutes les ventes québécoises à l'étranger de 2001 à 2005, et lui a permis l'une des plus fortes croissances (plus de 500 %, voir **Tableau 1.4**), ce sont les avions de deux formats : ceux dont le poids à vide est entre 2001 kg et 15000 kg (SH880230), et ceux dont le poids excèdent 15000 kg (SH880340). Les ventes du premier type ont décollé dès 1993 pour atteindre un sommet de 5,5MM\$ en 2001, tandis que celles du second prendront leur envol surtout en 1999 pour s'établir à 3,4 et 3,8 MM\$ en 2003 et 2005. Ensemble, ils ont compté pour plus de 80% de la catégorie SH88 de 2001 à 2005 : 86% de la catégorie en 2003 et 13 % de l'ensemble des exportations québécoises cette même année (8,1 sur 64 MM\$).

L'importance des autres produits n'est quand même pas négligeable. Les exportations de *pièces et parties de véhicules aériens* (SH8803), des *simulateurs de vol* (SH880529) et d'*hélicoptères* (SH880211 et SH880212) trois produits auxquels il est tout aussi facile d'associer des noms d'entreprises bien établies en sol québécois – Pratt & Whitney, CAE, et Bell Helicopter – se sont élevées respectivement à 574M\$, 630M\$ et 469 M\$ en 2006. Parmi les autres produits qui figurent également dans la catégorie SH88, mais pour des montants moins significatifs, on retrouve des avions plus légers, des simulateurs de combats aériens et des véhicules aériens sans moteur (dirigeable, planeur).

Tableau 1.5 Exportations québécoises des produits et appareils de navigation aérienne et spatiale (SH88)

Code SH	Produits	Valeur des exportations en 2006 (en \$)	Proportion des exportations de SH88
880211	Hélicoptères - poids à vide <2001kg	167 894 870	2,25%
880212	Hélicoptères - poids à vide >2000kg	300 990 963	4,03%
880230	Avions/véhicules aériens - poids à vide 2001-15000kg	2 443 418 067	32,71%
880240	Avions/véhicules aériens - poids à vide >15000kg	3 332 204 707	44,61%
8803	Parties d'appareils et de véhicules aériens (des catégories 8801 et 8802)	574 447 070	7,69%
880529	Simulateurs de vol et appareil d'entraînement aériens au sol	629 547 893	8,43%
	Autres produits de la catégorie SH88	21 881 375	0,29%
	TOTAL (SH88)	7 470 384 945	100,00%

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Puisque le renouvellement d'une flotte d'avions est généralement un achat considérable mais ponctuel, il n'est pas significatif d'étudier les ventes selon les États de notre voisin du sud ou selon les pays d'Amérique latine sur une longue durée. Conséquemment, nous nous concentrerons sur les plus grands marchés : les EUA, l'Europe et – dans une bien moindre mesure – l'Amérique latine.

Encore une fois, la part du lion des exportations québécoises va aux EUA : 4,2 sur les 7,4 MM\$, ou 56% du total des exportations des produits de navigation aérienne, en 2006 (**Figure 1.14**). En 2003, c'était 7,6 sur 9,4 MM\$, ou 80 % du total. Clairement et malgré ce sommet atteint en 2003, il n'en

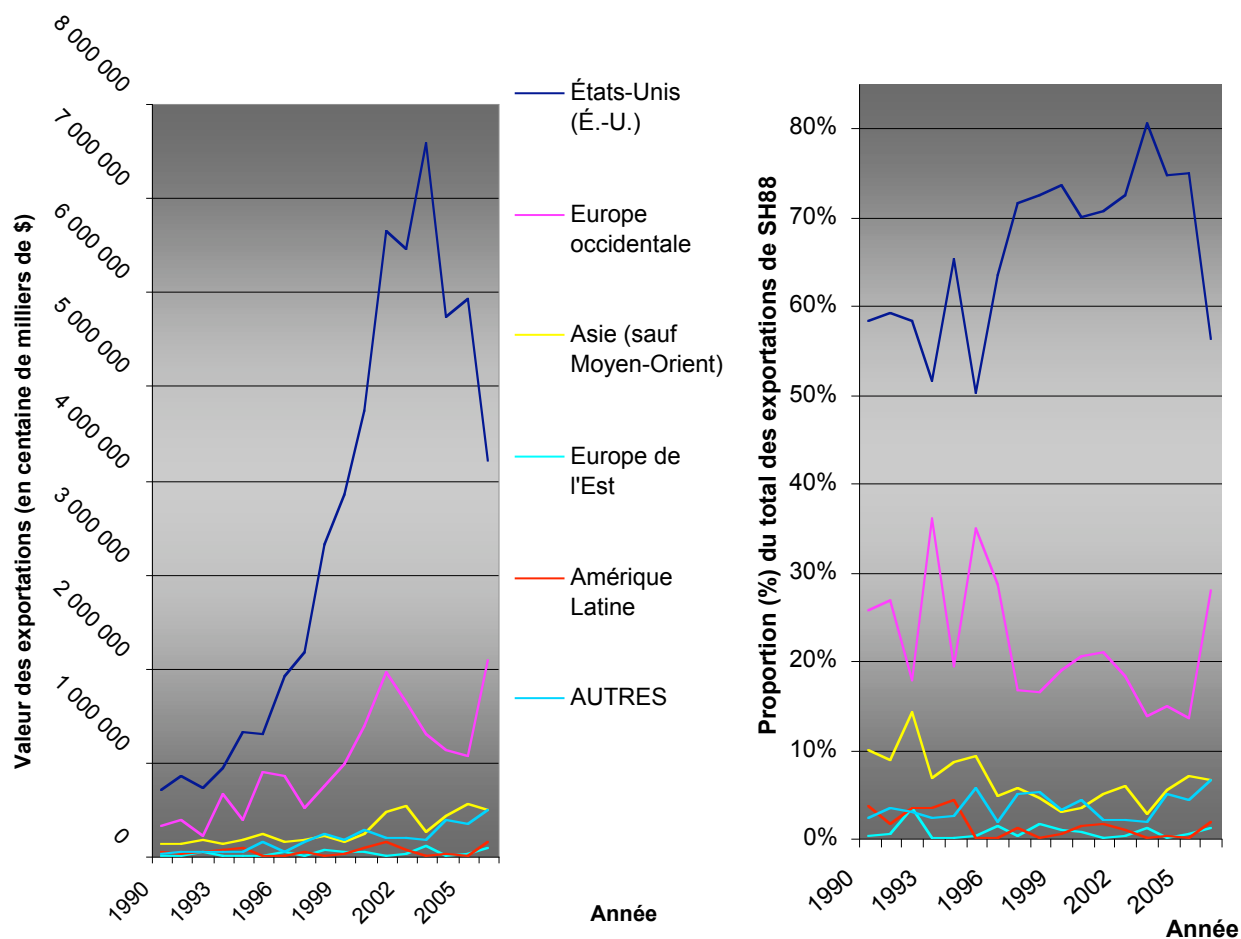
reste pas moins que les livraisons dans ce secteur sont substantiellement moins concentrées vers les seuls EUA que pour l'ensemble des exportations québécoises. Durant huit des dix-sept années recensées, la part des EUA a été inférieure à 70%, et souvent dans la fourchette de 50 à 60%. Inversement, l'Europe occupe une place plus importante qu'à l'habitude; celle-ci a oscillé entre 13 et 36% selon les années. Pour le reste, les autres marchés sont relativement négligeables, l'Amérique latine n'ayant qu'à deux occasions reçu des livraisons annuelles supérieures à 100M\$ (150 et 142 M\$ en 2001 et 2006). Une fois cumulé l'ensemble des ventes depuis 1990, sa part ne dépasse pas 0,94% (794 M\$), contre 69% pour les EUA (58MM\$) et 20% pour l'Europe de l'Ouest (14MM\$).

