



**L'industrie de fabrication  
des produits de toilette**  
Portrait de l'industrie  
et de la main-d'œuvre

COMITÉ SCIENTIFIQUE  
DE MANIPULATION  
DE LA DERMIS  
DE LA PÉRIODONTIE  
ET EN BENTON

**Rapport  
Juin 2005**

**COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DE LA  
CHIMIE, DE LA PÉTROCHIMIE ET DU RAFFINAGE**

**L'industrie de fabrication des produits de toilette  
Portrait de l'industrie et de la main-d'oeuvre**

**Rapport  
Juin 2005**

### **Publication et édition :**

Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage  
2194 avenue de La Salle, bureau 200  
Montréal (Québec) H1V 2K8  
514 251-6302 Téléphone  
514 251-2475 Télécopieur  
courriel : info@chimie.qc.ca  
www.chimie.qc.ca

### **Responsable du projet :**

Francine Jeannotte, directrice générale  
Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage

### **Production de l'étude :**

Éduconseil inc.  
Gilbert Rousseau, chargé de projet  
Lise Horth, ressource-conseil  
Sébastien Arsenault, analyste  
Catherine Bouchard, analyste  
Sarah Bernard, rédactrice-révisure

### **Comité de suivi :**

Johanne Brissette, Dermolab Pharma ltée  
Louis Dionne, Direction générale adjointe à l'intervention sectorielle, Emploi-Québec

### **Conception graphique :**

Page couverture : Alain Théroux

### **Remerciements**

Nous tenons à remercier chaleureusement les représentantes et les représentants des organismes et des entreprises de l'industrie des produits de toilette qui ont participé à l'une ou l'autre des étapes de l'étude. En particulier, toutes les personnes qui ont accepté de participer à une entrevue ou de remplir le questionnaire d'enquête. La disponibilité de chacune d'elles mérite d'être signalée. Enfin, nous tenons à exprimer notre reconnaissance envers M<sup>me</sup> Johanne Brissette et M. Louis Dionne, membres du Comité de suivi du projet ainsi qu'à toute l'équipe de production de l'étude à la société Éduconseil.

## TABLE DES MATIÈRES

<i>LISTE DES TABLEAUX</i> .....		<i>VII</i>
<i>LISTE DES FIGURES</i> .....		<i>XI</i>
<i>PRÉSENTATION</i> .....		<i>2</i>
<b><i>PARTIE I LES RÉFÉRENCES DE L'ÉTUDE</i></b> .....		<b><i>3</i></b>
<b><i>1 Le mandat</i></b> .....		<b><i>6</i></b>
<b><i>1.1 Les objectifs de l'étude diagnostique</i></b> .....		<b><i>6</i></b>
<b><i>1.2 Les données recherchées</i></b> .....		<b><i>6</i></b>
<b><i>2 La méthode</i></b> .....		<b><i>7</i></b>
<b><i>3 Les principales caractéristiques de la population visée par l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête</i></b> .....		<b><i>10</i></b>
<b><i>3.1 La population visée par l'étude et le taux de réponse</i></b> .....		<b><i>10</i></b>
<b><i>3.2 La comparaison des principales caractéristiques de la population visée et de celles des entreprises qui ont participé à l'enquête</i></b> .....		<b><i>12</i></b>
<b><i>PARTIE II LA DESCRIPTION DE L'INDUSTRIE DE LA FABRICATION DE PRODUITS DE TOILETTE ET DE LA RÉGLEMENTATION QUI LUI EST ASSOCIÉE</i></b> .....		<b><i>17</i></b>
<b><i>4 L'industrie de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>18</i></b>
<b><i>4.1 La définition de l'industrie de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>18</i></b>
<b><i>4.2 Le marché des produits de toilette</i></b> .....		<b><i>18</i></b>
<b><i>4.3 Les principales caractéristiques de l'industrie de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>21</i></b>
<b><i>4.3.1 Les principales entreprises à l'échelle mondiale</i></b> .....		<b><i>21</i></b>
<b><i>4.3.2 L'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>22</i></b>
<b><i>4.3.3 L'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>26</i></b>
<b><i>4.4 Le coût de fabrication dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>29</i></b>
<b><i>4.4.1 Les composantes du coût de fabrication des produits de toilette</i></b> .....		<b><i>29</i></b>
<b><i>4.4.2 Le salaire annuel moyen dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>31</i></b>
<b><i>4.5 Les importations et les exportations de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>32</i></b>
<b><i>5 La réglementation en vigueur dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette</i></b> .....		<b><i>38</i></b>
<b><i>5.1 Le recensement de la réglementation relative aux produits cosmétiques</i></b> .....		<b><i>38</i></b>
<b><i>5.2 La classification des produits en tant que cosmétique ou drogue</i></b> .....		<b><i>38</i></b>
<b><i>5.3 Les ingrédients utilisés dans les produits</i></b> .....		<b><i>39</i></b>
<b><i>5.4 Les conditions hygiéniques de fabrication</i></b> .....		<b><i>40</i></b>
<b><i>5.5 L'emballage et l'étiquetage</i></b> .....		<b><i>40</i></b>

5.6	Les allégations relatives aux produits cosmétiques .....	41
5.7	La Déclaration de cosmétique .....	41
5.8	L'importation et l'exportation .....	42
<b>PARTIE III LE RÉSULTAT DE L'ENQUÊTE .....</b>		<b>43</b>
6	<i>La description des entreprises et de la main-d'œuvre</i> .....	44
6.1	Les principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête.....	44
6.2	Le profil de la main-d'œuvre et les échelles de salaire selon le poste occupé.....	49
7	<i>Le contexte de travail</i> .....	53
7.1	L'organisation du travail dans les entreprises.....	53
7.2	L'exercice des métiers qui caractérisent la fabrication et le conditionnement des produits de toilette.....	56
7.2.1	L'exercice du métier <i>opératrice ou opérateur à la fabrication</i> .....	57
7.2.2	L'exercice du métier <i>préposée ou préposé au conditionnement</i> .....	58
7.2.3	L'exercice du métier <i>préposée ou préposé à l'entretien sanitaire</i> .....	60
7.2.4	L'exercice du métier <i>mécanicienne ou mécanicien d'entretien</i> .....	61
7.2.5	L'exercice du métier <i>superviseure ou superviseur de production</i> .....	63
8	<i>Les pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines</i> .....	66
8.1	L'organisation de la gestion des ressources humaines .....	66
8.2	Les pratiques et les prévisions en matière d'embauche de personnel.....	68
9	<i>Les pratiques des entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre</i> .....	76
9.1	L'organisation de la gestion de la formation.....	76
9.2	La formation offerte dans les entreprises au cours de l'année 2004 .....	77
9.3	Les besoins en matière de formation .....	81
10	<i>Le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie</i> .....	83
<b>PARTIE IV L'OFFRE DE FORMATION .....</b>		<b>89</b>
11	<i>L'offre de formation initiale</i> .....	90
11.1	Les programmes d'études professionnelles.....	90
11.1.1	Le programme <i>Mécanique industrielle de construction et d'entretien</i> (5260).....	90
11.1.2	Le programme <i>Électromécanique de systèmes automatisés</i> (5281).....	91
11.2	Les programmes d'études techniques.....	92
11.2.1	Le programme <i>Techniques de génie chimique</i> (210.02).....	93
11.2.2	Le programme <i>Techniques de procédés chimiques</i> (210.04) .....	94
11.2.3	Le programme <i>Techniques de laboratoire (Chimie analytique)</i> (210.A0).....	95
11.2.4	Le programme <i>Techniques de laboratoire (Biotechnologies)</i> (210.A0).....	96
11.2.5	Le programme <i>Techniques de production manufacturière</i> (235.A0).....	97
11.3	Les programmes d'études universitaires.....	98
12	<i>L'offre de formation continue</i> .....	100
12.1	La formation continue offerte par les collègues.....	100
12.1.1	Le programme <i>Procédés biologiques et chimiques en discontinu</i> (ECA.09).....	100
12.1.2	Le programme <i>Conduite des procédés de production pharmaceutique</i> (EJN.0T) .....	101
12.1.3	Le programme <i>Perfectionnement en production pharmaceutique</i> (EJN.0W).....	102

---

12.1.4	Le programme <i>Conduite de la validation des produits pharmaceutiques</i> (EJN.0Z).....	103
12.1.5	Les ateliers de formation continue offerts par le Collège Gerald-Godin.....	104
<b>12.2</b>	<b>La formation continue offerte par la section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists .....</b>	<b>105</b>
<b><i>PARTIE V</i></b>	<b><i>LES ENJEUX LIÉS AU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DE FABRICATION DE PRODUITS DE TOILETTE ET DE LA MAIN-D'ŒUVRE QUI LA COMPOSE .....</i></b>	<b><i>106</i></b>
<b><i>13</i></b>	<b><i>Les conclusions de l'étude.....</i></b>	<b><i>107</i></b>
<b>13.1</b>	<b>Les principales constatations établies .....</b>	<b>107</b>
<b>13.2</b>	<b>Les besoins soulevés.....</b>	<b>111</b>
<b><i>14</i></b>	<b><i>Les pistes d'action à privilégier pour répondre aux besoins soulevés.....</i></b>	<b><i>114</i></b>
	<b><i>LISTE DES DOCUMENTS ET DES SITES INTERNET CONSULTÉS .....</i></b>	<b><i>117</i></b>
	<b><i>ANNEXES</i></b>	
<b><i>Annexe I</i></b>	<b><i>Liste des 55 entreprises qui fabriquent des produits de toilette au Québec et qui ont à leur emploi du personnel salarié.....</i></b>	<b><i>120</i></b>
<b><i>Annexe II</i></b>	<b><i>Tableaux complémentaires.....</i></b>	<b><i>121</i></b>

---

---

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.1	Répartition des entreprises sollicitées, des entreprises jointes, des entreprises non pertinentes et des entreprises pertinentes.....	12
Tableau 3.2	Répartition des entreprises pertinentes, de celles qui ont accepté de recevoir le questionnaire d'enquête, de celles qui ont rempli le questionnaire d'enquête et de celles qui ont participé à une entrevue.....	12
Tableau 3.3	Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon les activités qui caractérisent leur mission .....	15
Tableau 3.4	Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon le chiffre d'affaires annuel.....	15
Tableau 3.5	Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon l'effectif .....	15
Tableau 3.6	Répartition de l'effectif total, de l'effectif moyen et de l'effectif médian des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête .....	16
Tableau 4.1	Répartition du nombre d'établissements et du nombre d'emplois liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), de 1995 à 2003 .....	24
Tableau 4.2	Répartition du nombre d'établissements liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire pour l'année 2003 .....	24
Tableau 4.3	Répartition du nombre d'emplois liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire pour l'année 2001 .....	25
Tableau 4.4	Répartition du nombre d'établissements liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire et selon la catégorie d'effectif pour l'année 2003 .....	25
Tableau 4.5	Répartition des livraisons manufacturières (en milliers de dollars) de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire, de 1999 à 2003 .....	25
Tableau 4.6	Répartition du nombre d'entreprises et du nombre d'établissements liés à l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la région administrative pour l'année 2003 .....	27
Tableau 4.7	Répartition du nombre d'emplois liés à l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), de 1998 à 2001 .....	27
Tableau 4.8	Liste des plus importantes entreprises de l'industrie des produits de toilette à l'échelle mondiale selon qu'elles exercent ou non des activités de fabrication ou de distribution de produits de toilette au Québec .....	29

---

---

Tableau 4.9	Répartition du salaire annuel moyen (en dollars) du personnel associé à la production et du personnel associé à l'administration pour l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), et pour l'ensemble du secteur de la fabrication (SCIAN 31-33), de 1993 à 2004 .....	32
Tableau 4.10	Répartition des exportations et des importations (en millions de dollars) de l'industrie de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) en Colombie-Britannique, en Ontario, au Québec et dans l'ensemble du Canada de 1994 à 2003 .....	34
Tableau 6.1	Répartition des entreprises selon les activités qui caractérisent leur mission .....	46
Tableau 6.2	Répartition des entreprises selon les types de produits fabriqués.....	46
Tableau 6.3	Répartition des entreprises selon qu'elles fabriquent ou non un ou des produits qui sont légalement définis comme des drogues et qui doivent posséder un numéro d'identification de médicament (DIN) .....	46
Tableau 6.4	Répartition des entreprises selon qu'elles mènent ou non des activités relatives à la recherche et au développement (R-D) appliquées à la fabrication de produits de toilette .....	47
Tableau 6.5	Répartition des entreprises selon qu'elles mènent ou non des activités relatives à la formulation de produits de toilette.....	47
Tableau 6.6	Répartition des entreprises selon la catégorie d'effectif.....	47
Tableau 6.7	Répartition des entreprises selon le chiffre d'affaires annuel.....	47
Tableau 6.8	Répartition des entreprises selon la variation du chiffre d'affaires au cours des cinq dernières années et au cours des deux dernières années .....	48
Tableau 6.9	Répartition des entreprises selon la variation estimée du chiffre d'affaires au cours des deux prochaines années .....	48
Tableau 6.10	Répartition des entreprises selon qu'elles exportent ou non des produits de toilette qu'elles fabriquent .....	48
Tableau 6.11	Répartition des entreprises selon les États vers lesquels elles exportent des produits de toilette qu'elles fabriquent .....	48
Tableau 6.12	Répartition de l'effectif des entreprises selon le poste occupé et selon le sexe .....	51
Tableau 8.1	Répartition des entreprises selon qu'elles ont à leur emploi ou non une personne dont la tâche principale se rapporte à la gestion des ressources humaines.....	67
Tableau 8.2	Répartition des entreprises selon qu'elles ont ou non une politique globale écrite ou des éléments écrits d'une politique en matière de gestion des ressources humaines .....	67
Tableau 8.3	Répartition des entreprises selon leur manière de faire au regard de divers aspects de la gestion des ressources humaines .....	67
Tableau 8.4	Répartition des entreprises selon que le personnel de l'entreprise ou une partie de celui-ci est syndiqué ou non .....	68
Tableau 8.5	Répartition des entreprises selon les critères de sélection qu'elles utilisent au moment de l'embauche de nouvelles personnes selon la catégorie de personnel .....	71
Tableau 8.6	Répartition des entreprises selon leurs exigences en matière de scolarité au moment de l'embauche de nouvelles personnes.....	72

---



---

Tableau 8.7	Répartition des entreprises selon qu'elles éprouvent ou non des difficultés au moment de recruter des personnes pour combler les différents postes associés à la fabrication de produits de toilette .....	72
Tableau 8.8	Répartition des entreprises selon qu'elles éprouvent ou non des difficultés liées au roulement de personnel .....	72
Tableau 8.9	Répartition des entreprises selon qu'elles ont embauché ou non du personnel au cours des trois dernières années.....	73
Tableau 8.10	Répartition des entreprises selon les catégories de personnel pour lesquelles elles ont effectué de l'embauche au cours des trois dernières années .....	73
Tableau 8.11	Répartition du nombre de personnes que les entreprises ont embauchées au cours des trois dernières années selon la catégorie de personnel .....	73
Tableau 8.12	Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient embaucher ou non du personnel au cours des trois prochaines années.....	74
Tableau 8.13	Répartition des entreprises selon les catégories de personnel pour lesquelles elles prévoient effectuer de l'embauche au cours des trois prochaines années .....	74
Tableau 8.14	Répartition du nombre de personnes que les entreprises prévoient embaucher au cours des trois prochaines années selon la catégorie de personnel.....	74
Tableau 8.15	Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient ou non faire des mises à pied au cours des trois prochaines années .....	75
Tableau 9.1	Répartition des entreprises selon qu'elles ont offert ou non des activités de formation à leur personnel, autres que celles liées à l'entraînement à la tâche en début d'emploi, au cours de l'année 2004 .....	78
Tableau 9.2	Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon la catégorie de personnel visée par ces activités .....	79
Tableau 9.3	Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon les objets de formation visés.....	80
Tableau 9.4	Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon la forme de ces activités.....	80
Tableau 9.5	Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon le personnel qui a donné la formation.....	81
Tableau 9.6	Répartition des entreprises selon que leur personnel a des besoins en matière de formation ou non .....	82
Tableau 9.7	Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient ou non offrir des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2005 .....	82
Tableau 10.1	Répartition des entreprises selon leur degré d'accord au regard d'énoncés relatifs aux obstacles potentiels au développement des entreprises de fabrication de produits de toilette .....	87
Tableau 10.2	Répartition des entreprises selon leur degré d'accord au regard d'énoncés relatifs à l'évolution et aux enjeux de l'industrie de la fabrication de produits de toilette.....	88
Tableau 11.1	Caractéristiques du programme <i>Mécanique industrielle de construction et d'entretien</i> (5260) .....	90

