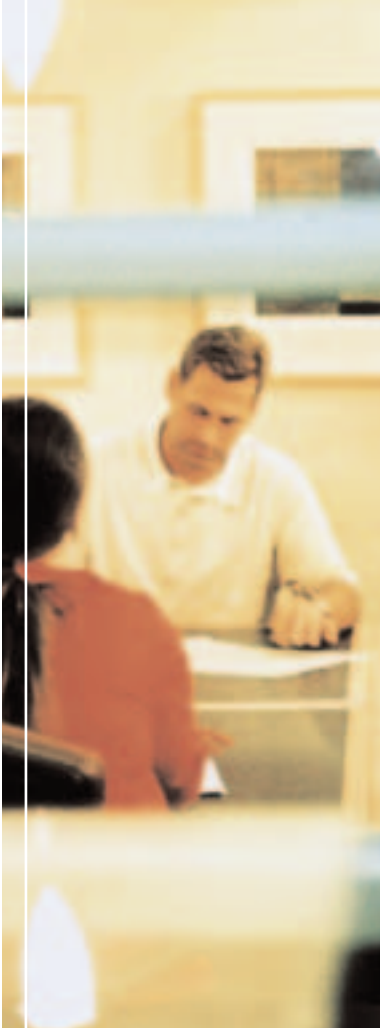


Février 2005

# Étude

# de diversification des marchés

pour les entreprises du secteur  
de la construction non résidentielle  
du Québec



**World Trade Centre**  
Montréal



>> > UNE DIRECTION DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN

Présentée à :



*Association de la construction  
du Québec*

Dans le cadre d'une entente de partenariat financée par :



Développement  
économique Canada

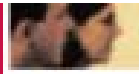
Canada Economic  
Development

**Canada**

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain compte quelque 7 000 membres. Sa mission est de représenter les intérêts de la communauté des affaires de l'agglomération urbaine de Montréal et d'offrir une gamme intégrée de services spécialisés aux individus, aux commerçants et aux entreprises de toutes tailles de façon à les appuyer dans la réalisation de leur plein potentiel en matière d'innovation, de productivité et de compétitivité. La Chambre est le plus important organisme privé au Québec voué au développement économique.

À noter :

- Le présent document porte sur des données d'avant le 1<sup>er</sup> novembre 2004.
- La reproduction intégrale ou en partie de ce document est permise à condition d'en citer clairement la source.



## Sommaire exécutif

Le secteur de la construction n'échappe pas à la mondialisation et il est essentiel pour les entreprises québécoises de la construction non résidentielle d'approfondir leurs connaissances des tendances mondiales de l'industrie et des marchés en dehors des États-Unis, afin de répartir le risque et de profiter des occasions d'affaires attrayantes. Plus que jamais, les entreprises québécoises de la construction non résidentielle doivent exploiter leurs forces et prendre en considération leurs faiblesses pour jouir d'une meilleure position et profiter de ces marchés de plus en plus concurrentiels, mais aussi plus accessibles qu'auparavant. Consciente de cet état de fait, l'Association de la construction du Québec, appuyée par Développement économique Canada, a donc demandé au World Trade Centre Montréal d'effectuer la présente étude de diversification des marchés pour les entreprises du secteur de la construction non résidentielle du Québec.

Peu d'études se sont intéressées à cette industrie qui, pourtant, si elle était bien encadrée, permettrait des réussites importantes à l'international et serait génératrice de revenus et d'un apprentissage novateur pour l'industrie québécoise. C'est pourquoi un portrait en a été dressé afin de mieux faire ressortir les forces et les faiblesses des entreprises quant à leur potentiel d'exportation. Cette analyse démontre que le Québec est bien positionné pour se tailler une place sur les marchés internationaux. En effet, le Québec dispose de toute l'expertise pour œuvrer dans ce secteur compte tenu de la diversification des segments et des projets effectués à ce jour. Mais pénétrer les marchés internationaux n'est pas sans défis. Les entrepreneurs devront non seulement continuer à adopter des produits innovants, mais également innover au sein de leur entreprise :

- en améliorant leurs compétences et leur processus de gestion;
- en développant des partenariats pour créer des groupes plus forts à l'international avec les firmes de génie-conseil, des clients, des professionnels, des fournisseurs, des firmes de services ou des entreprises complémentaires de la construction;
- en adoptant des solutions d'affaires appuyées par les technologies de l'information.

Les entreprises québécoises devront avoir davantage recours à la constitution de consortiums et de partenariats pour percer à l'international afin de contrecarrer l'absence de grandes firmes intégrées en architecture/génie-conseil/construction. L'innovation continue devrait permettre aux entrepreneurs d'améliorer leur productivité et, par conséquent, leur compétitivité sur les marchés mondiaux.

De plus, l'analyse des marchés a permis de confirmer de fortes tendances en matière de partenariats public-privé, de projets de type construction-possession-transfert (*Build Operate Transfer – BOT*) et de demande pour des produits novateurs.

L'analyse des marchés a également permis de faire ressortir ceux au potentiel élevé, intéressant et limité. Le Brésil, le Chili, la Chine et la République Tchèque sont les marchés les plus prometteurs en raison de leur potentiel de croissance économique et des perspectives quant à la construction non résidentielle. Suivent ensuite sept marchés à potentiel intéressant et 16, à potentiel limité.

Dans chacun de ces marchés, les entreprises auront à saisir des occasions et à faire face à des menaces et la stratégie à adopter pour les pénétrer devra être ajustée en fonction des forces et des faiblesses de chaque type d'entreprise. Ainsi, une stratégie offensive sera adoptée par :

- les entreprises offrant des produits innovants qui viseront en priorité les marchés industrialisés;



- les entreprises fabricant des produits de qualité sur mesure qui cibleront en priorité les petits marchés émergents;
- les entrepreneurs ayant les capacités à exporter qui se positionneront initialement au Brésil.

Cependant, une stratégie de redressement devra être adoptée par les entreprises qui ne répondent pas aux grandes tendances de la demande sur les marchés mondiaux, ce qui est particulièrement vrai pour les entreprises de services qui devront élargir leur expertise et accroître leur taille en plus d'implanter des processus d'amélioration continue.

Le plan d'action de l'ACQ, qui découle des occasions d'affaires identifiées sur les marchés et des stratégies pour les exploiter, se résume en quatre grandes thématiques :

- 1. Développement des marchés pour les manufacturiers de produits et les entreprises de services**
- 2. Sensibilisation des entreprises du secteur de la construction non résidentielle aux tendances mondiales de l'industrie et aux facteurs de succès sur les marchés mondiaux**
- 3. Sensibilisation des entreprises du secteur de la construction non résidentielle aux possibilités de partenariats avec des conseillers et des entreprises des marchés comptant des barrières à l'entrée élevées**
- 4. Influence et prises de position**

Le World Trade Centre Montréal, l'équipe d'experts en commerce international de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, propose de poursuivre sa collaboration avec l'ACQ pour la réalisation de ce plan d'action en organisant les activités de sensibilisation, de maillage et de réseautage ainsi que les missions commerciales qui y sont prévues. De plus, elle propose d'offrir ses services conseils et ses services d'accompagnement pour le développement de nouveaux marchés des entreprises de l'ACQ.

La Chambre offre des services aux entreprises dans le but d'augmenter leur potentiel en matière d'innovation et de productivité pour ainsi améliorer leur compétitivité – services qui pourraient être bénéfiques aux membres de l'ACQ. La Chambre peut également contribuer au rôle d'influence et aux prises de position qui seront choisies par l'ACQ.