Pour ce qui est des produits de la catégorie SH88 autres que les avions (SH8801, SH8803, SH8804 et SH8805), la part qui revient aux EUA est encore moins importante. Elle représente 48% de tous les achats effectués depuis 1990 (6,9 MM\$ sur 14,5 MM\$), suivi par la France (11,30%), le Royaume-Uni (9,59%), l'Allemagne(4,79%) et le Japon (2,97%). Le Brésil est le 20^e client avec 64 M\$, ou 0,44% des achats depuis 1990. Avec 103,9 M\$, l'Amérique latine dans son ensemble ne serait que deux positions plus haut, situé entre l'Inde (17^e client d'importance avec 107M\$) et la Suède (18^e avec 94M\$).

Tout comme dans le cas de l'aluminium, l'industrie aéronautique québécoise permet à la province d'appartenir à un club très sélect de leaders mondiaux. Le marché de la navigation aérienne en est certainement un qui est extrêmement lucratif, mais qui reste plus vulnérable aux aléas de la conjoncture. De surcroît, contrairement à l'électricité bon marché qui n'est pas disponible partout pour produire de l'aluminium à des prix compétitifs, l'une des principales sources d'avantages compétitifs dans le domaine de l'aviation – le soutien et le gousset des pouvoirs publics– reste relativement accessible à d'autres pays qui pourraient être intéressés à intégrer ce marché²⁶.

²⁶ AFP, « Airbus et Boeing se déchirent à l'OMC », *Le Devoir*, mercredi 21 mars 2007. Dans cet article, l'auteur réfère à des « pays qui aspirent à produire des grands appareils commerciaux, comme le Brésil, le Canada, la Russie et la Chine ». On peut raisonnablement supposer que, de la même façon, d'autres pays doivent avoir le marché des petits et moyens porteurs dans leur mire.

Figure 1.14 Exportations des produits de *Navigation aérienne et spatiale* (SH88), par destination – chiffres absolus et pourcentage



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

4.3 Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils et engins mécaniques

Comme nous l'avons mentionné en début de section, le secteur des chaudières, machines, appareils et engins mécaniques²⁷ en est un dont la croissance, si elle n'a pas été aussi époustouflante que celle qui a caractérisée le secteur de la navigation aérienne, a au moins eu le mérite d'être passablement stable au fil des années, ne connaissant que deux périodes de recul, la première en 1991-1992 (perte de 256 M\$ en deux ans, 10% par rapport à 1990), et la seconde de 2001 à 2003 (715 M\$ de recul, 12%) (Voir [Figure 1.7](#)).

Les États-Unis absorbaient, en 2006, 4,7 des 6,7 MMS\$ (70%) des exportations de chaudières, machines, appareils et engins mécaniques (SH84). Depuis 1993, cette part oscille entre 68 et 77%. Les autres principaux clients sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France avec respectivement 263 M\$ (3,9%), 257M\$ (3,9%) et 170 M\$ (2,5%), pour l'année 2006. Le Mexique et le Brésil sont respectivement les 10^e et 13^e principaux clients du Québec dans ce secteur, avec 63 M\$ (0,94%) et 50 M\$ (0,75%), tandis que l'ensemble des autres pays latino-américains ont reçu pour l'équivalent de 92 M\$ (1,38%) d'exportations de SH84. Dans son ensemble, c'est donc 205 M\$ ou 3% de toutes les exportations québécoises de chaudières, machines, appareils et engins mécaniques qu'aurait reçus l'Amérique latine. Il s'agit d'une proportion légèrement supérieure à celle de l'ensemble des exportations vers l'Amérique latine, sa part de l'ensemble des exportations québécoises étant de 2,72%, comme nous l'avons vu en deuxième partie. Il faut par contre noter que, si les exportations à destination du Mexique ont progressé de 633% (de 8 à 63M\$) entre 1990 et 2006, celles livrées au Brésil ont au contraire perdu 51% (de 101 à 50M\$). Les ventes vers les autres pays latino-américains n'ont gagné que 61% durant cette même période (de 57 à 92M\$) – ce qui ne donne que 22 % de hausse pour la zone latino-américaine dans son ensemble.

Cette catégorie est extrêmement diversifiée : elle sous-divisée en quatre-vingt-quatre sous-catégories SH4 et 531 éléments y sont enregistrés en codes SH6. On y trouve tant des « articles de robinetterie/organes similaires pour tuyauterie, cuves/contenants similaires » (de type industriel), que des machines à laver, des ordinateurs, et des réacteurs nucléaires. Quinze de ces quatre-vingt-quatre catégories de produits SH4 ont enregistré des exportations supérieures à 100M \$ en 2006 (pour un total de 5,3 MMS\$ pour ces quinze premières catégories SH4).

Il y a bien cependant une catégorie de produits dont l'importance se détache du lot : il s'agit des *Turboréacteurs, turbopropulseurs et autres turbines à gaz* (SH8411) dont les exportations se sont chiffrées à 2,5 MMS\$ en 2006, soit 37% des 6,7 MMS\$ de ventes pour l'ensemble de la catégorie SH84 (voir **Tableau 1.6**). Les éléments SH6 les plus importants de la sous-catégorie ne sont pas les turboréacteurs ou les turbopropulseurs eux-mêmes, mais leurs composantes (SH841191 - *Parties de turboréacteurs ou de turbopropulseurs*), avec des ventes à l'étranger de plus de 1 MMS\$ en 2006. Viennent ensuite deux formats de turboréacteurs (ventes cumulées de 659M\$ en 2006) et deux de turbopropulseurs (599M\$).

²⁷ Nous éviterons de référer aux réacteurs nucléaires pour nommer couramment cette catégorie, son titre pouvant laisser entendre qu'il s'agit essentiellement d'éléments reliés à la production d'énergie nucléaire, ce qui ne correspond pas à la réalité. Il s'agit d'une catégorie très large dans laquelle les réacteurs nucléaires ne sont qu'une seule (SH8401) de ses 85 sous-catégories SH4 (de SH8401 à SH8485). En outre, son importance quantitative (23 000\$) est négligeable par rapport aux sommes totales de la catégorie (6,7 mm\$).