---

---

Tableau 11.2	Caractéristiques du programme <i>Électromécanique de systèmes automatisés</i> (5281).....	92
Tableau 11.3	Caractéristiques du programme <i>Techniques de génie chimique</i> (210.02).....	93
Tableau 11.4	Caractéristiques du programme <i>Techniques de procédés chimiques</i> (210.04).....	94
Tableau 11.5	Caractéristiques du programme <i>Techniques de laboratoire (Chimie analytique)</i> (210.A0).....	95
Tableau 11.6	Caractéristiques du programme <i>Techniques de laboratoire (Biotechnologies)</i> (210.A0).....	96
Tableau 11.7	Caractéristiques du programme <i>Techniques de production manufacturière</i> (235.A0).....	97
Tableau 12.1	Caractéristiques du programme <i>Procédés biologiques et chimiques en discontinu</i> (ECA.09).....	100
Tableau 12.2	Caractéristiques du programme <i>Conduite des procédés de production pharmaceutique</i> (EJN.0T).....	101
Tableau 12.3	Caractéristiques du programme <i>Perfectionnement en production pharmaceutique</i> (EJN.0W).....	102
Tableau 12.4	Caractéristiques du programme <i>Conduite de la validation des produits pharmaceutiques</i> (EJN.0Z).....	103

---

---

## LISTE DES FIGURES

Figure 4.1	Répartition des ventes de produits de toilette au Canada par type de produits pour l'année 2001 .....	25
Figure 4.2	Répartition de la proportion du marché mondial des produits de toilette selon l'entreprise pour l'année 2001 .....	27
Figure 4.3	Répartition (en valeur) des composantes du coût de production lié à la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), au Canada, en 2002 .....	35
Figure 4.4	Répartition, en pourcentage, des composantes du coût de fabrication des produits de toilette (SCIAN 32562), au Canada, en 2002 .....	36
Figure 4.5	Variation en pourcentage des exportations canadiennes de produits de toilette (SCIAN 32562) de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec, de 1994 à 2003 .....	40
Figure 4.6	Variation en pourcentage des importations canadiennes de produits de toilette (SCIAN 32562) de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec, de 1994 à 2003 .....	40
Figure 4.7	Variation en pourcentage des exportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) selon le pays de destination, de 1994 à 2003 .....	41
Figure 4.8	Variation en pourcentage des réexportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) selon le pays de destination, de 1994 à 2003 .....	41
Figure 4.9	Variation en pourcentage des importations québécoises de produits de toilette selon le pays d'origine, de 1994 à 2003 .....	42
Figure 7.1	Principaux services des entreprises québécoises de fabrication de produits de toilette .....	64

---

---

## PRÉSENTATION

Le présent rapport expose le résultat d'une étude diagnostique sur l'industrie de la fabrication de produits de toilette au Québec. Il se divise en cinq parties.

La première partie est consacrée à la présentation des références de l'étude diagnostique et elle compte trois chapitres. Le premier décrit le mandat de l'étude diagnostique, le deuxième expose la méthode suivie pour le mener à bien, et le troisième présente une comparaison entre les principales caractéristiques de la population visée par l'étude et celles des entreprises qui ont participé à l'enquête.

La deuxième partie du rapport présente la description de l'industrie de la fabrication des produits de toilette et de la réglementation qui lui est associée et elle regroupe deux chapitres, soit les chapitres 4 et 5. Le chapitre 4 fait état des principales données relatives à l'industrie de la fabrication de produits de toilette. Quant au chapitre 5, il expose la réglementation en vigueur dans l'industrie.

La troisième partie regroupe les chapitres 6 à 10, lesquels font état du résultat de l'analyse des données, de nature qualitative et de nature quantitative, recueillies auprès des entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette au Québec. Le chapitre 6 présente les principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête et de la main-d'œuvre qu'elles regroupent. Le chapitre 7 traite de l'organisation du travail dans les entreprises de fabrication de produits de toilette et des caractéristiques de certains métiers exercés au sein de celles-ci. Pour leur part, les chapitres 8 et 9 décrivent l'état de la situation relative aux pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines et de formation du personnel. Enfin, le chapitre 10 expose le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie.

La quatrième partie du rapport compte deux chapitres, soit les chapitres 11 et 12, qui font état respectivement de l'offre de formation en formation initiale et en formation continue en lien avec la fabrication de produits de toilette, à savoir la formation offerte dans les établissements d'enseignement québécois et celle offerte par un organisme lié à l'industrie de la fabrication de produits de toilette appelé Society of Cosmetic Chemists.

La cinquième et dernière partie du rapport présente les enjeux liés au développement de l'industrie de la fabrication de produits de toilette et de la main-d'œuvre qui la compose. Elle regroupe les chapitres 13 et 14, lesquels exposent respectivement les conclusions de l'étude diagnostique et les pistes d'action à privilégier pour répondre aux besoins soulevés.

---

**PARTIE I**  
**LES RÉFÉRENCES DE L'ÉTUDE**

---

# 1 Le mandat

Les trois chapitres de la première partie du rapport de la présente étude diagnostique exposent les références de l'étude, à savoir le mandat, la méthode et la comparaison des principales caractéristiques de la population visée et de celles des entreprises qui ont participé à l'enquête.

Consacré à la description du mandat, le présent chapitre s'articule autour de deux points. Le premier donne les objectifs poursuivis au cours de l'étude diagnostique, et le second présente les données recherchées par le Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage (CSMO CPR) dans la mise en œuvre de cette étude.

## 1.1 Les objectifs de l'étude diagnostique

En juillet 2004, le CSMOCPR lançait un appel d'offres lié à la production d'un *Diagnostic sectoriel de l'industrie des produits de toilette (soins personnels)*. Au terme de l'analyse des propositions reçues, le Comité sectoriel confiait à la société Éduconseil inc. le mandat de produire l'étude proposée.

Dans le *Document d'appel d'offres*, le CSMOCPR précise que le mandat consiste à « broser un portrait du sous-secteur des entreprises fabriquant les produits de soins personnels<sup>1</sup> ». Le Comité sectoriel précise également que les objectifs particuliers visés par l'étude diagnostique se rapportent à ce qui suit.

- « – Développer une connaissance plus approfondie du secteur.
- Identifier des mécanismes de concertation adaptés à l'industrie.
- Consigner les informations nécessaires afin que le Comité puisse être en mesure, le cas échéant, d'exercer pleinement son rôle et doter le milieu d'outils pertinents et utiles en matière de développement de l'industrie et de la main-d'œuvre<sup>2</sup>. »

## 1.2 Les données recherchées

Pour atteindre les objectifs poursuivis, le Comité sectoriel précise de manière détaillée ses attentes particulières à propos des données à traiter dans la production de l'étude. Pour l'essentiel, les données à mettre au jour dans l'étude diagnostique de l'industrie de la fabrication de produits de toilette visent les éléments suivants :

- le profil du sous-secteur et son évolution (classification, types de produits, marché, développement technique et technologique, compétitivité, productivité ou autre,

---

1. COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DE LA CHIMIE, DE LA PÉTROCHIMIE ET DU RAFFINAGE (CSMO CPR), *Diagnostic sectoriel de l'industrie des produits de toilette (soins personnels), Réalisation d'un diagnostic sectoriel, Appel de propositions avec prix – document d'appel d'offres*, Montréal, 9 juillet 2004, p. 13.

2. *Ibid.*

---

---

incidences sur la structure des emplois et sur les besoins en matière de compétences de la main-d'œuvre, etc.);

- la réglementation qui vise les entreprises du sous-secteur;
  - le nombre et les caractéristiques des entreprises visées, à savoir les entreprises qui fabriquent des produits d'hygiène personnelle, celles qui fabriquent des parfums et celles qui fabriquent des cosmétiques (effectif, situation particulière, marché, ventilation régionale, spécialités, matériel utilisé, etc.);
  - la structure des emplois (type et statut d'emploi, taux de syndicalisation, rémunération, etc.);
  - l'offre de formation selon les divers ordres d'enseignement (secondaire, collégial et universitaire);
  - le nombre et la description des professions et métiers visés (appellations d'emploi, principales responsabilités, lieux d'exercice, difficultés dans l'exécution du travail, tendances de développement [changement d'ordre technique et d'ordre organisationnel], etc.);
  - les politiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines (outils de gestion utilisés, etc.);
  - les caractéristiques sociodémographiques de la main-d'œuvre (scolarité, sexe, âge, nombre d'années d'expérience et d'ancienneté, mobilité professionnelle, etc.);
  - la compétence de la main-d'œuvre et ses incidences sur le développement du secteur (profil idéal, habitudes de perfectionnement et de formation, pénurie, surplus, qualification, besoins, difficultés, perspectives, etc.);
  - les exigences des entreprises à l'embauche, et leurs pratiques en matière de santé et de sécurité au travail et de recrutement, de même qu'en matière d'accueil et d'intégration en emploi, d'encadrement, de formation, de perfectionnement et de développement des ressources humaines;
  - le cheminement professionnel des ressources humaines, les relations de travail, les prévisions d'embauche et les difficultés de recrutement;
  - les besoins de formation initiale et continue de la main-d'œuvre;
  - les actions mises de l'avant par les entreprises du sous-secteur pour faire face aux besoins liés à la gestion et au développement des ressources humaines, et aux difficultés qu'elles éprouvent à ce sujet;
  - les constatations qui se dégagent de l'étude (enjeux, forces, limites, difficultés et besoins) et les pistes d'action à privilégier au regard du développement du sous-secteur et de celui de la main-d'œuvre qui le compose.
-

En somme, le mandat à réaliser consiste à fournir aux membres du CSMOCPR, en même temps qu'à l'ensemble de ses partenaires, les données utiles pour leur permettre, tout d'abord, de faire une lecture commune de l'état de la situation du sous-secteur et de ses besoins et, ensuite, de définir les actions à mettre en œuvre pour intervenir à ce sujet. À cet égard, le mandat consiste à mettre au jour, à l'aide des techniques et méthodes d'enquête et d'analyse appropriées, des données de nature quantitative et des données de nature qualitative, et ce, en vue de décrire : le profil du sous-secteur et l'état de la situation relative à la réglementation, aux emplois et à l'évolution du sous-secteur; l'offre de formation; l'organisation du travail dans les entreprises du sous-secteur et les différents postes en cause; le profil socioprofessionnel de la main-d'œuvre du sous-secteur; les pratiques des entreprises en matière de formation en cours d'emploi et de gestion des ressources humaines; et les besoins soulevés au regard de ces différents objets d'analyse.

Voyons maintenant, dans le chapitre qui suit, la méthode suivie pour satisfaire aux objectifs poursuivis par le Comité sectoriel dans le présent projet.

---



---

## 2 La méthode

En vue de mener à bien le mandat de l'étude diagnostique sur l'industrie de la fabrication de produits de toilette, l'équipe de la société Éduconseil inc. a travaillé en étroite collaboration avec M<sup>me</sup> Francine Jeannotte, directrice générale du Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage, qui a agi à titre de responsable du projet, de même qu'avec les membres du Comité de suivi du projet. De plus, l'équipe a suivi une démarche de recherche qui se rapporte aux techniques et méthodes utilisées en sciences sociales. Aussi a-t-elle accompli un certain nombre d'activités d'enquête et d'analyse dans le respect de la rigueur scientifique propre à ces techniques et méthodes. Enfin, en conformité avec le mandat qui lui a été confié, elle a mené l'étude diagnostique entre les mois de septembre 2004 et d'avril 2005.

Pour exposer brièvement la démarche suivie en vue de recueillir et de valider les données utiles pour l'étude, le présent chapitre fait état des principales activités d'enquête et d'analyse mises en œuvre, lesquelles sont les suivantes :

- réunir et faire l'analyse des données disponibles dans la documentation relative à l'industrie des produits de toilette, notamment pour ce qui est de la réglementation et des données à caractère économique, et produire la synthèse analytique sur le sujet;
  - réunir et faire l'analyse des données disponibles dans la documentation relative à l'offre de formation initiale et à l'offre de formation continue (programmes d'études visés, objectifs, lieux de formation, etc.), et produire la synthèse analytique sur le sujet;
  - participer à une séance de travail avec des membres de la Direction des industries chimiques et de la métallurgie du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche, lequel a fait place en février 2005 au ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation;
  - établir, en collaboration avec la personne responsable du projet au Comité sectoriel et les membres du Comité de suivi du projet, l'échantillon des personnes à consulter à l'aide d'entrevues, et ce, selon les critères de représentativité propres à la collecte de données de nature qualitative, lesquels sont la diversité et l'exhaustivité. Notons que la diversité vise à ce que les personnes retenues dans l'échantillon assurent la représentation de toutes les situations pertinentes pour l'étude. Les éléments pris en considération dans le cas de la présente étude diagnostique se rapportent en particulier à la taille et à la spécialité des entreprises. Quant à l'exhaustivité, elle vise à ce que toutes les données propres à ces différentes situations soient mises au jour, ce qui a effectivement eu lieu au cours de l'étude;
  - produire la liste des entreprises potentiellement visées par l'étude;
  - préparer les instruments d'enquête (guides d'entrevue et questionnaire) et les grilles de traitement et d'analyse des données;
-

- 
- transmettre, pour commentaires, la version provisoire des instruments d'enquête à la personne responsable du projet au Comité sectoriel et apporter les modifications nécessaires aux instruments;
  - planifier l'enquête à l'aide des entrevues individuelles, c'est-à-dire joindre chaque personne en vue de solliciter sa participation à une entrevue et établir le calendrier d'enquête;
  - mener les douze entrevues individuelles, dont deux en *face à face* et dix *par téléphone*, et ce, entre le mois d'octobre 2004 et le mois de février 2005<sup>1</sup>;
  - effectuer l'enquête à l'aide du questionnaire, c'est-à-dire préparer l'envoi du questionnaire et les lettres de rappel, communiquer avec une personne désignée dans chaque entreprise et lui transmettre, selon le moyen proposé par cette dernière, le questionnaire d'enquête;
  - voir au *prétest* du questionnaire;
  - faire les rappels utiles auprès des entreprises;
  - faire la saisie et le traitement des données recueillies à l'aide des entrevues et du questionnaire;
  - effectuer l'analyse des données à l'aide des techniques de l'analyse quantitative et de celles de l'analyse qualitative, et préparer la synthèse analytique des données recueillies;
  - produire la version provisoire du rapport et la transmettre au Comité sectoriel;
  - préparer une séance de travail à tenir avec la personne responsable du projet au Comité sectoriel et les membres du Comité de suivi du projet, et y participer en vue d'échanger sur le contenu du rapport et de valider le résultat de l'analyse, y compris les constatations établies et les pistes d'action proposées, et ce, en prévision de la production de la version définitive du rapport de l'étude diagnostique;
  - faire l'analyse des commentaires reçus sur la version provisoire du rapport de l'étude diagnostique et y apporter les modifications qui s'imposent;
  - transmettre la nouvelle version du rapport à la personne responsable du projet au Comité sectoriel pour approbation et, le cas échéant, échanger avec celle-ci sur la proposition d'autres corrections à apporter au rapport;
  - corriger, au besoin, le rapport et le soumettre à une entreprise qui se spécialise en révision linguistique;
  - apporter les corrections suggérées à la suite de la révision du rapport et en faire part à la personne responsable du projet au Comité sectoriel;

---

1. La liste des personnes qui ont pris part à une entrevue est présentée à l'annexe I.

---

- transmettre la version définitive du rapport de l'étude diagnostique au Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage.