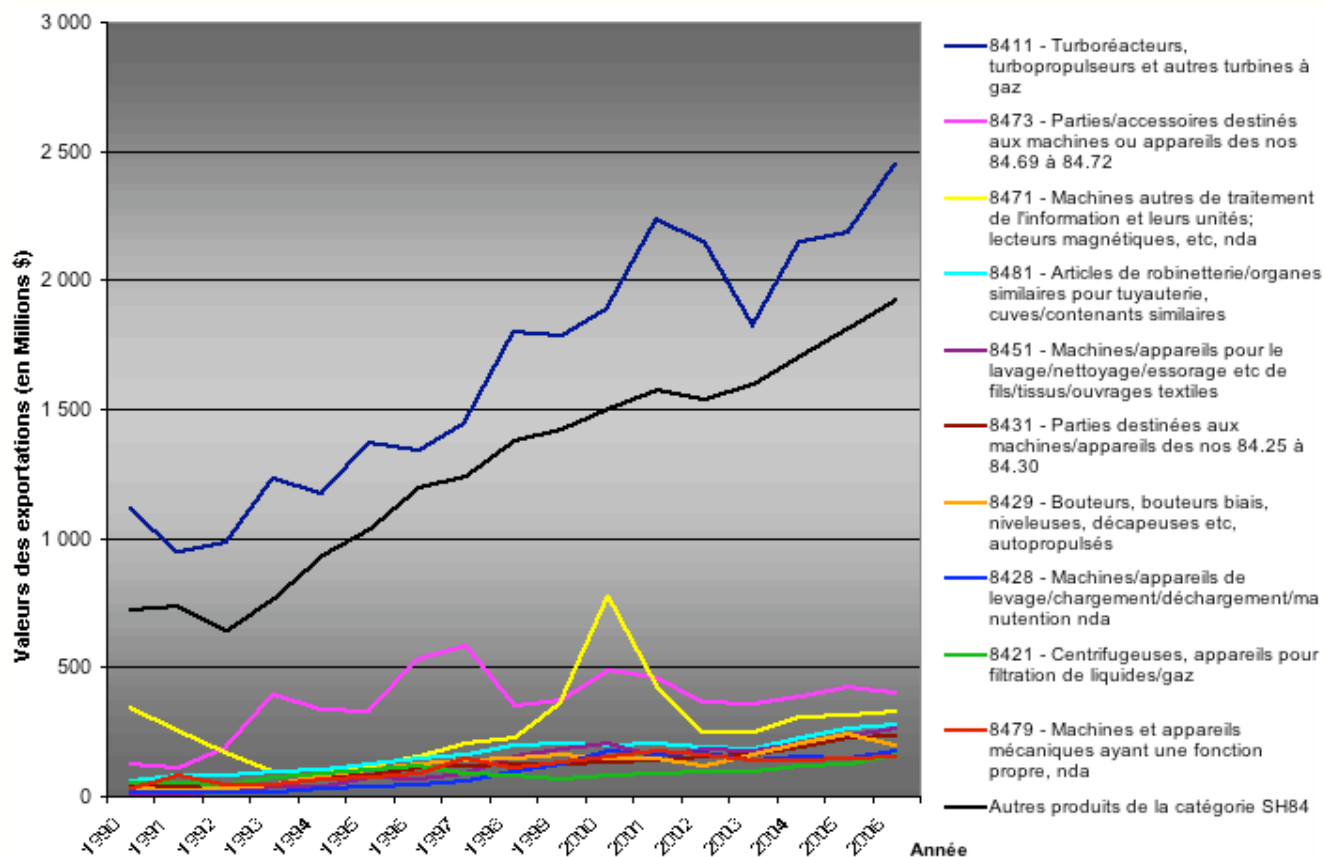
Tableau 1.6 Exportations québécoises de *Turboréacteurs, turbopropulseurs et autres turbines à gaz* (SH8411)

Code SH	Produits	Valeur des exportations en 2006 (en Millions \$)
841111	Turboréacteurs - poussée <26kn	176
841112	Turboréacteurs - poussée >25kn	483
841121	Turbopropulseurs - puissance <1101kw	395
841122	Turbopropulseurs - puissance >1100kw	204
841181	Turbines à gaz nda - puissance <5001kw	23
841182	Turbines à gaz nda - puissance >5000kw	118
841191	Parties de turboréacteurs ou de turbopropulseurs	1 014
841199	Parties de turbines à gaz nda	32
SH8411	Sous-total	2 446
SH84	Total	6 688

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », Strategis.gc.ca, 31 mars 2007.

La **Figure 1.15** nous permet de constater combien la progression des exportations des diverses sous-catégories de chaudières, machines, appareils et engins mécaniques a été stable, sauf en ce qui a trait aux codes 8471 et 8473 qu'il convient d'explorer davantage. La poussée subite de *Machines autres de traitement de l'information et leur unités, lecteurs magnétiques, etc.* (SH8471), qui a eu lieu en 2000, s'explique essentiellement par celle d'un seul produit : les exportations de *Machines automatiques de traitement de l'information* (SH847180) ont explosé pour atteindre 554 M\$ en 2000, et ensuite revenir progressivement jusqu'à 44M\$ en 2006.

Figure 1.15 Évolution de la composition des exportations québécoises de SH84 - Réacteurs nucléaires chaudières, machines, appareils et engins mécaniques



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Dans le titre du code SH 8473, soit les *Parties/accessoires destinés aux machines ou appareils des nos 84.69 à 84.72* (SH8473), les « nos 84.69 à 84.72 » réfèrent à d'autres codes SH. Le code en question désigne donc des parties et accessoires de ces autres produits qui sont des ordinateurs (*Machines de traitement de l'information*), des *Machines à écrire et pour le traitement de texte*, des *Machines à calculer autre machines/appareils de bureau*. Plus de 97% des exportations de cette sous-catégorie (386 M\$ sur 399M\$ en 2006) sont dues aux ventes de *Parties et accessoires de machines automatiques de traitements de l'information* (SH847330).

Le secteur de l'informatique est donc tout de même passablement important au Québec (724M \$ en 2006), mais il reste néanmoins loin derrière celui de l'Ontario qui a exporté pour 3MM\$, en 2006, soit 73% des exportations canadiennes dans ce secteur²⁸. La part du Québec s'établit actuellement à 18% des exportations canadiennes – ce qui est représentatif de sa part totale des ventes canadiennes à l'étranger tout produit confondu. Elle a aussi récupéré substantiellement depuis 1995, lorsqu'elle ne s'élevait qu'à 6% : en deux années, les exportations de l'Ontario avaient alors été multipliées par deux pour atteindre 7 MM\$.

²⁸ Pour ce calcul, nous avons regroupé les codes SH8471 et SH8473.

Le secteur de la machinerie, des engins et des appareils mécaniques en tout genre est caractérisé par une forte diversification et une croissance très stable apparemment moins sensible aux chocs et aux ralentissements économiques, ce qui peut probablement s'expliquer par le fait qu'il s'agit le plus souvent de moyens de productions et non de produits de consommation. Il y a manifestement dans les turboréacteurs et autres turbopropulseurs un marché de niche qui ne tarit pas et où le Québec excelle avec des exportations importantes qui supplantent largement celles de l'Ontario (670M\$).

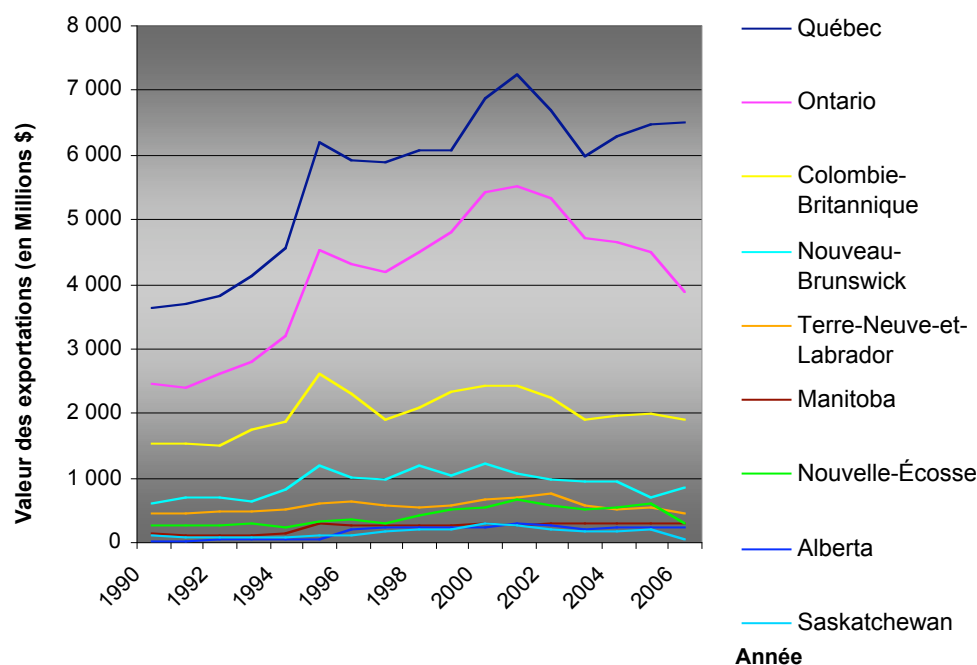
4.4 Les Papiers et cartons, ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton

Les pâtes et papiers sont un secteur traditionnellement important pour le Québec où ils ont contribué à façonner le patrimoine et l'histoire industrielle de ses régions et continuent encore aujourd'hui d'être une source d'emploi importante. Le Québec exportait, en 2006, pour 6,5 MM\$ de papiers, cartons et autres produits du même genre (SH48 – *Papiers et cartons, ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton*). De ce montant, 5,6MM\$ étaient vendus aux EUA (86% des ventes à l'étranger), tandis que le Canada dans son ensemble exportait pour 14,2 MM\$, dont 11,8MM\$ allaient au seul marché états-unien.

La part du Québec dans les exportations canadiennes de pâtes, cartons et papiers était, en 2006, de 45%, contre 27% pour l'Ontario et 13% pour la Colombie-Britannique. La **Figure 1.16** nous permet toutefois de constater que, depuis 1990, les principales variations qui ont affecté les exportations de pâtes et papiers ont apparemment été ressenties de la même façon par toutes les provinces. La croissance des exportations québécoises dans ce secteur (80% d'augmentation de 1990 à 2006) est la plus importante du groupe des cinq premières provinces exportatrices²⁹.

²⁹ La croissance des exportations de l'Ontario, de la Colombie-Britannique, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve-et-Labrador a été respectivement de 59%, 23%, 41% et 3%.

Figure 1.16 Exportations canadiennes de papiers, cartons et autres ouvrages de pâtes et papiers (SH48) – par province



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Fait relativement exceptionnel, le second pays à recevoir les plus importantes livraisons de papiers et cartons québécois est le Brésil qui, avec 139M\$ ou 2,14% des exportations totales de ce secteur, devance la France (85M\$) et le Royaume-Uni (82M\$). Le Mexique, la Colombie, Cuba et le Venezuela sont respectivement 11^e, 12^e, 15^e et 18^e en importance. L'Amérique latine dans son ensemble représente des ventes de 241M\$, c'est-à-dire 3,72% de toutes les exportations québécoises de SH48.

Même si les exportations vers le Brésil ont beaucoup perdu par rapport au sommet de 200 M\$ atteint en 1995, elles auront malgré tout connu une croissance de 472%, de 1990 à 2006. Durant la même période, alors que la zone latino-américaine dans son ensemble voyait ses livraisons de pâtes et papiers québécois croître de 184%, le Mexique ne connaissait que 4% d'augmentation de ces livraisons, tandis que celles à destination de la Colombie perdaient 24 %.

Les produits qui constituent le cœur des exportations de pâtes, papiers et cartons, ce sont d'abord le *Papier journal en rouleaux ou feuilles* (SH4801³⁰) avec des ventes de 2 401 M\$ en 2006 (37% de la catégorie). Viennent ensuite les *Papiers/cartons pour l'écriture* (SH4802³¹) avec 1 719 M\$ (26%), les *Papiers et cartons couchés au kaolin* (SH4810) avec 741 M\$ (11%), divers *Papiers hygiéniques d'usage domestiques* (SH4818) avec 451 M\$ (7%) et quelque dix-huit autres catégories³². Les