---

### **3 Les principales caractéristiques de la population visée par l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête**

Le présent chapitre est consacré à la description de la population visée par l'étude et des principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête. Aussi se divise-t-il en deux points, à savoir : la population visée par l'étude et le taux de réponse, et la comparaison entre les principales caractéristiques de la population visée et celles des entreprises qui ont participé à l'enquête.

#### **3.1 La population visée par l'étude et le taux de réponse**

La population visée par l'étude regroupe l'ensemble des entreprises québécoises qui fabriquent au moins un produit qui entre dans la catégorie des produits de toilette, laquelle catégorie comprend les trois types de produits suivants :

- les produits d'hygiène personnelle, qui regroupent les shampoings, les produits capillaires (gels, fixatifs, colorants, etc.), les produits de soins de la peau, les produits pour le bain (huiles et sels de bain, bain moussant, etc.), les produits d'hygiène dentaire, les déodorants et les antisudorifiques de même que les produits épilatoires;
- les parfums, ce qui inclut les parfums en tant que tels, les eaux de parfum, les eaux de toilette et les eaux de Cologne;
- les cosmétiques, ce qui regroupe les produits de maquillage et les produits pour le soin des ongles.

En outre, pour qu'une entreprise soit considérée comme étant visée par l'étude, elle devait exercer des activités de fabrication de produits de toilette sur le territoire québécois. Cela suppose que les entreprises qui distribuent des produits de toilette au Québec mais fabriquent ceux-ci hors Québec n'étaient pas visées par l'étude. Par ailleurs, puisque les objectifs de la présente étude touchent la main-d'œuvre liée à la fabrication des produits de toilette, l'entreprise devait aussi avoir au moins une personne à son emploi. Ainsi, les entreprises constituées d'une seule personne et celles constituées, par exemple, de deux copropriétaires, n'étaient pas non plus visées par l'étude.

Le repérage des entreprises à consulter au moment de l'enquête par questionnaire a été fait à l'aide de trois listes d'entreprises : la première a été fournie par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, lequel était alors désigné sous le nom de ministère du Développement économique et régional et de la Recherche; la deuxième l'a été par la section québécoise de la Society for Cosmetic Chemists; et la troisième a été constituée par l'équipe de recherche à la société Éduconseil inc. à partir de la Banque d'information industrielle du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ). En vue de répertorier les entreprises potentiellement pertinentes pour l'étude, l'équipe de recherche a fait une analyse soignée de ces trois listes d'entreprises. Elle a ainsi sélectionné au total 81 entreprises, auprès desquelles elle a tenté d'établir

---

---

un premier contact au téléphone de manière à déterminer la pertinence effective de chacune d'entre elles pour l'étude<sup>1</sup>.

Des 81 entreprises qui ont été sollicitées par téléphone pour collaborer à l'enquête, 77 ont été jointes<sup>2</sup>. Parmi les 77 entreprises qui ont été jointes, 51 ont été considérées pertinentes pour l'étude et 26 non pertinentes (se reporter au tableau 3.1).

La plupart des entreprises qui se sont révélées non pertinentes pour l'étude n'exercent pas d'activités de fabrication de produits de toilette au Québec et sont plutôt spécialisées dans la distribution de produits de toilette fabriqués ailleurs. Une autre partie des entreprises non pertinentes fabriquent des produits comme des médicaments et des produits de santé naturels, mais ne fabriquent pas ou ne fabriquent plus de produits de toilette. Par ailleurs, certaines petites entreprises constituées de une ou deux personnes ont été considérées non pertinentes parce qu'elles n'ont aucun personnel salarié à leur emploi. Enfin, quelques-unes des entreprises sollicitées avaient cessé leurs activités.

Des 51 entreprises pertinentes, 20 ont collaboré à l'étude, que ce soit en participant à une entrevue ou en répondant au questionnaire d'enquête (se reporter au tableau 3.2)<sup>3</sup>. Notons que trois entreprises ont accepté à la fois de participer à une entrevue et de remplir le questionnaire d'enquête, ce qui porte le taux de réponse à l'enquête à 39,2 p. 100. À cet égard, il est intéressant de noter que les principales raisons invoquées par les entreprises pour expliquer leur refus de participer à l'étude, lesquelles représentent 18 des 51 entreprises pertinentes pour l'étude, peuvent être résumées en quelques points, à savoir : le fait d'être en situation de surcharge de travail permanente; le fait de devoir consacrer du temps à une activité qui n'est pas immédiatement rentable pour l'entreprise; le manque d'intérêt pour une étude de la sorte; l'abondance de demandes semblables de collaboration formulées à l'endroit de l'entreprise; le fait d'avoir à divulguer des renseignements jugés confidentiels à propos de l'entreprise; et l'impression que les études gouvernementales et paragouvernementales ne produisent jamais un résultat concret.

- 
1. Compte tenu des objectifs de l'étude, la personne auprès de qui le premier contact a été établi dans les entreprises est la responsable de l'embauche du personnel.
  2. En vue de s'assurer de pouvoir échanger avec une personne dans chaque entreprise à propos du projet de l'étude, l'équipe de recherche a dû multiplier les rappels. En effet, peu d'entreprises ont retourné l'appel de l'équipe à la suite d'un premier message. Il a plutôt fallu que celle-ci laisse deux ou trois messages, et parfois plus, dans les entreprises avant qu'elle ne reçoive un retour d'appel.
  3. Dans le respect de l'éthique de la recherche à caractère socioéconomique, il n'y pas lieu de dévoiler dans le présent rapport le nom des entreprises qui ont participé à l'enquête par questionnaire, et ce, de manière à préserver l'anonymat de celles-ci et la confidentialité des données qu'elles ont mises à la disposition de l'équipe de recherche.
-

**Tableau 3.1 Répartition des entreprises sollicitées, des entreprises jointes, des entreprises non pertinentes et des entreprises pertinentes**

Catégorie	N
Nombre d'entreprises sollicitées <sup>a</sup>	81
Nombre d'entreprises jointes <sup>b</sup>	77
Nombre d'entreprises non pertinentes <sup>c</sup>	26
Nombre d'entreprises pertinentes <sup>d</sup>	51

- Les *entreprises sollicitées* sont celles que l'équipe de production a tenté de joindre par téléphone. Précisons que la personne que l'équipe a tenté de joindre est celle responsable de l'embauche du personnel dans l'entreprise.
- Les *entreprises jointes* désignent celles qui ont accepté de répondre aux questions de sélection des entreprises. Signalons que les questions de sélection visent à établir la pertinence d'une entreprise pour les besoins de l'étude.
- Les *entreprises non pertinentes* ont répondu aux questions de sélection des entreprises, mais n'exercent pas d'activités de fabrication de produits de toilette au Québec ou, encore, n'ont pas de personnel à leur emploi.
- Les *entreprises pertinentes* désignent les entreprises qui exercent des activités de fabrication de produits de toilette au Québec et qui ont au moins une personne à leur emploi.

**Tableau 3.2 Répartition des entreprises pertinentes, de celles qui ont accepté de recevoir le questionnaire d'enquête, de celles qui ont rempli le questionnaire d'enquête et de celles qui ont participé à une entrevue**

Catégorie	N
Nombre d'entreprises pertinentes	51
Nombre d'entreprises qui ont accepté de recevoir le questionnaire	27
Nombre d'entreprises qui ont rempli le questionnaire	14
Nombre d'entreprises qui ont participé à une entrevue	9
Nombre d'entreprises qui ont refusé de participer à l'enquête	18
Nombre d'entreprises qui ont participé à l'enquête <sup>a</sup>	20
<b>Taux de réponse (20/51)</b>	<b>39,2 %</b>

- Le nombre d'entreprises qui ont participé à l'enquête n'est pas égal à la somme du nombre d'entreprises qui ont pris part à une entrevue et du nombre d'entreprises qui ont rempli le questionnaire parce que trois entreprises ont participé à ces deux activités de collecte de données.

### 3.2 La comparaison des principales caractéristiques de la population visée et de celles des entreprises qui ont participé à l'enquête

La présente section consiste en une comparaison entre les principales caractéristiques de la population visée par l'étude et celles des entreprises qui ont participé à l'enquête en ce qui a trait aux activités liées à leur mission, à leur chiffre d'affaires annuel et à leur effectif. Il s'agit ici de mettre en évidence le fait que l'échantillon des entreprises qui ont participé à l'enquête est représentatif de la population visée par l'étude. À cet égard, il convient de signaler que le nombre total d'entreprises associées aux entreprises pertinentes correspond à 55 plutôt qu'à 51, et ce, en raison du fait qu'à l'aide de l'analyse des données disponibles dans le site Internet du CRIQ, lesquelles données ont servi à produire la comparaison analytique proposée dans les paragraphes qui

---

suivent, il a été possible pour l'équipe de déterminer que quatre entreprises qu'elle n'avait pas réussi à joindre se seraient révélées pertinentes pour l'étude<sup>1</sup>.

### ***Les activités des entreprises***

À la lumière des données présentées dans le tableau 3.3, on constate qu'un peu plus de la moitié des entreprises pertinentes pour l'étude, soit 54,0 p. 100 d'entre elles, fabriquent uniquement des produits de marque maison et que 26,0 p. 100 fabriquent des produits de marque maison en plus d'offrir des services de fabrication à façon. Les entreprises spécialisées en services de fabrication à façon seulement sont les moins nombreuses, puisqu'elles représentent 18,0 p. 100 de l'ensemble des entreprises pertinentes pour l'étude. Notons qu'une entreprise est classée dans la catégorie *Autre*, car elle n'offre que des services d'emballage de produits de toilette, lesquels services sont habituellement désignés sous l'appellation de services de conditionnement par les entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette.

En comparant ces données avec celles relatives aux entreprises qui ont participé à l'enquête, on remarque tout d'abord que ces dernières exercent des activités dans les trois catégories d'entreprises visées par l'étude. On remarque ensuite que sur les 13 entreprises qui fabriquent des produits de marque maison en plus d'offrir des services de fabrication à façon, 9 ont participé à l'enquête, ce qui représente 69,2 p. 100 des entreprises de cette catégorie. On remarque en outre que sur les 9 entreprises spécialisées dans les services de fabrication à façon seulement, 4 ont participé à l'enquête, ce qui représente 44,4 p. 100 des entreprises liées à cette catégorie. On remarque enfin que sur les 27 entreprises qui fabriquent uniquement des produits de marque maison, 7 ont participé à l'enquête, ce qui représente 25,9 p. 100 seulement des entreprises visées par l'étude pour cette catégorie. Une telle situation peut être expliquée par le fait que plusieurs des entreprises dont l'effectif est peu élevé font partie de cette catégorie d'entreprises et qu'une bonne partie de celles-ci ont refusé de participer à l'enquête ou, encore, n'ont pas retourné le questionnaire d'enquête qui leur a été transmis.

### ***Le chiffre d'affaires des entreprises***

L'analyse des données exposées dans le tableau 3.4 révèle que le chiffre d'affaires annuel des entreprises pertinentes pour l'étude se situe entre 1 000 000 et 4 999 999 dollars pour 27,3 p. 100 d'entre elles, qu'il se situe entre 100 000 et 499 999 dollars pour 25,0 p. 100 d'entre elles et qu'il représente entre 5 000 000 et 9 999 999 pour 15,9 p. 100 d'entre elles. L'analyse des données révèle également qu'un chiffre d'affaires annuel de moins de 100 000 dollars est le fait de l'exception et qu'un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 25 000 000 ou plus de dollars vise peu d'entreprises.

Si on compare ces données avec celles relatives aux entreprises qui ont participé à l'enquête, on constate que ces dernières sont réparties de manière semblable dans les différentes catégories de chiffre d'affaires, et ce, si on les regroupe en catégories plus larges. En effet, alors que le chiffre d'affaires de 27,3 p. 100 des entreprises pertinentes pour l'étude est de moins de 499 999 dollars, la proportion d'entreprises qui ont participé à l'enquête dont le chiffre d'affaires se situe dans la même

---

1. Les données présentées sur les entreprises qui n'ont pas participé à l'enquête, lesquelles sont tirées de la Banque d'information industrielle du CRIQ, ont été mises à jour entre les années 2003 et 2005 par les entreprises elles-mêmes. L'annexe II présente la liste des 55 entreprises qui fabriquent des produits de toilette au Québec et qui ont à leur emploi du personnel salarié.

---

catégorie est de 21,1 p. 100. De même, 40,9 p. 100 des entreprises pertinentes pour l'étude et 47,4 p. 100 des entreprises qui ont participé à l'enquête ont un chiffre d'affaires annuel qui se situe entre 500 000 et 4 999 999 dollars. Enfin, 31,8 p. 100 des entreprises pertinentes pour l'étude et 31,5 p. 100 des entreprises qui ont participé à l'enquête ont un chiffre d'affaires annuel de 5 000 000 dollars ou plus. Notons cependant que les entreprises qui ont participé à l'enquête dont le chiffre d'affaires se situe entre 100 000 et 499 999 dollars et celles dont le chiffre d'affaires se situe entre 500 000 et 999 999 dollars sont légèrement sous-représentées par rapport à l'ensemble des entreprises pertinentes pour l'étude et qu'en contrepartie, les entreprises qui ont participé à l'enquête dont le chiffre d'affaires se situe entre 1 000 000 et 4 999 999 dollars sont légèrement surreprésentées.

### *L'effectif des entreprises*

Le tableau 3.5 présente la répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon l'effectif. En ce qui a trait aux entreprises pertinentes pour l'étude, on remarque que 40,4 p. 100 des entreprises ont un effectif de 1 à 9 personnes et que 15,4 p. 100 des entreprises ont un effectif de 10 à 19 personnes. C'est donc dire qu'un peu plus de la moitié des entreprises qui fabriquent des produits de toilette au Québec, soit 55,8 p. 100, ont un effectif de 19 personnes ou moins. Par ailleurs, les données réunies dans ce tableau révèlent que 13,5 p. 100 des entreprises pertinentes pour l'étude ont un effectif de 100 personnes ou plus.

Lorsqu'on compare la répartition de l'effectif des entreprises pertinentes pour l'étude avec celle des entreprises qui ont participé à l'enquête, on constate qu'environ 70,0 p. 100 des entreprises de ces deux groupes se trouvent dans l'une des trois catégories d'effectif suivantes : de 1 à 9 personnes, de 10 à 19 personnes et de 100 personnes ou plus. Toutefois, notons que les entreprises qui ont participé à l'enquête et qui ont un effectif total de 1 à 9 personnes sont sous-représentées par rapport à l'ensemble des entreprises pertinentes pour l'étude. Rappelons que cette situation peut être expliquée par le fait qu'une bonne partie des entreprises dont l'effectif est peu élevé n'ont pas participé à l'enquête.

Le tableau 3.6 présente l'effectif total, l'effectif moyen et l'effectif médian des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête. À l'examen des données qu'il regroupe, on remarque que, pour les deux groupes d'entreprises, l'effectif médian est beaucoup plus bas que l'effectif moyen. Cette situation peut être attribuée au fait que quelques entreprises de l'industrie comptent un nombre important de personnes à leur emploi. On remarque également que l'effectif moyen des entreprises pertinentes est moins élevé que celui des entreprises qui ont participé à l'enquête, et ce, en raison de la sous-représentation dans l'échantillon des entreprises ayant un petit effectif. Enfin, il est important de noter que l'effectif total des entreprises qui ont participé à l'enquête représente 50,7 p. 100 de l'effectif total des entreprises pertinentes pour l'étude. C'est donc dire que les entreprises consultées aux fins de la présente étude diagnostique ont à leur emploi la moitié de la main-d'œuvre de l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette.

En somme, force est de constater que les données exposées dans le présent rapport sont significatives en ce qui a trait à la situation des entreprises prises dans leur ensemble. Ces données peuvent donc être considérées comme étant valides et fiables.