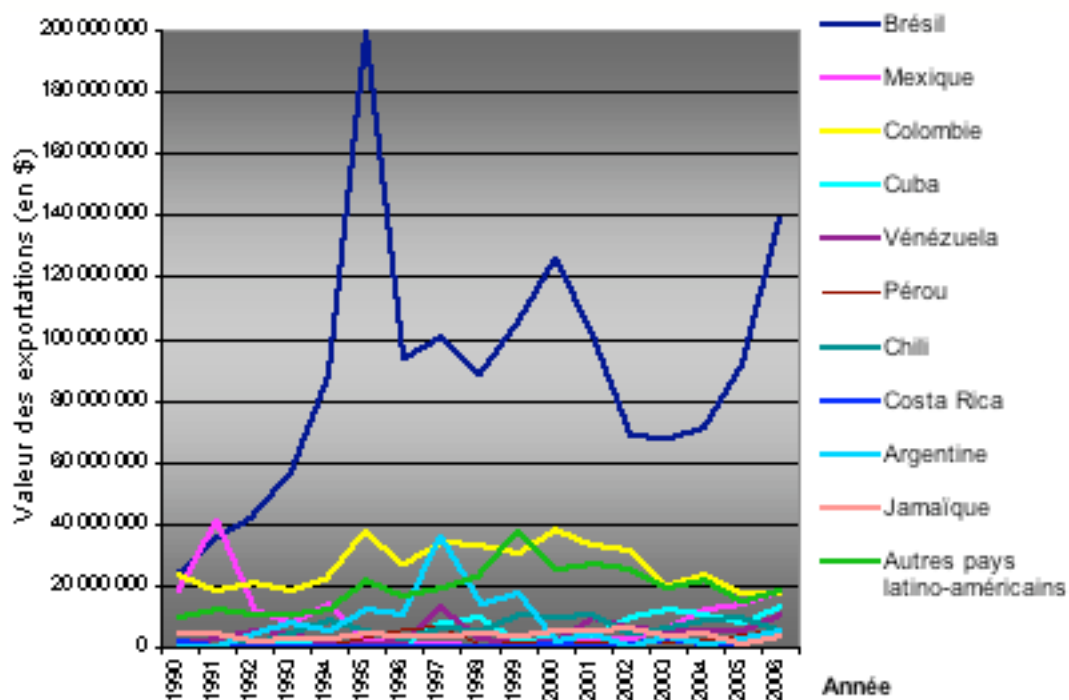
³⁰ Cette sous-catégorie SH4 ne contient qu'un seul code SH6 et n'est donc constituée que de papier journal.

³¹ Papiers/cartons non couchés pour l'écriture, en rouleaux/feuilles; papiers à la main.

³² Parmi les plus importantes sous-catégories restantes, on trouve : SH 4804 – *Papiers/cartons kraft, non couchés, en rouleaux/feuilles (autre que nos 48.02 ou 48.03)* à 318 M\$; SH 4819 - *Boîtes, sacs/autres emballages en papier, carton;*

ventes de papier journal n'ont pas augmenté par rapport au niveau de 1990 (2 411M\$) et ont même perdu beaucoup de terrain par rapport au sommet de 3 462M\$, atteint en 1995. Parallèlement, les ventes de papiers/cartons pour l'écriture, qui n'étaient que de 631 M\$ en 1990, ont connu une croissance de 172% de 1990 à 2006. Si les exportations vers les EUA sont assez diversifiées, celles vers le Brésil sont composées à 98% de papier journal.

Figure 1.17 Exportations québécoises de papiers, cartons et autres ouvrages de pâtes et papiers (SH48) à destination de l'Amérique latine.



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

4.5 Les Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques

Quelques remarques rapides s'imposent à propos du secteur des *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH 85). Nous avons vu dans la [Figure 1.7](#) que cette catégorie a occupé, et de loin parfois, le premier rang des catégories de produits exportés, entre 1996 et 2000, avec notamment un sommet exceptionnel de 13,3MM\$ en 2000.

La [Figure 1.18](#) illustre autant la volatilité que les sommes exceptionnelles qu'il est possible d'exporter dans ce secteur avec un nombre restreint de produits. Ces cinq produits³³ – trois types de

cartonnages de bureau, magasin à 259 M\$; SH 4805 - *Papiers et cartons, non couchés ni enduits, en rouleaux/feuilles* à 152 M\$; Sh 4811 - *Papiers, carton, ouate de cellulose, couchés, enduits etc, en rouleaux/feuilles* à 134 M\$.

³³ Il est à noter que la classification dans cette catégorie a subi les modifications suivantes au cours des années :

851750 - Code en vigueur à partir de 1996, supprimé en 2007 - 1990-95 : compris sous le code 851740;

854211 - Code supprimé à partir de 1996 - Après 1995 : compris sous les codes 854212, 854213 et 854214; Après

2001: compris sous le code 854210;

circuits numériques, des appareils de télécommunications et des parties d'appareil de téléphonie – ont toujours constitué au moins 50% des exportations de *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH85) depuis 1992, une part qui atteignait plus de 70 % entre 1996 et 2000.

Ensuite, second élément important à noter à partir de la **Figure 1.19**, le Québec a été la principale province exportatrice d'appareils et matériels électriques et électroniques à deux occasions depuis 1990 (1991 et 2000). Mais alors que les ventes de l'Ontario n'ont pas cessé de croître pour atteindre 13,3 MM\$ en 2006, celle du Québec ont connu un déclin considérable depuis l'année charnière de 2001, chutant de 13,3 MM\$ à 4,5 MM\$.

Parmi les éléments d'explication qui peuvent être avancés, notons seulement que les années 2000 et 2001 étaient celles des succès de Nortel qui dominait alors le marché³⁴. Depuis 2000, cette entreprise aurait aboli 5450 postes au Québec³⁵. La dernière usine de Nortel dans la province a été vendue en 2005 à une entreprise de Singapour, *Flextronics International*³⁶, qui approvisionne toujours Nortel en composantes d'appareil de télécommunications. Moins de neuf mois après avoir pris possession de l'usine, une partie de la production était délocalisée vers le Mexique et la Pologne³⁷. En 2007, 300 mises à pied supplémentaires (sur un total de 800 employés) était annoncées³⁸. Pour le reste, à l'instar des marchés financiers qui les ont affectés particulièrement au cours des années, les secteurs liés aux technologies restent apparemment des paris parfois incertains.

854213 - Code en vigueur à partir de 1996, supprimé en 2002 - 1990-95 : compris sous le code 854211; Après 2001 : compris sous le code 854210;

854221 - Code en vigueur à partir de 2002, supprimé en 2007 - Avant 2002 : compris sous les codes 854213, 854214 et 854219.

Conséquent, ce sont en réalité quatre et non pas cinq produits, puisque le SH854211 a été remplacé par le SH854213 en 1996. Les autres codes SH mentionnés dans ces modifications et qui ne figurent pas dans la Figure 1.18 ne représentent que des montants négligeables ou nuls.

³⁴ Pour un court aperçu de la domination de Nortel à l'époque voir : Charles Côté, « Lucent chute, consacrant la victoire de Nortel », *La Presse*, vendredi 22 décembre 2000, p. D1.

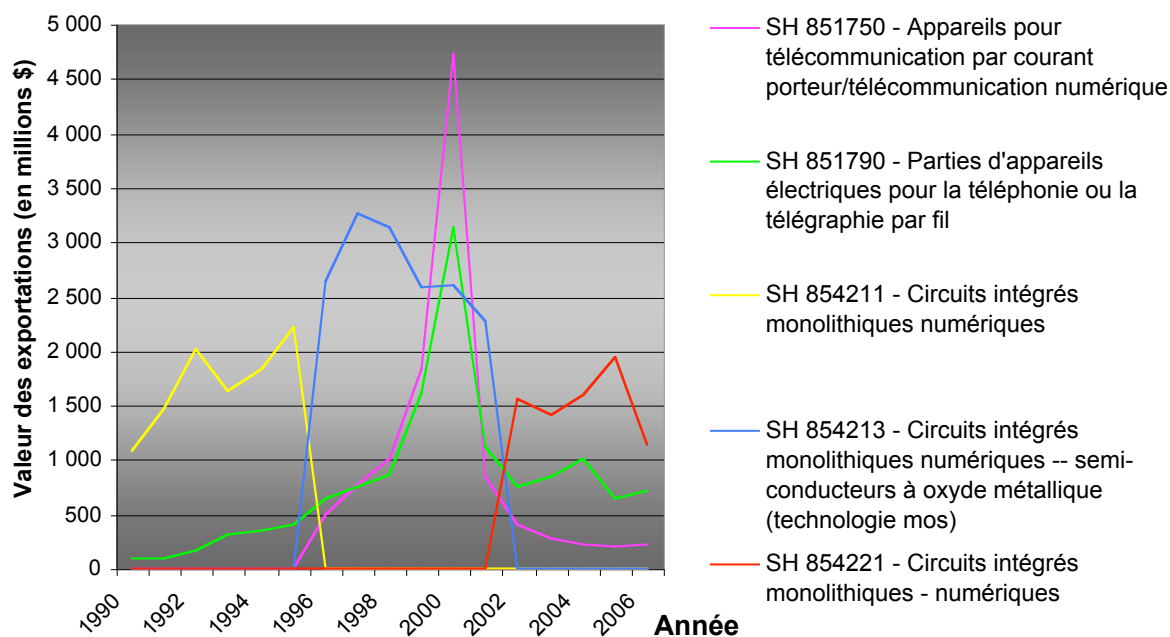
³⁵ Étienne Couture, « Fermetures d'usines : que ferez-vous une fois élu ? », *Le Devoir*, Libre-opinion, Mercredi 21 février 2007. L'auteur est ingénieur et président du Réseau des ingénieurs du Québec.

³⁶ Sur son site internet, l'entreprise mentionne parmi les points qui font sa force le fait que sa production est située majoritairement dans des « low-cost regions such as Mexico, Brazil, Poland, Hungary, China, India, Malaysia and other parts of Asia ». Flextronics International, « About us », site internet officiel, visité le 27 avril 2007, <http://www.flextronics.com/en/AboutUs/Backgrounder/tabid/62/Default.aspx>.

³⁷ Jérôme Plantevin, « Flextronics commence à vider son usine montréalaise : L'acquéreur de l'usine de Nortel transfère une partie de sa production vers le Mexique et la Pologne », *Les Affaires*, Samedi 15 octobre 2005, p. 22

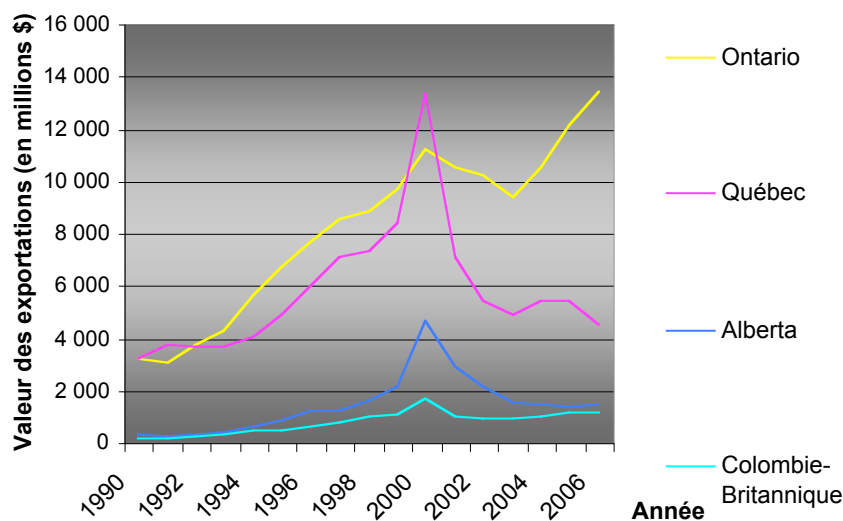
³⁸ Alain Bisson, « Montréal: Flextronics prépare 300 mises à pied », *Le Journal de Montréal*, 24 janvier 2007.

Figure 1.18 Principales exportations québécoises de machines, appareils et matériels électriques ou électroniques (SH85)



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Figure 1.19 Exportations de machines, appareils et matériels électriques ou électroniques (SH85) – par province



Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

CONCLUSION

Depuis le début des années 2000, le paysage du commerce des provinces canadiennes avec les EUA connaît une transformation considérable. Alors que l'Alberta et les autres provinces principalement exportatrices de matières premières et/ou de pétrole voient leurs livraisons en territoire états-unien augmenter, le Québec et l'Ontario doivent composer avec un dollar canadien qui a connu une forte appréciation – laquelle hausse est justement due aux prix élevés des ressources naturelles sur les marchés internationaux – qui nuit à la compétitivité de leurs exportations manufacturières. C'est particulièrement le cas aux EUA, qui absorbent plus de 80% des exportations canadiennes et où ces exportations sont de plus en plus concurrencées non seulement par le Mexique, mais également par la Chine. Conséquemment, depuis 2000, les exportations du Québec et de l'Ontario ont connu des reculs en termes absolus et leur part du total des exportations canadiennes a diminué au profit de l'Alberta, de la Saskatchewan, du Manitoba et du Nouveau-Brunswick qui ont vu leurs ventes à l'étranger augmenter de manière significative.

Si le Québec a pu maintenir une meilleure performance au niveau de ses exportations que l'Ontario, comme nous l'avons vu dans la toute première section, c'est en bonne partie grâce à ses relations commerciales avec le reste du monde qui sont proportionnellement plus importantes et qui ont connu une croissance notable. De 2000 à 2006, période où la saignée a été la plus importante, les ventes de l'Ontario aux EUA ont perdu 22 MM\$, alors que ses livraisons au reste du monde ne gagnaient que 13 MM\$. De son côté, le Québec a également perdu 6,5 MM\$ d'exportations destinées aux EUA, mais il en a regagné 5,5 MM\$ avec les autres pays de la planète. Globalement, en 2006, le Québec avait récupéré 99% de son niveau d'exportation de l'année 2000 et l'Ontario 96%.

L'Europe – où le Québec exporte davantage que n'importe quelle autre province – et l'Asie, avec évidemment la Chine au premier plan, ont certainement constitué des destinations de choix pour les marchandises québécoises depuis le début des années 2000. Mais, depuis 2003, année où la croissance des exportations a redémarré, l'Amérique latine est clairement parmi les destinations avec lesquelles le Québec a fait les meilleures affaires.