**Tableau 3.3 Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon les activités qui caractérisent leur mission**

Activité	Entreprises pertinentes		Entreprises qui ont participé	
	N <sup>a</sup>	%	N	%
Fabrication de produits de marque maison seulement	27	54,0	7	35,0
Services de fabrication à façon seulement	9	18,0	4	20,0
Fabrication de produits de marque maison et services de fabrication à façon	13	26,0	9	45,0
Autre	1	2,0	0	0,0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

a. Les données n'étaient pas disponibles pour 5 entreprises.

**Tableau 3.4 Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon le chiffre d'affaires annuel**

Catégorie de chiffre d'affaires	Entreprises pertinentes		Entreprises qui ont participé	
	N <sup>a</sup>	%	N <sup>b</sup>	%
Moins de 100 000 \$	1	2,3	1	5,3
De 100 000 \$ à 499 999 \$	11	25,0	3	15,8
De 500 000 \$ à 999 999 \$	6	13,6	1	5,3
De 1 000 000 à 4 999 999 \$	12	27,3	8	42,1
De 5 000 000 à 9 999 999 \$	7	15,9	2	10,5
De 10 000 000 à 24 999 999 \$	3	6,8	2	10,5
25 000 000 \$ ou plus	4	9,1	2	10,5
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100,0</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

a. Les données n'étaient pas disponibles pour 11 entreprises.

b. Les données n'étaient pas disponibles pour 1 entreprise.

**Tableau 3.5 Répartition des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête selon l'effectif**

Catégorie d'effectif	Entreprises pertinentes		Entreprises qui ont participé	
	N <sup>a</sup>	%	N	%
De 1 à 9 personnes	21	40,4	4	20,0
De 10 à 19 personnes	8	15,4	5	25,0
De 20 à 29 personnes	5	9,6	1	5,0
De 30 à 39 personnes	5	9,6	3	15,0
De 40 à 49 personnes	2	3,8	1	5,0
De 50 à 74 personnes	3	5,8	1	5,0
De 75 à 99 personnes	1	1,9	0	0,0
100 personnes ou plus	7	13,5	5	25,0
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100,0</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

a. Les données n'étaient pas disponibles pour 3 entreprises.

**Tableau 3.6 Répartition de l'effectif total, de l'effectif moyen et de l'effectif médian des entreprises pertinentes pour l'étude et des entreprises qui ont participé à l'enquête**

<b>Effectif</b>	<b>Entreprises pertinentes</b>	<b>Entreprises qui ont participé</b>
Effectif total	2 493	1 265
Effectif moyen	47,9	63,3
Effectif médian	15,5	26

---

**PARTIE II**

**LA DESCRIPTION DE L'INDUSTRIE DE LA FABRICATION DE  
PRODUITS DE TOILETTE ET DE LA RÉGLEMENTATION QUI LUI  
EST ASSOCIÉE**

---

---

## 4 L'industrie de la fabrication de produits de toilette

Le présent chapitre expose l'analyse des données disponibles sur l'industrie de la fabrication de produits de toilette<sup>1</sup>. Il fait état des points suivants :

- la définition de l'industrie de la fabrication de produits de toilette;
- le marché des produits de toilette;
- les principales caractéristiques de l'industrie de la fabrication de produits de toilette;
- le coût de fabrication dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette;
- les importations et les exportations de produits de toilette.

### 4.1 La définition de l'industrie de la fabrication de produits de toilette

L'industrie<sup>2</sup> de la fabrication de produits de toilette destinés à des soins personnels est associée à la classe 32562 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), laquelle est intitulée Fabrication de produits de toilette<sup>3</sup>. La notion de produits de toilette renvoie, rappelons-le, à trois types de produits. Le premier regroupe les produits d'hygiène personnel comme les shampoings, les produits capillaires, les produits de soins pour la peau, les produits pour le bain, les produits d'hygiène dentaire, les déodorants et antisudorifiques et les produits épilatoires. Le deuxième comprend tous les produits associés aux parfums, ce qui renvoie aux parfums en tant que tels, aux eaux de parfum, aux eaux de toilette et aux eaux de Cologne. Le troisième regroupe tous les produits cosmétiques comme les produits pour le maquillage (rouge à lèvres, crèmes faciales, ombre à paupières, fond de teint, etc.) et les produits pour le soin des ongles<sup>4</sup>.

### 4.2 Le marché des produits de toilette

L'exposé de ce que recouvre le marché des produits de toilette est articulé autour de deux points, à savoir l'évaluation du marché des produits de toilette, et les produits de toilette les plus vendus.

- 
1. Dans le présent rapport, l'expression *industrie de la fabrication de produits de toilette* renvoie uniquement aux entreprises qui fabriquent des produits de toilette tandis que l'expression *industrie des produits de toilette*, qui est plus large, renvoie à l'ensemble des entreprises qui exercent des activités liées à la fabrication et à la vente de produits de toilette. Cette dernière expression inclut donc les entreprises qui ont pour seule activité la distribution des produits de toilette sur un territoire donné.
  2. La notion d'industrie renvoie à un groupe homogène d'unités de production économiques exerçant principalement un ensemble d'activités spécifiques. Une activité est une méthode particulière appliquée à la combinaison d'intrants de produits et services, de main-d'œuvre et de capital pour produire un ou plusieurs produits ou services, ou les deux. Les activités qui définissent une industrie sont homogènes pour ce qui est des processus de production. À ce sujet, se reporter à la rubrique « Définitions, sources de données et méthodes » du site Internet de STATISTIQUE CANADA [[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)].
  3. La fabrication des savons est exclue de cette classe.
  4. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *L'industrie québécoise des produits de soins personnels*, Québec, Direction des industries chimiques et de la métallurgie, juillet 2003, p. 3.
-

### ***L'évaluation du marché des produits de toilette***

En 2001, selon les ventes au détail, le marché mondial des produits de toilette était évalué à 173 milliards de dollars américains. Pour l'année 2006, le marché des produits de toilette est évalué à 201,9 milliards de dollars américains, ce qui représente une croissance de l'ordre 16,7 p. 100<sup>5</sup>. Les pays fortement industrialisés, soit là où le revenu personnel disponible est élevé, constituent une part importante du marché des produits de toilette. Ainsi, en 2001, les pays de l'Europe de l'Ouest et ceux de l'Amérique du Nord représentaient respectivement 27,7 p. 100 (48 milliards de dollars américains) et 27,4 p. 100 (47,4 milliards de dollars américains) du marché mondial des produits de toilette. Les pays de l'Asie-Pacifique constituent également un acteur important de ce marché puisque, pour l'année 2001, ils représentaient 23,2 p. 100 (40,1 milliards de dollars américains) du marché mondial des produits de toilette. En Amérique du Nord, les États-Unis constituent le marché le plus important, lequel était de l'ordre de 42,6 milliards de dollars américains, en 2000. Pour sa part, le marché canadien des produits de toilette était de l'ordre de 5,3 milliards de dollars canadiens, en 2001<sup>6</sup>. Le taux annuel de la croissance des ventes au détail au Canada est de l'ordre de 6 p. 100.

### ***Les produits de toilette les plus vendus***

Les produits de toilette sont généralement répartis en deux grandes catégories, à savoir les produits dits de production de masse, qui sont destinés à une très large diffusion, et les produits dits produits haut de gamme, qui visent des marchés beaucoup plus restreints étant donné leur prix plus élevé<sup>7</sup>. En 2001, les produits haut de gamme représentaient environ 23 p. 100 du marché des produits de toilette, ce qui, notons-le, représentait une augmentation de 1,0 p. 100 par rapport à l'année précédente. En 2001, les parfums et les produits de soins pour la peau haut de gamme représentaient respectivement 64,6 p. 100 et 37,9 p. 100 de la part des marchés respectifs liés à ces deux produits.

Par ailleurs, il y a lieu de signaler que certains produits de toilette haut de gamme sont concurrencés par des produits de production de masse de qualité supérieure. Cette concurrence freine quelque peu la progression des produits haut de gamme sur certains marchés qui sont considérés comme étant saturés ou près de la saturation comme ceux de l'Amérique du Nord et ceux de l'Europe de l'Ouest. À titre d'exemple, au regard des produits de soins pour la peau, la concurrence des produits de production de masse de qualité supérieure est attribuable au fait que des substances actives, notamment des agents dits anti-âge, sont utilisés dans la formulation de ces produits, ce qui leur confère des propriétés et des caractéristiques qui étaient jusqu'alors l'apanage des produits haut de gamme.

Au Canada, les produits de soins pour la peau et les produits de soins capillaires représentent respectivement 27,0 p. 100 et 23,0 p. 100 du marché des produits de toilette, ce qui en fait les types

---

5. Le texte de la présente section est appuyé sur les deux documents suivants : MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *op.cit.*, 16 p. et EUROMONITOR, *World Market for Cosmetics & Toiletries – Overview*, septembre 2002, 15 p.

6. L'évaluation du marché canadien est établie à partir des données sur les ventes au détail.

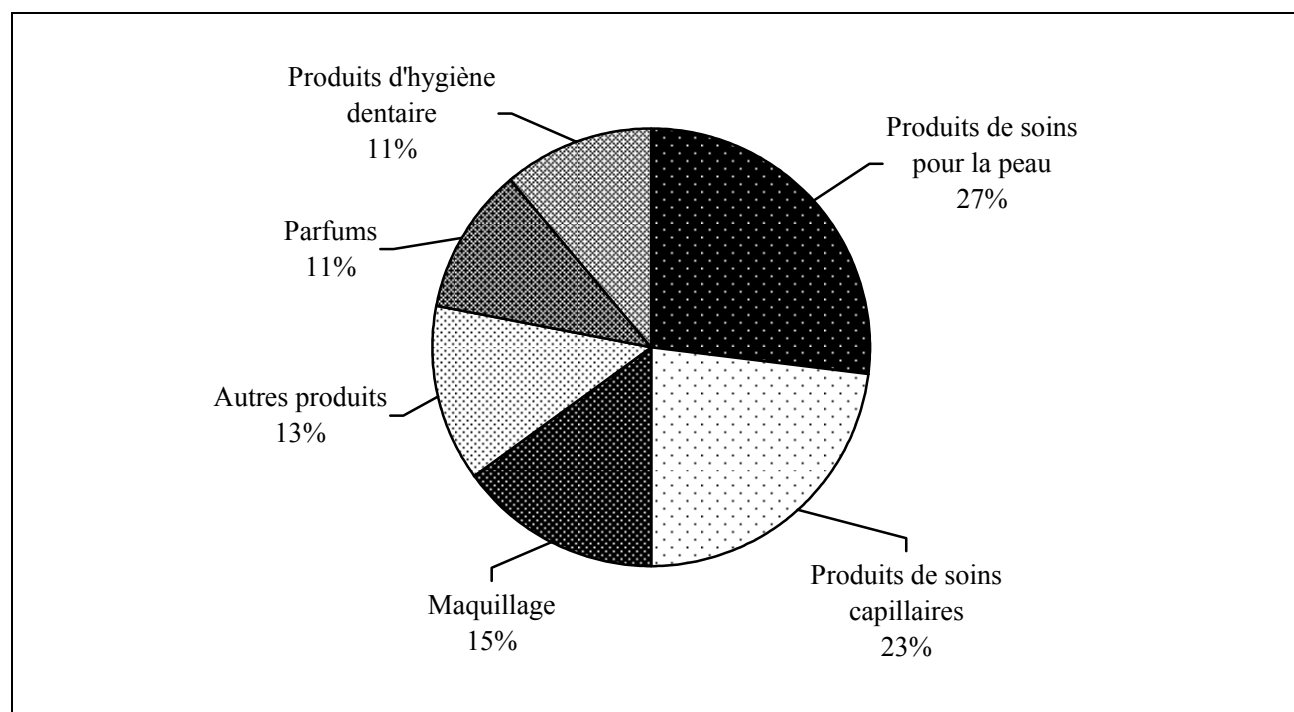
7. Une autre manière de regrouper les produits de toilette en deux catégories est de distinguer les produits à usage professionnel, c'est-à-dire les produits utilisés par les salons de coiffure et les instituts de beauté, et les produits qui sont destinés au public. Précisons cependant qu'une partie des produits à usage professionnel sont mis en vente par les salons de coiffure et les instituts de beauté.

---

de produits les plus vendus puisqu'ils constituent la moitié de la valeur de ce marché<sup>8</sup>. L'autre moitié du marché canadien des produits de toilette est constitué, selon un ordre décroissant d'importance, par les produits suivants : les produits de maquillage (15,0 p. 100), la catégorie des autres produits (13,0 p. 100), les produits associés aux parfums (11,0 p. 100) et les produits d'hygiène dentaire (11,0 p. 100) (se reporter à la figure 4.1).

Au Québec, les principaux produits fabriqués sont des produits de soins capillaires, des produits de soins pour la peau et des produits pour le bain et la douche<sup>9</sup>.

**Figure 4.1 Répartition des ventes de produits de toilette au Canada par type de produits pour l'année 2001**



Source : Figure de Kline & Co reproduite dans le document suivant : MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *L'industrie québécoise des produits de soins personnels*, Québec, Direction des industries chimiques et de la métallurgie, juillet 2003, p. 7.

8. À l'échelle mondiale, en 2001, le marché des produits de soins capillaires était de l'ordre de 36,6 milliards de dollars américains, ce qui en faisait le plus important des marchés de produits de toilette. À ce sujet, se reporter au document suivant : EUROMONITOR, *op. cit.*, p. 5.
9. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *op. cit.*, p. 8.

### 4.3 Les principales caractéristiques de l'industrie de la fabrication de produits de toilette

Les principales caractéristiques de l'industrie de la fabrication de produits de toilette sont décrites selon trois points, soit les principales entreprises à l'échelle mondiale, l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette et l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette.

#### 4.3.1 Les principales entreprises à l'échelle mondiale

Comme l'illustre la figure 4.2 présentée ci-après, en 2001, les huit plus grandes entreprises de production de produits de toilette représentaient environ 44,0 p. 100 du marché mondial<sup>10</sup>. Les deux plus importantes étaient représentées par le Groupe L'Oréal et Unilever, lesquelles détenaient chacune environ 9,0 p. 100 du marché mondial des produits de toilette<sup>11</sup>. Le Groupe L'Oréal est le premier fabricant de produits de toilette en Europe de l'Ouest et le second en Amérique du Nord. Pour sa part, Unilever est le second sur le marché de l'Europe de l'Ouest et occupe une place significative sur le marché des pays de l'Amérique latine et de l'Asie-Pacifique, lesquels marchés sont considérés comme étant à haut potentiel de croissance. Par contre, en Amérique du Nord, Unilever se place derrière Procter & Gamble et le Groupe L'Oréal.

La compagnie Procter & Gamble occupe le troisième rang des entreprises de production de produits de toilette à l'échelle mondiale<sup>12</sup>. En 2001, elle représentait 8,0 p. 100 du marché mondial des produits de toilette. Elle occupe le premier rang sur les marchés de l'Amérique du Nord et une place très importante sur les marchés de l'Europe de l'Ouest. De plus, elle occupe une place significative sur les marchés en forte croissance de l'Europe de l'Est.

Les autres entreprises dominantes à l'échelle mondiale ont généralement des activités de production moins diversifiées que celles qui occupent les trois premières places. Ainsi, Colgate-Palmolive occupe une place importante dans le marché des produits d'hygiène dentaire et une place relativement moins importante dans celui des produits pour le bain et la douche. De même, les entreprises Estée Lauder et Gillette occupent des segments de marché particulier. Les parfums et les produits de soins pour la peau font la force de Estée Lauder, alors que les produits pour homme comme les produits de rasage font celle de Gillette.