L'Amérique latine, en 2006, c'est 2MM\$ d'exportations et 2,72% des ventes du Québec à l'étranger, alors que le Royaume-Uni, second partenaire commercial après les EUA, compte pour 2,20%. L'Amérique latine, c'est également une hausse de plus d'un milliard des exportations québécoises depuis 2003 : 414 M\$ de plus pour le Mexique, 209 M\$ pour le Brésil et 400 M\$ de plus pour les autres pays du continent. Le Mexique est aujourd'hui le 8^e partenaire commercial du Québec (738M\$), situé tout juste derrière la Chine (887 M\$). En somme, dans la mesure où l'on considère important de diversifier les marchés d'exportation, le Mexique, le Brésil, et le reste de l'Amérique latine figurent clairement parmi les partenaires commerciaux les plus cruciaux pour le Québec.

Les régressions considérables des exportations québécoises du début de la décennie sont principalement dues aux reculs observés dans les ventes de *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH85) avec une chute de 8,8 MM\$ depuis 2000, et celles d'avions et autres produits de navigation aérienne qui ont perdu 2 MM\$ depuis 2003. Cependant, il faut noter que, sauf peut-être pour ce qui est de l'aluminium, tous les secteurs d'exportations ont connu des stagnations et/ou des reculs à cette époque.

L'aluminium, qui avait toujours été un secteur important de production pour l'économie québécoise, est aujourd'hui le premier produit d'exportation du Québec, grâce notamment à une croissance considérable des ventes depuis 2004. Devant l'appétit apparemment insatiable des EUA pour l'aluminium brut (produit le moins affecté par le ralentissement du début 2000), il semble que le Québec pourra compter encore longtemps sur les performances de ce secteur. Malgré des chutes importantes depuis 2001-2003, les ventes du secteur de l'aéronautique restent extrêmement importantes également et elles continuent d'être le second secteur d'exportation. L'aluminium et l'aéronautique sont certainement les deux industries où le Québec occupe les places les plus avantageuses sur l'échiquier mondial dans leur marché respectif.

Nonobstant certains reculs et ralentissements, les papiers et cartons (SH48) ont également préservé un place de choix parmi les exportations du Québec. Fait notable, du point de vue des relations avec l'Amérique latine, le Brésil est le second client en importance pour le Québec, après les EUA. Plusieurs autres pays du continent latino-américain figurent également en position avantageuse au point d'accaparer presque 4% des livraisons de pâtes et papiers.

Le secteur des *Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques* (SH85) est celui qui a connu la chute la plus importante, perdant presque 9 MMS\$ entre 2000 et 2006, après avoir atteint des sommets inégalés. Dans ce secteur où le Québec exportait surtout des circuits et des composants d'appareils de télécommunications, il a rivalisé avec l'Ontario au cours de toute la décennie précédente pour le titre de principale province exportatrice. Mais alors que les ventes de l'Ontario dans ce secteur n'ont pas cessé de croître pour aujourd'hui atteindre 13,3 MMS\$, celles du Québec ont connu un effondrement drastique depuis l'année charnière de 2001, avec pour résultat qu'elles ne représentent plus aujourd'hui que le tiers de celles de son voisin.

Enfin, le secteur des *Réacteurs nucléaires; chaudières, machines, appareils et engins mécaniques* (SH 84) est celui qui, après l'aluminium, a maintenu l'une des croissances les plus stables. Fortement diversifiée dans sa composition, sa performance est surtout imputable aux ventes de turbopropulseurs, dont la hausse a été constante, alors que celles des produits liés à l'informatique appartenant à cette catégorie ont été beaucoup plus volatiles.

En somme, le Québec est, plus que jamais, une économie ouverte, mais les défis qui se posent à ses industries d'exportations semblent aujourd'hui encore plus grands qu'hier. Il ne fait pas de doute, dans ces conditions, que le recours à des démarches plus agressives et ciblées, ainsi qu'une meilleure connaissance des avantages de ses principaux concurrents, sont indispensables non seulement pour assurer et consolider les acquis, mais surtout, pour accroître la présence de ses entreprises sur les principaux marchés d'exportation. On doit souligner, à cet égard, l'extraordinaire efficacité du modèle de consultation instauré aux EUA en matière commerciale entre le gouvernement et les milieux des affaires par le bureau du Représentant au commerce (*United States Trade Representative*) qui maintient une consultation permanente entre les deux et dont toute la démarche vise essentiellement à soutenir, à appuyer et à défendre les stratégies des firmes en direction de leurs marchés internationaux, sans pour autant perdre de vue l'exploration de nouveaux marchés et de nouveaux débouchés.

ANNEXE

Tableau 2.1 Exportations québécoises et canadiennes dans le continent américain

Années	QUÉBEC				Proportion du total des exportations québécoise en 2006	CANADA					
	2005		2006			2005		2006			
	Valeur des exportations (Milliers de \$)	Rang**	Rang**	Rang**		Rang**	Rang**	Proportion Québec/Canada			
Pays de destination											
Monde	71 020 452		73 329 900		100%	436 225 869		439 500 423		16,28%	16,68%
États-Unis	57 463 459		56 902 153		77,60%	365 764 514		358 739 010		15,71%	15,86%
Amérique latine	1 354 826		1 994 691		2,72%	8 417 667		10 134 501		16,10%	19,68%
Mexique	395 943	1	737 508	1	1,01%	3 365 575	1	4 379 240	1	11,76%	16,84%
Brésil	239 111	2	364 165	2	0,50%	1 103 169	2	1 337 777	2	21,67%	27,22%
Cuba	76 715	5	128 839	3	0,18%	447 986	5	512 141	4	17,12%	25,16%
Colombie	88 584	3	96 837	4	0,13%	448 191	4	508 719	5	19,76%	19,04%
Venezuela	63 440	6	92 976	5	0,13%	687 387	3	785 371	3	9,23%	11,84%
Chili	82 996	4	82 205	6	0,11%	418 698	6	475 891	6	19,82%	17,27%
République dominicaine	54 218	7	69 698	7	0,10%	145 294	13	163 006	11	37,32%	42,76%
Trinidad et Tobago	49 720	8	59 440	8	0,08%	159 218	11	196 200	8	31,23%	30,30%
Argentine	40 322	9	54 033	9	0,07%	174 270	8	192 259	9	23,14%	28,10%
Antigua et Barbuda	9 971	20	36 613	10	0,05%	18 545	26	70 572	16	53,77%	51,88%
Jamaïque	27 391	12	35 621	11	0,05%	152 758	12	152 916	13	17,93%	23,29%
Pérou	29 343	11	35 146	12	0,05%	264 395	7	288 279	7	11,10%	12,19%
Panama	21 672	13	31 797	13	0,04%	60 130	18	83 835	14	36,04%	37,93%
Équateur	10 032	18	18 524	14	0,03%	159 704	10	158 039	12	6,28%	11,72%
Costa Rica	13 293	16	15 834	15	0,02%	85 027	14	68 168	17	15,63%	23,23%
Barbade	17 235	14	15 273	16	0,02%	61 312	17	65 451	18	28,11%	23,33%
El Salvador	9 977	19	12 010	17	0,02%	55 729	19	50 429	20	17,90%	23,82%
Antilles néerlandaises	8 384	22	11 944	18	0,02%	20 381	24	25 617	25	41,13%	46,63%
Bermudes	13 989	15	11 814	19	0,02%	78 911	15	77 521	15	17,73%	15,24%
Haïti	8 835	21	10 695	20	0,01%	33 761	21	30 942	23	26,17%	34,56%
Guatemala	11 280	17	9 585	21	0,01%	173 049	9	183 871	10	6,52%	5,21%
Bahamas	32 072	10	9 154	22	0,01%	66 528	16	57 730	19	48,21%	15,86%
Turks et Caïcos	3 713	27	8 456	23	0,01%	8 733	33	13 674	29	42,52%	61,84%
Honduras	7 482	23	7 502	24	0,01%	44 366	20	37 255	22	16,86%	20,14%
Bélize	3 873	26	4 211	25	0,01%	7 203	36	10 122	33	53,77%	41,60%
Caïmans, îles	3 361	28	3 462	26	*	24 836	22	37 821	21	13,53%	9,15%
Bolivie	3 325	29	3 297	27	*	16 003	28	26 081	24	20,78%	12,64%
Nicaragua	3 261	30	3 255	28	*	19 576	25	18 368	28	16,66%	17,72%
Suriname	4 066	24	3 134	29	*	11 325	30	10 216	32	35,91%	30,68%
Dominique	1 984	35	2 806	30	*	5 076	38	6 116	38	39,09%	45,88%
Grenade	3 051	31	2 755	31	*	7 907	34	7 400	36	38,58%	37,23%
Uruguay	3 985	25	2 713	32	*	23 886	23	24 139	27	16,68%	11,24%
Aruba (île)	2 497	32	2 567	33	*	12 523	29	10 030	34	19,94%	25,59%
Guyana	2 301	33	2 354	33	*	16 709	27	24 334	26	13,77%	9,67%
Paraguay	1 443	37	2 174	34	*	10 083	31	6 663	37	14,31%	32,63%