---

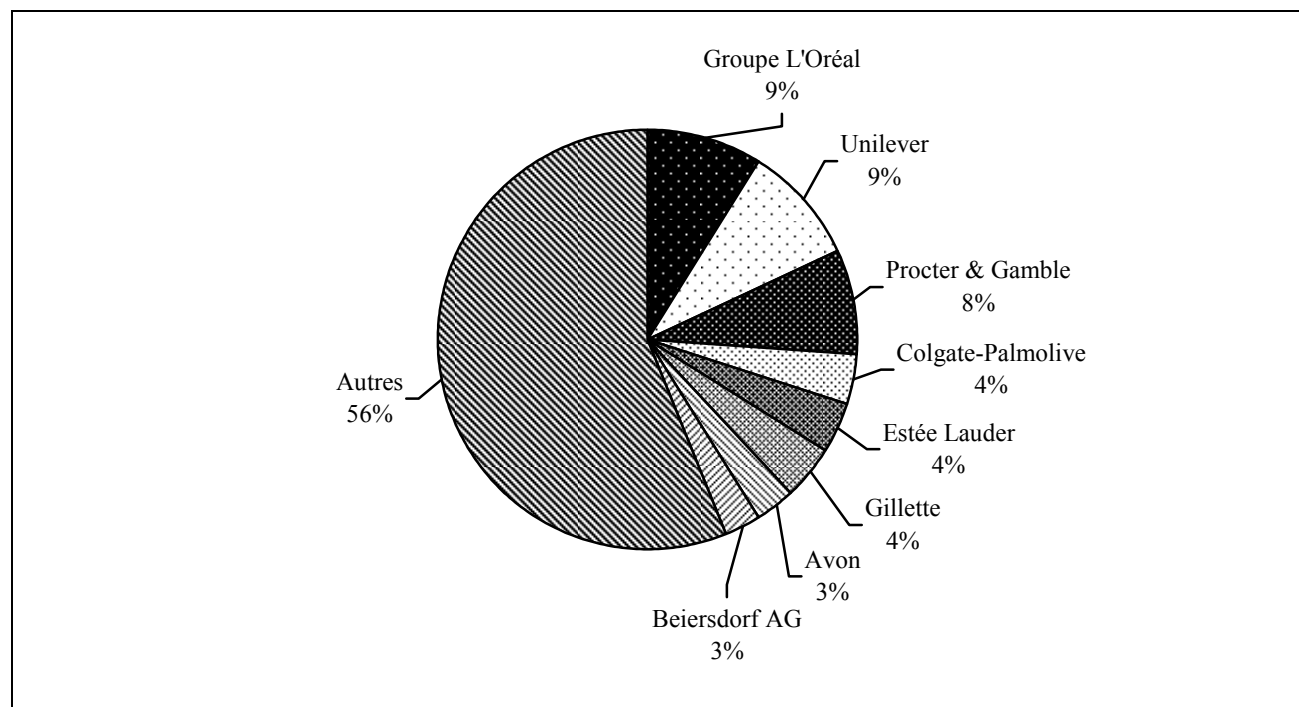
10. Le texte de la présente section est appuyé sur le document suivant : EUROMONITOR, *World Market for Cosmetics & Toiletries – Overview*, septembre 2002, 15 p.

11. En 2001, selon l'évaluation faite par Euromonitor, le Groupe L'Oréal avait déplacé Unilever Group à la première position mondiale. À ce sujet, se reporter au document suivant : EUROMONITOR, *op. cit.*, p. 11.

12. En janvier 2005, Procter & Gamble a acheté l'entreprise Gillette, ce qui devrait faire augmenter la part du marché mondial des produits de toilette détenue par Procter & Gamble.

---

**Figure 4.2 Répartition de la proportion du marché mondial des produits de toilette selon l'entreprise pour l'année 2001**



Source : EUROMONITOR, *World Market for Cosmetics & Toiletries – Overview*, septembre 2002, p. 13.

#### 4.3.2 L'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette

Les données sur l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette sont de deux ordres. Tout d'abord, il y a les données produites par Statistique Canada et publiées par Industrie Canada sur les établissements qui fabriquent des produits de toilette. Il s'agit donc de données de nature quantitative qui permettent de tracer un portrait d'ensemble de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette. Les données traitées ici portent sur le nombre d'établissements, l'emploi et la valeur des livraisons manufacturières rattachées à l'industrie de la fabrication de produits de toilette. Les données sont présentées pour l'ensemble du Canada et, lorsqu'elles sont disponibles, elles sont également présentées selon les provinces et territoires ou un regroupement de provinces et de territoires. Ensuite, il y a les données de nature qualitative qui permettent de décrire les principales entreprises actives sur le marché canadien des produits de toilette, lesquelles sont publiées par des organismes officiels comme Statistique Canada et le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche.

La présente section expose les principales caractéristiques de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette. Elle s'articule autour deux points, soit les données sur les établissements de fabrication de produits de toilette et les principales entreprises actives sur le marché canadien.



---

### ***Les données sur les établissements de production de produits de toilette***<sup>13</sup>

Les tableaux 4.1 à 4.5 présentent des données qui permettent d'établir les principales caractéristiques de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette et, en particulier, la situation de la composante québécoise de celle-ci. Ainsi, en 2003, l'industrie canadienne regroupe 207 établissements<sup>14</sup>. De ce nombre, 68 (32,9 p. 100) sont situés au Québec et 88 (42,5 p. 100) en Ontario, ce qui représente 75,4 p. 100 du total des établissements de fabrication de produits de toilette au Canada (se reporter aux tableaux 4.1 et 4.2).

En 2001, l'effectif total de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette est de l'ordre de 6 948 personnes dont 42,7 p. 100 (2 965) et 52,4 p. 100 (3 641) occupent respectivement un emploi au Québec et en Ontario (se reporter au tableau 4.3). C'est donc dire que les deux provinces regroupent à elles seules 95,1 p. 100 de tous les emplois de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette.

Par ailleurs, l'effectif des établissements de fabrication de produits de toilette est généralement peu élevé, puisque 52,7 p. 100 (N = 109) de ceux-ci ont à leur emploi 4 personnes ou moins (se reporter au tableau 4.4). À cet égard, il y a lieu de signaler quelques petites différences entre la situation observée au Québec et celle observée en Ontario. Ainsi, la proportion des établissements dont l'effectif est de 4 personnes ou moins est plus élevée en Ontario (60,2 p. 100) qu'au Québec (51,5 p. 100). De même, la proportion des établissements dont l'effectif est de 100 à 499 personnes est un peu plus élevée en Ontario (14,8 p. 100) qu'au Québec (11,8 p. 100). Par contre, la proportion des établissements dont l'effectif est de 5 à 99 personnes est plus élevée au Québec (33,8 p. 100) qu'en Ontario (23,9 p. 100). De même, toujours en 2003, le Québec regroupait deux des trois établissements dont l'effectif est égal ou supérieur à 500 personnes, alors que l'Ontario en regroupait un seul.

L'analyse des données du tableau 4.5 est intéressante puisqu'elle révèle que l'Ontario devance nettement le Québec pour ce qui est des livraisons manufacturières. En effet, en 2003, les établissements situés en Ontario ont effectué 69,6 p. 100 des livraisons manufacturières de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette, alors que ceux situés au Québec en ont effectué 26,5 p. 100. La situation du Québec ne s'est guère améliorée au cours des années 1999 à 2003, puisque la proportion des livraisons manufacturières est passée de 27,9 p. 100 à 26,5 p. 100 au cours de cette période, et ce, après avoir atteint un sommet de 33,3 p. 100 de l'ensemble des livraisons de l'industrie canadienne, en 2001.

---

13. Les données présentées dans cette section sont tirées de l'*Enquête annuelle des manufactures* de Statistique Canada.

14. L'établissement constitue la plus petite unité de production. De fait, une entreprise peut regrouper plusieurs établissements.

---

**Tableau 4.1 Répartition du nombre d'établissements et du nombre d'emplois liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), de 1995 à 2003**

Année	Nombre d'établissements	Nombre d'emplois
1995	75	7 160
1996	77	7 586
1997	77	7 257
1998	81	8 122
1999	71	7 408
2000 <sup>a</sup>	174	6 287
2001	168	6 948
2002	173	7 134
2003	207	— <sup>b</sup>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

- a. Les données présentées dans ce tableau proviennent de l'*Enquête annuelle des manufactures* de Statistique Canada. Au cours de l'année 2000, l'*Enquête* a fait l'objet d'importantes modifications conceptuelles et méthodologiques, ce qui explique l'écart entre le nombre d'établissements des années 1995 à 1999 et celui des années 2000 à 2002. Cet écart ne doit pas être interprété comme une augmentation subite du nombre d'établissements. En effet, notons que le nombre d'emplois rattachés à ces établissements est resté relativement constant de 1995 à 2002 et que le nombre d'établissements est resté constant de 2000 à 2002.
- b. La donnée n'est pas disponible.

**Tableau 4.2 Répartition du nombre d'établissements liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire pour l'année 2003**

Province ou territoire	Nombre d'établissements	
	N	%
Colombie-Britannique	35	16,9
Ontario	88	42,5
Québec	68	32,9
Autres provinces et territoires	16	7,7
<b>Canada</b>	<b>207</b>	<b>100,0</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

**Tableau 4.3 Répartition du nombre d'emplois liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire pour l'année 2001**

Province ou territoire	Nombre d'emplois	
	N	%
Ontario	3 641	52,4
Québec	2 965	42,7
Autres provinces et territoires	342	4,9
<b>Canada</b>	<b>6 948</b>	<b>100,0</b>

Source : STATISTIQUE CANADA.

**Tableau 4.4 Répartition du nombre d'établissements liés à l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire et selon la catégorie d'effectif pour l'année 2003**

Province ou territoire	Catégorie d'effectif								Nombre d'établissements	
	De 1 à 4		De 5 à 99		De 100 à 499		500 ou plus		N	%
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Colombie-Britannique	11	31,4	23	65,7	1	2,9	0	0,0	35	100,0
Ontario	53	60,2	21	23,9	13	14,8	1	1,1	88	100,0
Québec	35	51,5	23	33,8	8	11,8	2	2,9	68	100,0
Autres provinces et territoires	10	62,5	6	37,5	0	0,0	0	0,0	16	100,0
<b>Canada</b>	<b>109</b>	<b>52,7</b>	<b>73</b>	<b>35,3</b>	<b>22</b>	<b>10,6</b>	<b>3</b>	<b>1,4</b>	<b>207</b>	<b>100,0</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

**Tableau 4.5 Répartition des livraisons manufacturières (en milliers de dollars) de l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la province ou le territoire, de 1999 à 2003**

Province ou territoire	Année									
	1999		2000		2001		2002		2003	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ontario	856 230	68,6	742 952	64,0	783 346	63,1	843 865	66,9	897 098	69,6
Québec	348 610	27,9	369 181	31,8	412 556	33,3	371 978	29,5	341 816	26,5
Autres provinces et territoires	43 390	3,5	47 983	4,1	44 864	3,6	44 989	3,6	50 513	3,9
<b>Canada</b>	<b>1 248 230</b>	<b>100,0</b>	<b>1 160 116</b>	<b>100,0</b>	<b>1 240 766</b>	<b>100,0</b>	<b>1 260 832</b>	<b>100,0</b>	<b>1 289 427</b>	<b>100,0</b>

Source : STATISTIQUE CANADA. Les données ont été fournies par la Direction de la chimie, de la plasturgie, de la métallurgie et des équipements du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche.

---

### ***Les principales entreprises actives sur le marché canadien***

Les principales entreprises de fabrication de produits de toilette à l'échelle mondiale sont également actives sur le marché canadien. Les dix plus importantes entreprises représentent 57,0 p. 100 du marché canadien des produits de toilette. Parmi celles-ci signalons les compagnies Groupe L'Oréal, Johnson & Johnson et Estée Lauder, qui sont des entreprises importantes dans le marché des produits de soins pour la peau; Colgate-Palmolive, Procter & Gamble et GlaxoSmithKline, qui dominent dans le marché des produits d'hygiène dentaire; et Procter & Gamble, Groupe L'Oréal et Unilever, qui dominent dans le marché des produits de soins capillaires. L'entreprise Avon occupe une place significative dans le marché des produits de maquillage et de soins pour la peau et assure la distribution de ses produits par l'intermédiaire d'un réseau de vente directe fondé sur les représentantes et les représentants de l'entreprise.

#### **4.3.3 L'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette**

L'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette est décrite selon deux points, soit le nombre d'établissements et l'emploi dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette, et la structure de l'industrie de la fabrication de produits de toilette.

##### ***Le nombre d'établissements et l'emploi dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette***

Au Québec, en 2003, selon les données du Registre des entreprises produit par Statistique Canada, il y avait 61 entreprises de fabrication de produits de toilette, lesquelles exploitaient 67 établissements (se reporter au tableau 4.6). Les établissements de fabrication de produits de toilette sont principalement concentrés dans la grande région de Montréal, puisqu'elle regroupe près de 80,0 p. 100 de ceux-ci. À elle seule, la région administrative de Montréal regroupe 50,7 p. 100 des établissements. La région de la Montérégie en regroupe 20,9 p. 100, et les régions administratives de Laval et des Laurentides en regroupent respectivement 3,0 p. 100 et 4,5 p. 100.

Par ailleurs, l'emploi rattaché à la fabrication de produits de toilette a été relativement stable de 1998 à 2001, puisqu'il est passé de 2 865 à 2 965 personnes au cours de cette période (se reporter au tableau 4.7).

---

**Tableau 4.6 Répartition du nombre d'entreprises et du nombre d'établissements liés à l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) selon la région administrative pour l'année 2003**

Région administrative	Nombre d'entreprises		Nombre d'établissements	
	N	%	N	%
Bas-Saint-Laurent	1	1,6	1	1,5
Québec	4	6,6	5	7,5
Mauricie	1	1,6	1	1,5
Estrie	2	3,3	2	3,0
Montréal	29	47,5	34	50,7
Chaudière-Appalaches	2	3,3	2	3,0
Laval	3	4,9	3	4,5
Laurentides	4	6,6	4	6,0
Montérégie	14	23,0	14	20,9
Centre-du-Québec	1	1,6	1	1,5
<b>Province de Québec</b>	<b>61</b>	<b>100,0</b>	<b>67</b>	<b>100,0</b>

Source : STATISTIQUE CANADA, Registre des entreprises.

**Tableau 4.7 Répartition du nombre d'emplois liés à l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), de 1998 à 2001**

Année	Nombre d'emplois
1998	2 865
1999	2 606
2000	2 727
2001	2 965

Source : STATISTIQUE CANADA.

### *La structure de l'industrie de la fabrication de produits de toilette au Québec*

Les entreprises qui fabriquent des produits de toilette peuvent exercer d'autres activités rattachées à la fabrication de ces produits. En particulier, les entreprises peuvent exercer des activités liées à la recherche et au développement (R-D), à l'emballage, de même qu'à la commercialisation et à la distribution des produits de toilette<sup>15</sup>.

Par ailleurs, mentionnons que certaines entreprises qui fabriquent des produits de toilette sont également engagées dans la fabrication de médicaments ou de produits de santé naturels. Mentionnons aussi qu'il existe des entreprises spécialisées dans la fabrication et la vente des matières premières utilisées dans la fabrication des produits de toilette (extraits végétaux, huiles essentielles, fragrances, protéines, enzymes, agents de conservation, agents épaississants, agents

15. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *op. cit.*, p. 3.

stabilisants, pigments, etc.). Ces dernières entreprises ne fabriquent habituellement pas de produits de toilette<sup>16</sup>.

Il existe différents types d'entreprises de fabrication de produits de toilette. Tout d'abord, il y a les entreprises qui fabriquent leurs propres produits, c'est-à-dire des produits de marque maison. Les produits de marque maison sont des produits qui sont commercialisés sous une marque de commerce qui appartient à l'entreprise qui les a fabriqués. Ensuite, il y a les entreprises qui fabriquent des produits pour d'autres entreprises, ce qui est appelé la fabrication à façon. Une entreprise qui confie en sous-traitance la fabrication de un ou plusieurs de ses produits à des entreprises de fabrication à façon est propriétaire des marques de commerce de ses produits et se charge de les commercialiser. Une telle entreprise peut également se charger de la préparation de l'emballage de ses produits, puisque celui-ci est lié à l'image d'un produit et de sa marque de commerce. Enfin, il y a les entreprises qui fabriquent à la fois leurs produits de marque maison et des produits pour d'autres entreprises<sup>17</sup>.