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

** Rang parmi les pays d'Amérique latine. * La proportion est inférieure à 0,01%. Aucune exportation québécoise n'a été enregistrée pour la Guadeloupe, la Martinique et la Guyane française. Celles à destination de Sainte-Lucie, Saint-Vincent-Grenadines, les Îles Vierges britanniques, St-Kitts-et-Névis, d'Anguilla, Montserrat et des Îles Falkland, s'élevaient à moins de deux millions de \$ et ont donc été omises pour alléger le tableau.

Tableau 2.2 Les vingt-cinq principaux produits d'exportation québécois (Code sh6)

Code SH6	Produits	Valeurs des exportations (en millions \$)
880240	Avions/véhicules aériens - poids à vide >15000kg	3 332 205
760120	Alliages d'aluminium sous forme brute	3 086 570
760110	Aluminium sous forme brute, non allié	3 070 600
880230	Avions/véhicules aériens - poids à vide 2001-15000kg	2 443 418
480100	Papier journal - rouleaux/feuilles	2 400 539
740811	Fils de cuivre affiné - section transversale excédant 6mm	1 372 526
480261	Papiers fins (> 10% pâte mécanique) - rouleaux, non couchés	1 267 722
740311	Cathodes et sections de cathodes, en cuivre affiné sous forme brute	1 265 624
440710	Bois d'œuvre - conifères - épaisseur >6mm	1 161 416
854221	Circuits intégrés monolithiques - numériques	1 130 024
841191	Parties de turboréacteurs ou de turbopropulseurs	1 013 883
271019	Huiles de pétrole ou de minéraux bitumineux - non brutes - autres que huiles légères	914 412
271600	Énergie électrique	858 046
851790	Parties d'appareils électriques pour la téléphonie ou la télégraphie par fil	708 515
260112	Minerais de fer et concentrés - sauf pyrites (cendres) – agglomérés	696 344
760612	Tôles/bandes - alliage d'aluminium - forme carrée/rectangulaire (>0,2mm)	687 988
880529	Simulateurs de vol et appareil d'entraînement aériens au sol	629 548
841112	Turboréacteurs - poussée >25kn	483 139
441890	Ouvrages de menuiserie et pièces de charpente pour construction nda - bois	470 139
20329	Viande de l'espèce porcine - congelée	450 013
730890	Constructions et parties de construction (a/q préfabriquées) nda - fer/acier	440 692
291736	Acide téréphtalique et ses sels	437 374
870423	Camions - moteur diesel/semi-diesel - charge maximale >20 tonnes	425 351
880330	Parties pour avions ou hélicoptères, nda	421 389
790111	Zinc non allié sous forme brute (>99,98% zinc)	407 796
	Sous-total	29 575 273
	Autres	43 754 627
	TOTAL (tous les produits)	73 329 900

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Tableau 2.3 Regroupement des exportations québécoises de produits manufacturés – année 2006

Code SH et nom de la catégorie de produit	Valeur des exportations en 2006
88 - Navigation aérienne ou spatiale	7 470
84 - Réacteurs nucléaires chaudières, machines, appareils et engins mécaniques	6 688
85 - Machines, appareils et matériels électriques ou électroniques	4 497
87 - Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres	2 891

94 - Meubles et articles de literie Lampes et enseignes lumineuses constructions préfabriquées	1 597
90 - Instruments médico-chirurgicaux, d'optique, de mesure et autres similaires	1 175
62 - Vêtements et accessoires du vêtements, autres qu'en bonneterie (tissés)	522
SOUS-TOTAL	24 840
TOTAL (TOUS LES PRODUITS)	73 330

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.

Tableau 2.4 Regroupement des exportations québécoises de diverses matières premières peu ou pas transformées - année 2006

Code SH et nom de la catégorie de produit	Valeur des exportations en 2006
76 - Aluminium et ouvrages en aluminium	8 328
48 - Papiers et cartons ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton	6 490
44 - Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	3 640
74 - Cuivre et ouvrages en cuivre	2 963
27 - Combustibles minéraux et matières bitumineuses, huiles et cires minérales	2 348
72 - Fonte, fer et acier	1 365
73 - Ouvrages en fonte, fer ou acier	1 308
02 - Viandes et abats comestibles	1 149
26 - Minerais, scories et cendres	1 141
47 - Pâte de bois ou d'autres matières fibreuses cellulosiques papier ou carton à recycler	1 005
29 - Produits chimiques organiques	857
28 - Produits chimiques inorganiques composés de métaux précieux et d'éléments radioactifs	725
79 - Zinc et ouvrages en zinc	703
71 - Perles, pierres gemmes, métaux précieux, monnaies et bijouterie	654
SOUS-TOTAL	32 675
Total	73 330

Source : D'après les données de Statistique Canada disponibles via Industrie Canada, « Données sur le commerce en direct : Commerce par produit (SH) - codes SH », *Strategis.gc.ca*, 31 mars 2007.