Au Québec, l'industrie des produits de toilette regroupe des entreprises qui sont des filiales de grandes sociétés multinationales et des entreprises qui sont la propriété de capitaux canadiens ou québécois<sup>18</sup>. Plusieurs sociétés multinationales de l'industrie ont une place d'affaires située au Québec, mais seul le Groupe L'Oréal y effectue des activités de fabrication de produits de toilette (se reporter au tableau 4.8). En effet, les places d'affaires au Québec des autres sociétés multinationales sont plutôt utilisées pour assurer la distribution de leurs produits de toilette qui sont fabriqués hors Québec ou pour effectuer la fabrication d'autres types de produits tels que les produits alimentaires.

Parmi les grandes entreprises qui fabriquent leurs produits de toilette au Québec dont la propriété est canadienne ou québécoise, signalons l'entreprise Hurteau & associés inc., laquelle est connue pour sa marque de commerce Fruits & Passion, et l'entreprise Lise Watier Cosmétiques inc. La première fabrique et distribue des produits comme des huiles essentielles, des lotions de massage, des lotions de toilette, des produits pour les soins de la peau, des préparations capillaires, des préparations pour le bain, des savons en crème et des shampoings<sup>19</sup>. La seconde fabrique et distribue des produits cosmétiques, des parfums et des produits pour les soins de la peau.

---

16. Notons que l'industrie de la fabrication de produits chimiques destinés à la fabrication de produits de toilette est associée à la classe 325999 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), laquelle est intitulée Fabrication de tous les autres produits chimiques divers.

17. Notons qu'une entreprise peut confier une partie ou l'ensemble des activités rattachées à la commercialisation et à la distribution de ses produits à une autre entreprise.

18. MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE, *op. cit.*

19. Les renseignements sur les produits fabriqués sont tirés de la base de données du site Internet du CENTRE DE RECHERCHE INDUSTRIELLE DU QUÉBEC (CRIQ) [[www.icriq.com](http://www.icriq.com)].

---

**Tableau 4.8 Liste des plus importantes entreprises de l'industrie des produits de toilette à l'échelle mondiale selon qu'elles exercent ou non des activités de fabrication ou de distribution de produits de toilette au Québec**

Entreprises	Activités commerciales relatives aux produits de toilette	
	Fabrication	Distribution
Avon		✓
Colgate-Palmolive		✓
Estée Lauder		✓
Gillette		✓
GlaxoSmithKline		✓
Johnson & Johnson		✓
Groupe L'Oréal	✓	✓
Procter & Gamble		✓
Unilever		✓

#### 4.4 Le coût de fabrication dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette

Le coût de fabrication dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette est traité en deux points, soit les composantes du coût de fabrication des produits de toilette et le salaire annuel moyen dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette.

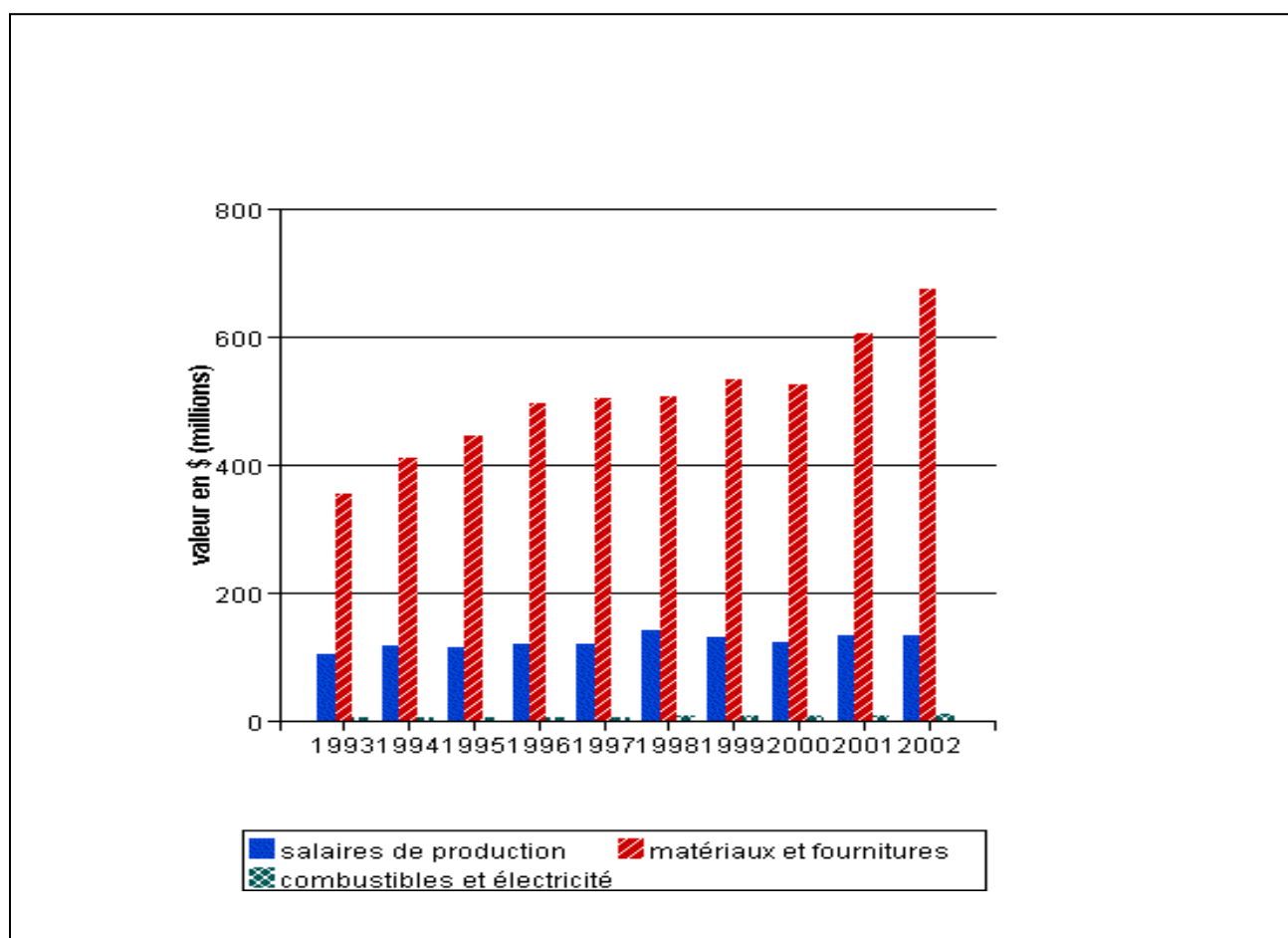
##### 4.4.1 Les composantes du coût de fabrication des produits de toilette

La figure 4.3 illustre la progression des trois composantes du coût de fabrication des produits de toilette dans les entreprises canadiennes au cours des années 1993 à 2002. Les composantes du coût de fabrication se rapportent respectivement aux salaires versés au personnel affecté à la production, au coût des matériaux et des fournitures et au coût des combustibles et de l'électricité utilisés pour fabriquer les produits de toilette. Ainsi, de 1993 à 2002, le coût des matériaux et des fournitures est passé de 355,2 à 677,0 millions de dollars, ce qui représente un taux de croissance annuel composé de 7,4 p. 100<sup>20</sup>. Au cours de la même période, le total des salaires versés au personnel affecté à la production est passé de 106,2 à 133,4 millions de dollars, ce qui représente une augmentation annuelle moyenne de l'ordre de 2,6 p. 100. Pour sa part, le coût des combustibles et de l'électricité est passé de 7,7 millions de dollars à 10,7 millions de dollars, ce qui représente une augmentation annuelle moyenne de 3,8 p. 100.

L'analyse des données sur le coût de fabrication met en évidence le fait que les matériaux et les fournitures sont de loin la composante la plus importante de celui-ci. En effet, comme l'illustre la figure 4.4, en 2002, il représente 83,0 p. 100 du coût de fabrication des produits de toilette dans les entreprises canadiennes. C'est donc dire que toute augmentation du prix des matériaux et des fournitures qui entrent dans la fabrication des produits de toilette a une incidence significative sur le coût de fabrication de ces produits.

20. Les données analysées dans la présente section sont tirées du site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

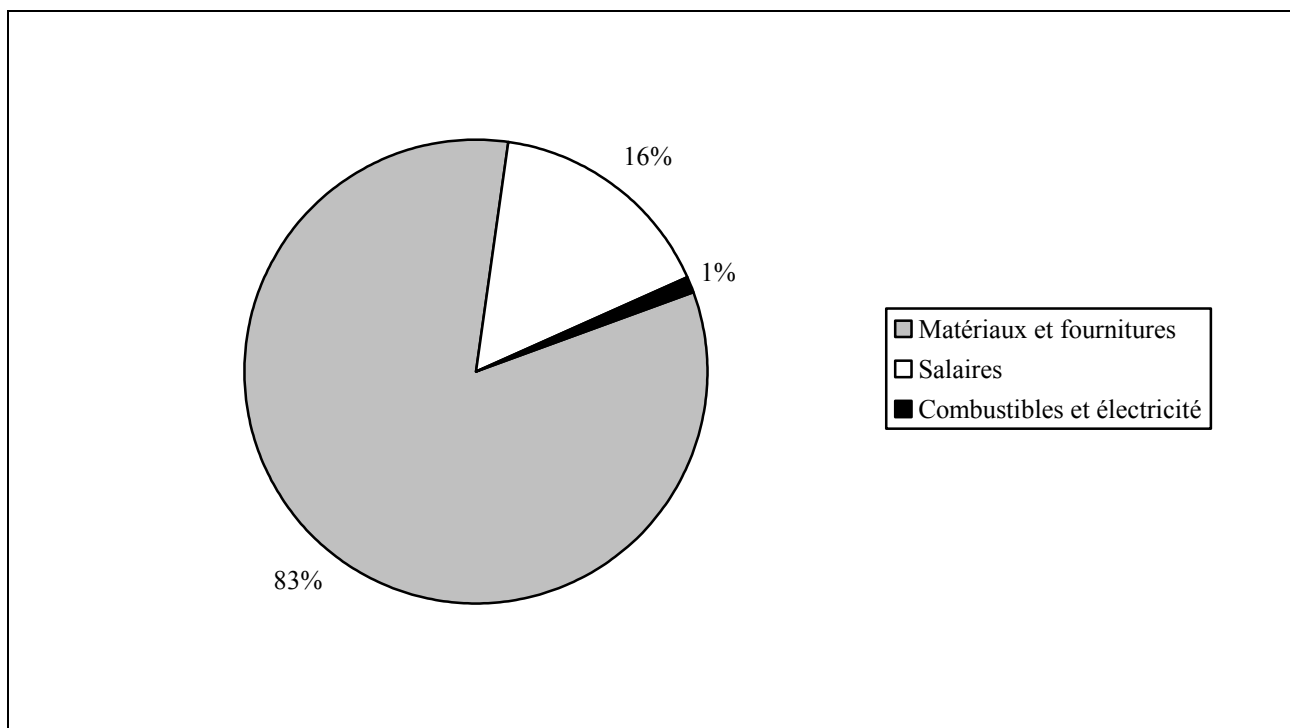
**Figure 4.3 Répartition (en valeur) des composantes du coût de production lié à la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), au Canada, en 2002**



Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].



**Figure 4.4 Répartition, en pourcentage, des composantes du coût de fabrication des produits de toilette (SCIAN 32562), au Canada, en 2002**



Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

#### 4.4.2 Le salaire annuel moyen dans l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette

Le tableau 4.9 présente les données du salaire annuel moyen du personnel associé à la production, du personnel associé à l'administration et de l'ensemble des deux catégories de personnel, et ce, pour l'industrie de la fabrication de produits de toilette et pour l'ensemble du secteur de la fabrication, au cours des années 1993 à 2002. Ainsi, le salaire annuel moyen du personnel de production de l'industrie de la fabrication de produits de toilette est passé de 25 013 à 31 422 dollars de 1993 à 2002, ce qui représente un taux de croissance annuel composé de 2,6 p. 100. En comparaison, le salaire annuel moyen pour le personnel affecté à la production pour l'ensemble du secteur de la fabrication (SCIAN 31-33) est passé de 32 166 à 37 229 dollars de 1993 à 2002, ce qui représente un taux de croissance annuel composé de 1,6 p. 100. Par ailleurs, le salaire annuel moyen du personnel d'administration de l'industrie de la fabrication de produits de toilette est passé de 43 088 à 50 665 dollars de 1993 à 2002, ce qui représente un taux de croissance annuel composé de 1,8 p. 100. En comparaison, le salaire annuel moyen pour le personnel affecté à l'administration pour l'ensemble du secteur de la fabrication est passé de 46 579 à 56 864 dollars de 1993 à 2002, ce qui représente un taux de croissance annuel composé de 2,2 p. 100.

On remarque que le salaire annuel moyen du personnel de l'industrie de la fabrication de produits de toilette est légèrement plus bas que celui du personnel de l'ensemble du secteur de la fabrication. En effet, en 2002, le salaire annuel moyen du personnel associé à la production dans l'ensemble du

secteur de la fabrication était plus élevé de 18,5 p. 100 par rapport à celui de l'industrie de la fabrication de produits de toilette. La même comparaison pour le personnel associé à l'administration révèle un écart de 12,2 p. 100 en faveur de l'ensemble du secteur de la fabrication.

**Tableau 4.9 Répartition du salaire annuel moyen (en dollars) du personnel associé à la production et du personnel associé à l'administration pour l'industrie canadienne de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562), et pour l'ensemble du secteur de la fabrication (SCIAN 31-33), de 1993 à 2004**

Année	Industrie de la fabrication des produits de toilette			Ensemble du secteur de la fabrication		
	Personnel associé à la production	Personnel associé à l'administration	Ensemble du personnel	Personnel associé à la production	Personnel associé à l'administration	Ensemble du personnel
1993	25 013	43 088	32 256	32 166	46 579	35 681
1994	27 829	43 743	34 383	33 130	48 068	36 728
1995	26 648	43 367	33 272	34 016	49 940	37 746
1996	26 258	44 117	33 255	34 022	50 794	37 798
1997	26 637	44 696	33 463	34 565	52 667	38 530
1998	25 729	45 315	32 023	34 726	54 097	38 848
1999	27 196	52 774	35 887	35 664	54 804	39 825
2000	32 338	49 626	39 108	36 426	56 922	40 395
2001	32 320	48 912	39 052	37 025	57 945	40 991
2002	31 422	50 665	39 217	37 229	56 864	41 541

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

## 4.5 Les importations et les exportations de produits de toilette

Le tableau 4.10 de même que les figures 4.5 et 4.6 illustrent la situation du Canada, dans son ensemble, et celle du Québec, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique, en particulier, au regard des importations et des exportations<sup>21</sup> de produits de toilette.

Les données du tableau 4.10 révèlent qu'au cours de la période qui s'échelonne de 1994 à 2003, le déficit commercial du Canada lié aux produits de toilette est passé de 315 à 569 millions de dollars, ce qui signifie que les importations de produits de toilette ont augmenté davantage que les exportations. Le déficit commercial de l'Ontario est passé de 133 à 427 millions de dollars, ce qui suit la tendance canadienne. La situation du Québec a été quelque peu différente, puisque son déficit commercial est passé de 134 à 53 millions de dollars, ce qui signifie que, dans cette province, les exportations de produits de toilette ont augmenté davantage que les importations.

Si on se reporte à la figure 4.5, on constate que la part des exportations ontariennes représente environ les trois quarts des exportations canadiennes de produits de toilette, mais que cette part a diminué de 9,0 p. 100 entre 1994 et 2003, passant de 82,7 p. 100 à 73,7 p. 100<sup>22</sup>. La part des

21. Notons que les exportations totales regroupent les exportations nationales, c'est-à-dire les produits issus des entreprises canadiennes, et les réexportations, c'est-à-dire les marchandises importées qui ressortent du Canada sans qu'elles aient été modifiées.

22. Se référer à l'annexe III pour consulter les tableaux liés aux mêmes données pour chacune des années.

exportations québécoises dans les exportations canadiennes, qui est beaucoup plus petite, au contraire, a augmenté de 8,4 p. 100, passant de 14,4 p. 100 à 22,8 p. 100 au cours de la même période. Pour ce qui est des importations, la figure 4.6 montre que la part des importations ontariennes dans les importations canadiennes de produits de toilette a augmenté de 12,0 p. 100, passant de 62,2 p. 100 à 74,2 p. 100. La part québécoise des importations a plutôt diminué de 10,6 p. 100, passant de 28,5 p. 100 à 17,9 p. 100.

Les États-Unis représentent le principal marché d'exportation du Québec pour ce qui est des produits de toilette (se reporter à la figure 4.7)<sup>23</sup>. En effet, de 1994 à 2003, la part des exportations totale du Québec vers les États-Unis est passée de 83,6 p. 100 à 93,7 p. 100. De plus, tout comme ce qui est observé pour les exportations, la plus grande part des réexportations est également dirigée vers les États-Unis (se reporter à la figure 4.8). Notons que la part des réexportations dans les exportations du Québec en ce qui a trait aux produits de toilette représentait 10,6 p. 100 en 2003.

Depuis 2002, la France constitue le principal marché d'importation du Québec pour ce qui est des produits de toilette (se reporter à la figure 4.9). De 1994 à 2002, les produits de toilette importés au Québec provenaient plutôt des États-Unis. De 1994 à 2003, la part des importations de produits de toilette du Québec en provenance de la France est passée de 31,1 p. 100 à 46,3 p. 100, ce qui représente une augmentation de 15,2 p. 100. Notons que, en 2003, la part du Québec dans les importations canadiennes de produits de toilette en provenance de la France s'élevait à 65,4 p. 100<sup>24</sup>. Pour ce qui est des États-Unis, la part des importations de produits de toilette du Québec en provenance de ce pays est passée de 57,7 p. 100 à 32,3 p. 100 de 1994 à 2003, ce qui représente une diminution de 25,4 p. 100. Au cours de la même période, les importations du Québec de produits de toilette en provenance de pays comme le Royaume-Uni, l'Italie, la Chine, l'Irlande, l'Espagne et la Belgique ont augmenté de manière significative, et ce, même si, en valeur nominale, elles sont relativement peu élevées, puisqu'elles étaient de l'ordre de cinq millions de dollars canadiens ou moins, en 2003. Notons une exception : en 2003, les importations en provenance du Royaume-Uni étaient de l'ordre de 16 millions de dollars canadiens.

---

23. Se reporter à l'annexe III pour consulter les données en valeur nominale.

24. Les importations canadiennes de produits de toilette en provenance de la France s'élevaient à 201 millions, en 2003, dont 131 millions visaient le Québec.

---

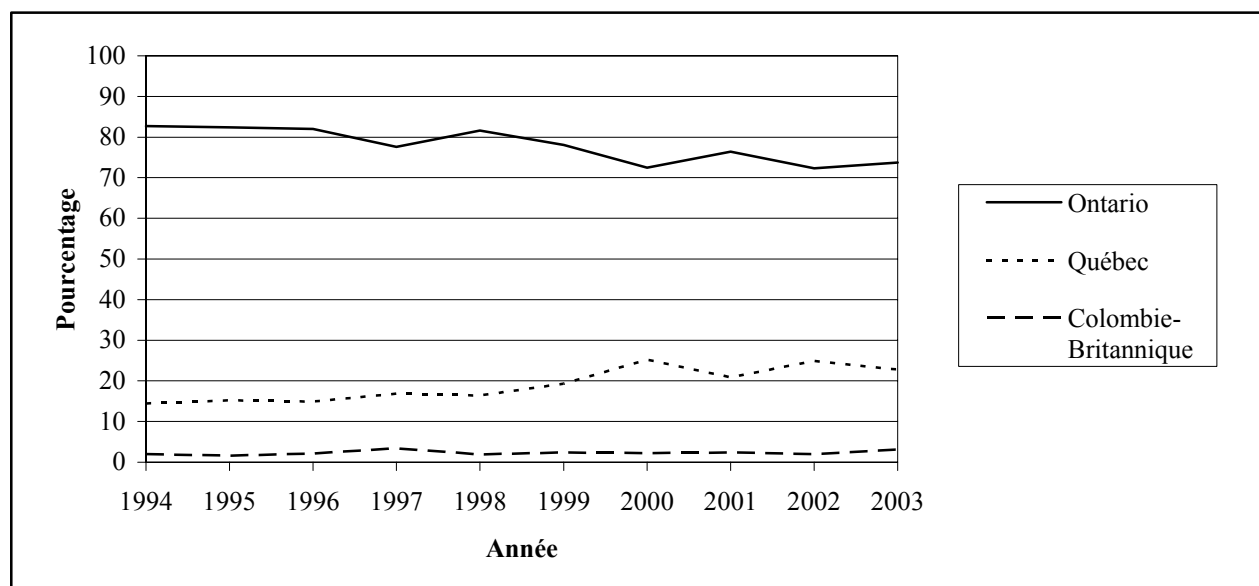
**Tableau 4.10 Répartition des exportations et des importations (en millions de dollars) de l'industrie de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) en Colombie-Britannique, en Ontario, au Québec et dans l'ensemble du Canada de 1994 à 2003**

Province ou pays	Type d'échange	Année						
		1994	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Colombie-Britannique	Exportations	6	11	15	16	21	20	31
	Importations	29	45	50	59	63	69	65
	<b>Balance commerciale</b>	<b>-22</b>	<b>-34</b>	<b>-36</b>	<b>-43</b>	<b>-42</b>	<b>-49</b>	<b>-34</b>
Ontario	Exportations	253	474	482	538	680	719	748
	Importations	386	779	823	872	1 000	1 143	1 176
	<b>Balance commerciale</b>	<b>-133</b>	<b>-306</b>	<b>-342</b>	<b>-334</b>	<b>-319</b>	<b>-423</b>	<b>-427</b>
Québec	Exportations	44	95	119	187	186	248	231
	Importations	177	221	237	262	287	279	284
	<b>Balance commerciale</b>	<b>-134</b>	<b>-127</b>	<b>-117</b>	<b>-76</b>	<b>-101</b>	<b>-30</b>	<b>-53</b>
Canada	Exportations	306	581	617	742	890	994	1 015
	Importations	621	1 099	1 165	1 258	1 418	1 561	1 584
	<b>Balance commerciale</b>	<b>-315</b>	<b>-518</b>	<b>-548</b>	<b>-516</b>	<b>-528</b>	<b>-567</b>	<b>-569</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [www.ic.gc.ca].

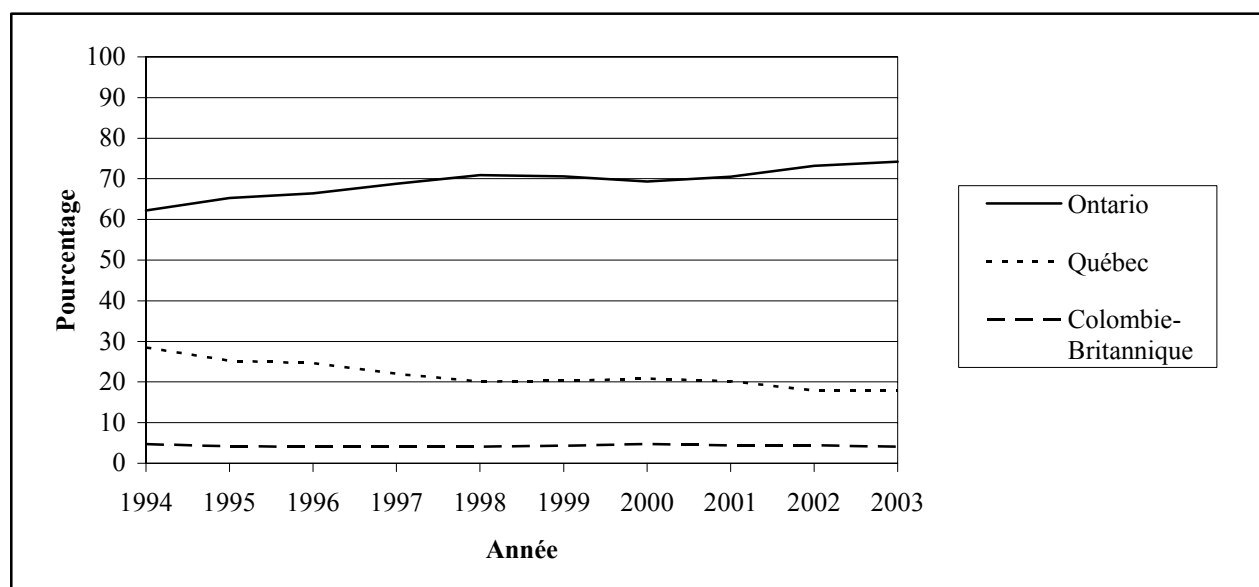
- a. Les valeurs associées à la balance commerciale peuvent ne pas correspondre exactement à la soustraction des exportations et des importations, et ce, en raison du fait que les montants réunis dans ce tableau ont été arrondis afin d'être présentés en millions de dollars.

**Figure 4.5** Variation en pourcentage des exportations canadiennes de produits de toilette (SCIAN 32562) de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec, de 1994 à 2003



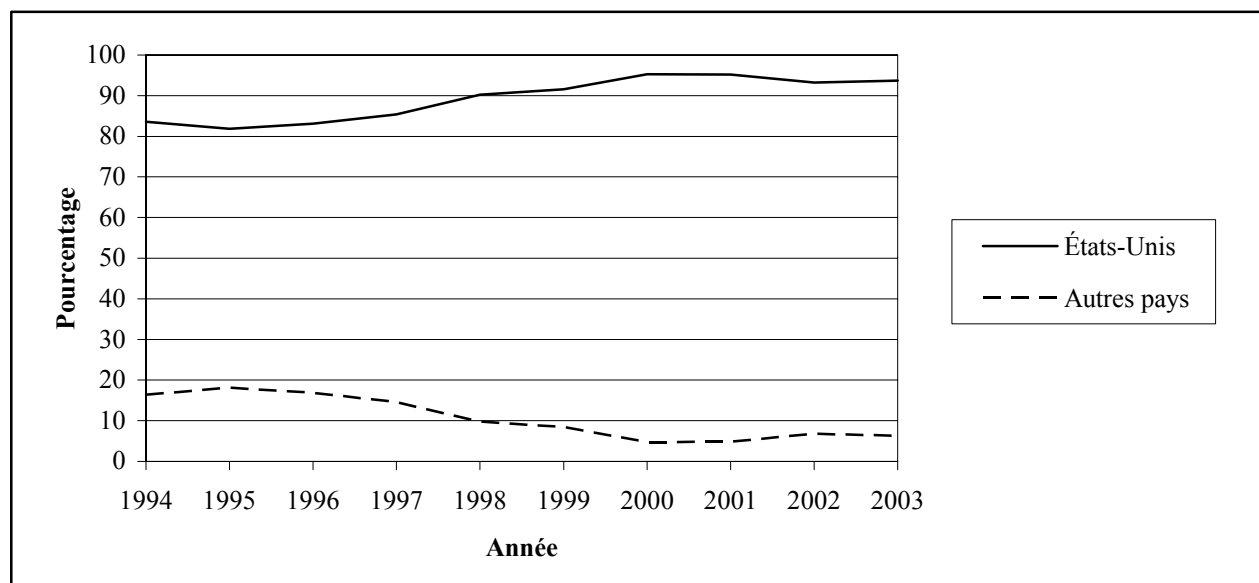
Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

**Figure 4.6** Variation en pourcentage des importations canadiennes de produits de toilette (SCIAN 32562) de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec, de 1994 à 2003



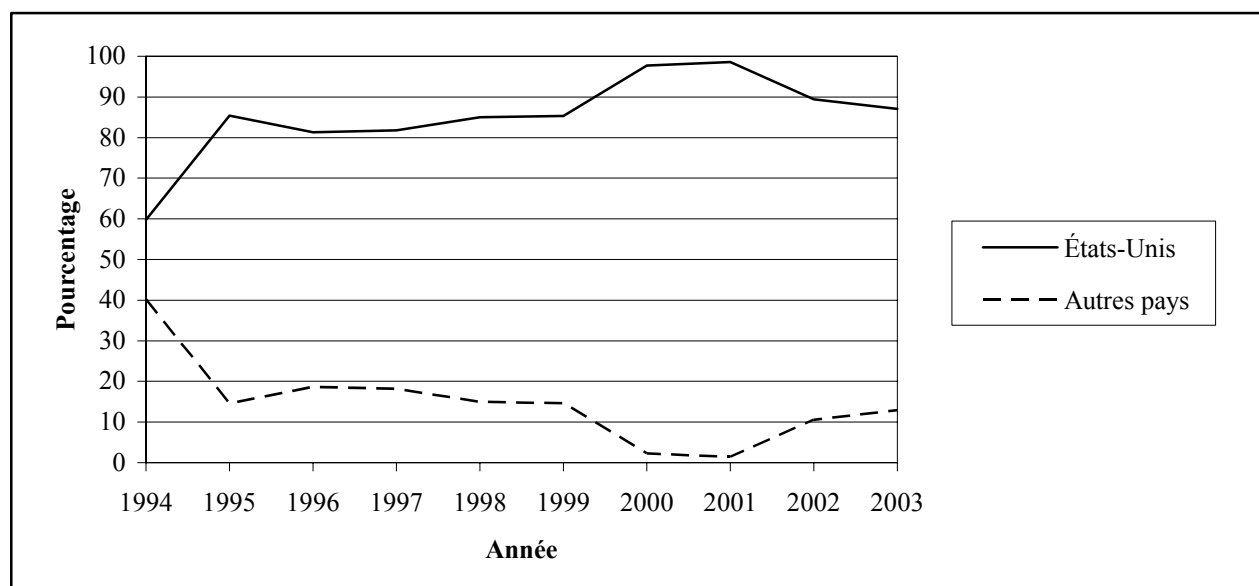
Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

**Figure 4.7** Variation en pourcentage des exportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) selon le pays de destination, de 1994 à 2003



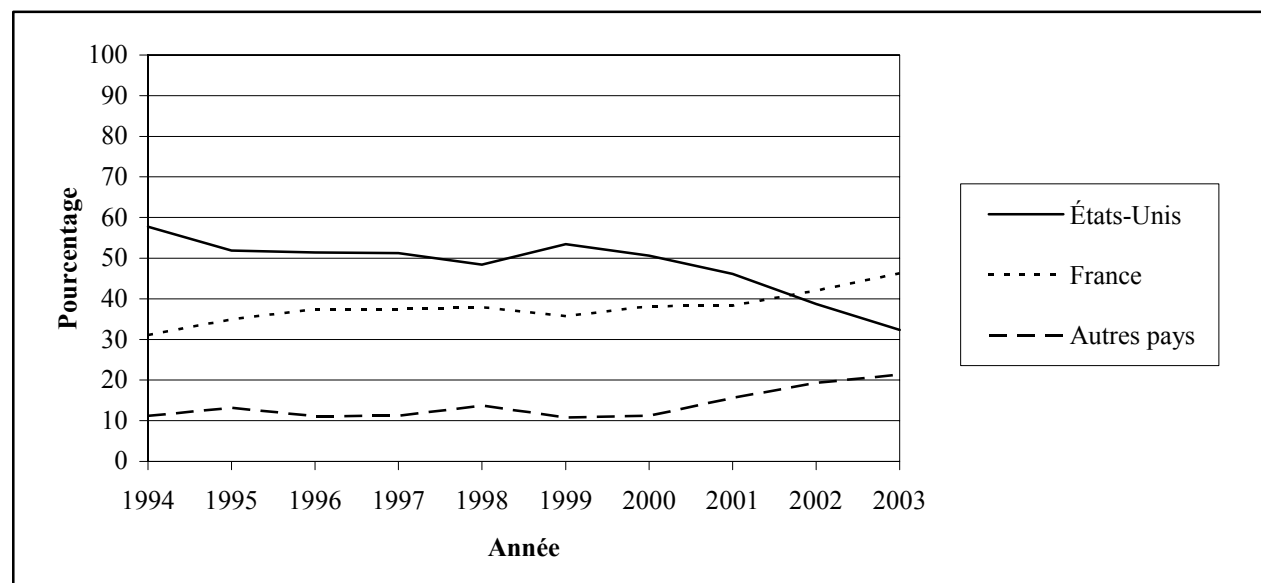
Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

**Figure 4.8** Variation en pourcentage des réexportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) selon le pays de destination, de 1994 à 2003



Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

**Figure 4.9** Variation en pourcentage des importations québécoises de produits de toilette selon le pays d'origine, de 1994 à 2003



Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA [[www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)].

---

## **5 La réglementation en vigueur dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette**

La réglementation en vigueur dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette est traitée selon les points suivants :

- le recensement de la réglementation relative aux produits cosmétiques;
- la classification des produits en tant que cosmétique ou drogue;
- les ingrédients utilisés dans les produits;
- les conditions hygiéniques de fabrication;
- l'emballage et l'étiquetage;
- les allégations relatives aux produits cosmétiques;
- la Déclaration de cosmétique;
- l'importation et l'exportation.

### **5.1 Le recensement de la réglementation relative aux produits cosmétiques**

Tous les produits de toilette destinés à être vendus aux consommatrices et aux consommateurs canadiens doivent satisfaire aux exigences de la réglementation en vigueur dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette, qui relève principalement du gouvernement fédéral.

La réglementation de l'industrie renvoie principalement à la *Loi sur les aliments et drogues*; au *Règlement sur les cosmétiques*; à la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*; à la directive de Santé Canada intitulée *L'étiquetage des cosmétiques*; à la *Liste critique des ingrédients dont l'utilisation est restreinte ou interdite dans les cosmétiques* de Santé Canada; et au document intitulé *Lignes directrices : Allégations acceptables pour la publicité et l'étiquetage des cosmétiques* préparé conjointement par l'Association canadienne des cosmétiques, produits de toilette et parfums, Les normes canadiennes de la publicité et Santé Canada. La réglementation de l'industrie renvoie aussi à quelques politiques de Santé Canada relatives à certains types de produits de toilette, notamment la politique intitulée *Restrictions se rapportant au pH et aux ingrédients des produits dépilatoires*.

La réglementation relative aux produits de toilette touche divers aspects de la fabrication, du conditionnement et de la vente de ces produits. Les principaux éléments de cette réglementation sont décrits dans les lignes qui suivent.

### **5.2 La classification des produits en tant que cosmétique ou drogue**

Selon la *Loi sur les aliments et drogues*, au Canada, un produit de toilette ne peut avoir qu'une seule dénomination, soit un cosmétique, soit une drogue. Dans cette loi, un cosmétique est défini comme suit : « Notamment les substances ou mélanges de substances fabriqués, vendus ou présentés comme pouvant servir à embellir, purifier ou modifier le teint, la peau, les cheveux ou les dents, y compris

---



---

les désodorisants et les parfums.» Selon cette même loi, une drogue, dans son sens légal de médicament, est définie ainsi : « Sont compris parmi les drogues les substances ou mélanges de substances fabriqués, vendus ou présentés comme pouvant servir : a) au diagnostic, au traitement, à l'atténuation ou à la prévention d'une maladie, d'un désordre, d'un état physique anormal ou de leurs symptômes, chez l'être humain ou les animaux; b) à la restauration, à la correction ou à la modification des fonctions organiques chez l'être humain ou les animaux; c) à la désinfection des locaux où des aliments sont gardés. » À cet égard, précisons qu'une drogue, dans son sens légal de médicament, possède un numéro d'identification, lequel est également connu sous l'acronyme DIN, qui renvoie à l'appellation anglaise *drug identification number*.

Santé Canada a la responsabilité de classer chaque produit de toilette dans l'une ou l'autre de ces catégories. Ce processus est important puisque la réglementation associée à la fabrication et à la vente d'un cosmétique est différente de celle associée à la fabrication et à la vente d'une drogue. Dans le processus de classification de chaque produit, Santé Canada tient compte de deux facteurs : la composition du produit et l'utilisation proposée du produit. La composition d'un produit de toilette peut déterminer si celui-ci doit être considéré comme une drogue. Un produit peut être considéré de la sorte s'il contient un ingrédient qui, de par sa nature ou sa concentration, ne peut être associé qu'à une drogue. En ce qui a trait à l'utilisation proposée d'un produit, celle-ci se rapporte aux allégations relatives à l'utilité et à l'effet d'un produit. On trouve ces allégations sur l'étiquette, l'emballage ou le prospectus d'emballage du produit de même que dans la publicité relative au produit. La réglementation établit que les allégations liées aux drogues sont inadmissibles pour les cosmétiques, c'est-à-dire qu'aucun cosmétique ne peut être présenté comme ayant des effets thérapeutiques tels que décrits dans la définition de drogue de la *Loi sur les aliments et drogues*. À titre d'exemple, mentionnons que les désodorisants entrent dans la catégorie des cosmétiques puisque qu'ils masquent l'odeur de sueur avec du parfum, tandis que les antisudorifiques entrent dans la catégorie des drogues puisqu'ils modifient la fonction organique de la production de sueur.

Il est important de mentionner que les entreprises qui fabriquent à la fois des produits de toilette légalement classifiés comme des cosmétiques et des produits de toilette classifiés comme des drogues doivent se conformer aux deux réglementations distinctes associées à ces types de produits. À ce propos, notons que la réglementation sur les drogues est, de manière générale, plus exigeante envers les entreprises qui doivent s'y conformer que la réglementation sur les cosmétiques. C'est pourquoi ces entreprises ont le plus souvent une structure semblable à celle des entreprises pharmaceutiques, ce qui permet de répondre aux exigences des deux réglementations.

### **5.3 Les ingrédients utilisés dans les produits**

Selon la *Loi sur les aliments et drogues*, il est interdit de vendre un cosmétique qui contient une substance qui pourrait nuire à la santé de la personne qui en fait usage de manière normale. Afin d'aider les fabricants de cosmétiques à se conformer aux exigences de cette loi, Santé Canada a dressé une liste de substances dont l'utilisation dans la composition des cosmétiques est restreinte ou interdite. Cette liste énumère des substances considérées comme nuisibles pour la santé de même que des substances considérées comme ayant un effet actif ou thérapeutique qui ne peuvent se retrouver que dans un produit pharmaceutique. Précisons que cette liste est révisée et mise à jour par Santé Canada au fur et à mesure que de nouvelles données scientifiques sont disponibles.

---

---

Si Santé Canada découvre qu'un produit cosmétique actuellement en vente contient un ingrédient qui figure sur la Liste critique, l'organisme peut exiger que le fabricant :

- retire cet ingrédient dans la formulation du produit;
- réduise la concentration de l'ingrédient à un niveau acceptable tel que déterminé dans la Liste critique;
- envisage de commercialiser le produit en tant que médicament s'il contient une substance associée exclusivement aux drogues;
- prouve l'innocuité du produit pour l'usage prévu s'il contient une substance interdite.

Il est important de mentionner que le rejet d'un produit comme cosmétique ne garantit pas nécessairement son acceptation comme médicament, puisque la sécurité et l'efficacité du produit doivent alors être démontrées selon les exigences de la réglementation sur les drogues.

#### **5.4 Les conditions hygiéniques de fabrication**

D'après la *Loi sur les aliments et drogues*, il est interdit « de vendre un cosmétique qui [...] est composé, en tout ou en partie, d'une substance malpropre ou décomposée ou d'une matière étrangère ». De plus, il est interdit « de fabriquer, de préparer, de conserver, d'emballer ou d'emmagasiner pour la vente un cosmétique dans des conditions non hygiéniques ». Dans cette même loi, les conditions non hygiéniques sont définies comme des « conditions ou circonstances de nature à contaminer des aliments, drogues ou cosmétiques par le contact de choses malpropres, ou à les rendre nuisibles à la santé ».

Mentionnons que cet aspect de la réglementation a une incidence sur la qualification du personnel associé à chacune des étapes de la fabrication de produits de toilette. En effet, le respect de ces exigences suppose que le personnel concerné maîtrise des procédures de travail particulières et fasse preuve d'une vigilance constante par rapport aux conditions hygiéniques. De telles compétences demandent une formation appropriée.

#### **5.5 L'emballage et l'étiquetage**

La réglementation établit un ensemble de normes quant à l'emballage des produits de toilette, principalement afin d'assurer la sécurité des personnes. À titre d'exemple, certaines normes ont trait aux contenants sous pression des produits aérosols tandis que d'autres portent sur les produits dont le contenant doit comporter un dispositif de sécurité pour les enfants.

Certaines normes se rapportent à l'étiquetage, terme qui renvoie à toute inscription apparaissant sur l'emballage d'un produit ou à l'intérieur de cet emballage. Ces normes ont principalement trait aux renseignements qui doivent obligatoirement se retrouver sur l'étiquette<sup>1</sup>, au format et à l'emplacement des inscriptions, au bilinguisme, à la déclaration de la quantité nette du produit, au mode d'emploi et aux mises en garde. Les normes quant aux mises en garde visent à assurer que

---

1. Mentionnons qu'au cours de l'année 2004, le *Règlement sur les cosmétiques* a été modifié afin de rendre obligatoire l'inscription des ingrédients des produits cosmétiques sur l'étiquette, et ce, en utilisant la *Nomenclature internationale des ingrédients cosmétiques*.

---

---

l'utilisatrice ou l'utilisateur est prévenu de tout risque lié à l'utilisation du produit, incluant ceux liés à une utilisation anormale. Par ailleurs, comme il a déjà été mentionné, certaines normes se rapportent aux allégations relatives à l'utilité et à l'effet. Cet aspect de la réglementation est traité dans la section suivante.

## 5.6 Les allégations relatives aux produits cosmétiques

Les allégations relatives au produit décrivent, rappelons-le, son utilité et son effet et sont inscrites sur l'étiquette, sur l'emballage ou sur le prospectus d'emballage du produit. Ces allégations se retrouvent aussi dans la publicité relative au produit. Rappelons également que la réglementation établit que les allégations liées aux drogues sont inadmissibles pour les cosmétiques, c'est-à-dire qu'aucun cosmétique ne peut être présenté comme ayant des effets thérapeutiques tels que décrits dans la définition de drogue de la *Loi sur les aliments et drogues*. À ce propos, le document *Lignes directrices : Allégations acceptables pour la publicité et l'étiquetage des cosmétiques* comprend une liste d'exemples d'allégations admissibles et d'allégations inadmissibles pour divers types de produits cosmétiques. Pour reprendre l'exemple du désodorisant, ce document indique que l'allégation « Combat les mauvaises odeurs » peut être associée à ce type de produit tandis que l'allégation « Contrôle la transpiration » ne peut l'être parce qu'elle renvoie à la modification d'une fonction organique.

Le terme « cosméceutique », utilisé dans l'industrie des produits de toilette, se rapporte à un produit cosmétique qui possède à la fois des qualités de cosmétique et des qualités de drogue. Selon la réglementation, un tel type de produit entre dans la catégorie des drogues puisque, bien que les allégations et les ingrédients associés aux drogues soient inadmissibles pour les cosmétiques, les allégations et les ingrédients associés aux cosmétiques sont admissibles pour les drogues. En d'autres mots, une drogue peut, en plus de ses propriétés de drogue, posséder des propriétés de cosmétique. Toutefois, rappelons qu'un cosméceutique n'entre pas automatiquement dans la catégorie des drogues. Un tel produit doit en effet respecter les exigences de la réglementation sur les drogues.

## 5.7 La Déclaration de cosmétique

Selon le *Règlement sur les cosmétiques*, un fabricant doit présenter une Déclaration de cosmétique à Santé Canada pour chaque cosmétique qu'il se propose de vendre au Canada. La présentation de cette déclaration ne signifie pas que le produit est approuvé par Santé Canada ou qu'il est conforme aux exigences de la *Loi sur les aliments et drogues*, du *Règlement sur les cosmétiques* et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*. C'est au fabricant qu'incombe la responsabilité de veiller au respect de ces exigences. La Déclaration de cosmétique doit notamment comprendre un exemplaire des étiquettes utilisées sur l'emballage du produit, une description de la fonction du produit, de même qu'une liste des ingrédients contenus dans le cosmétique qui précise la concentration de ceux-ci. Précisons que les renseignements contenus dans cette déclaration doivent être tenus à jour par le fabricant.

---

---

## 5.8 L'importation et l'exportation

La réglementation sur les cosmétiques établit également quelques normes relatives à l'importation et à l'exportation. Mentionnons notamment qu'il est interdit d'importer un cosmétique dont la vente aux consommatrices et aux consommateurs canadiens enfreindrait la réglementation en vigueur au Canada, sauf si ce produit devient légal à la suite d'une modification du cosmétique, de son emballage ou de son étiquette, procédure qui devra alors être effectuée sous la surveillance d'une inspectrice ou d'un inspecteur de Santé Canada. Ajoutons que l'entreprise qui importe un cosmétique doit, au même titre que les autres entreprises canadiennes, présenter une Déclaration de cosmétique à Santé Canada.

Par ailleurs, en ce qui a trait à l'exportation, mentionnons que les cosmétiques qui sont fabriqués ou vendus au Canada pour être consommés dans un autre pays sont exemptés des dispositions de la *Loi sur les aliments et drogues*. Le mot « export » ou « exportation » doit alors être imprimé sur l'emballage et un certificat réglementaire doit être délivré, attestant que l'emballage et son contenu n'enfreignent aucune règle de droit connue du pays auquel il est destiné.

En somme, il faut voir que différentes lois et directives ou règlements visent les entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette et que celles-ci ont la responsabilité de prendre les mesures nécessaires pour les respecter, notamment en ce qui a trait à la formation du personnel à ce propos. Il faut voir aussi que la réglementation qui vise les entreprises de l'industrie varie en fonction du type de produits de toilette qu'elles fabriquent.

---

---

**PARTIE III**  
**LE RÉSULTAT DE L'ENQUÊTE**

---

---

## 6 La description des entreprises et de la main-d'œuvre

Le présent chapitre fait état de l'analyse des données relatives aux caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête et à celles de la main-d'œuvre qu'elles regroupent. Il se divise en deux points, soit les principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête, et le profil de la main-d'œuvre et les échelles de salaire selon le poste occupé.

### 6.1 Les principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête

La description des principales caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête est articulée autour des quatre éléments suivants : les principales activités des entreprises consultées, leur effectif, leur chiffre d'affaires et leur marché.

#### *Les principales activités des entreprises consultées*

Les principales activités exercées par les 20 entreprises qui ont participé à l'enquête se rapportent à ce qui suit : 45,0 p. 100 des entreprises exercent des activités liées à la fabrication des produits de marque maison et aux services de fabrication à façon, 35,0 p. 100 exercent des activités liées à la fabrication de produits de marque maison seulement, et 20,0 p. 100 exercent des activités liées aux services de fabrication à façon seulement (se reporter au tableau 6.1).

Pour ce qui est du type de produits fabriqués, la vaste majorité des 18 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet, à savoir 83,3 p. 100 d'entre elles, fabriquent des produits pour la peau, que ce soit des produits de maquillage, de nettoyage ou de soins (se reporter au tableau 6.2). De plus, 66,7 p. 100 des entreprises fabriquent également des produits pour les cheveux. Par ailleurs, notons que quelques entreprises ont indiqué fabriquer des produits qui n'entrent pas dans la catégorie des produits de toilette tels que des vitamines, des minéraux et des antioxydants, des produits de santé naturels et des médicaments. Notons aussi qu'environ le tiers des entreprises consultées fabriquent un ou plusieurs produits qui sont légalement définis comme des drogues et qui doivent posséder un numéro d'identification de médicament (DIN)<sup>1</sup> (se reporter au tableau 6.3).

Enfin, les données présentées dans les tableaux 6.4 et 6.5 révèlent que la grande majorité des entreprises consultées mènent des activités relatives à la recherche et au développement, soit 80,0 p. 100 d'entre elles, ainsi que des activités liées à la formulation de produits de toilette, soit 85,0 p. 100 d'entre elles.

---

1. Rappelons qu'une drogue, dans son sens légal de médicament, possède un numéro d'identification, lequel est également connu sous l'acronyme DIN, qui renvoie à l'appellation anglaise *drug identification number*. Rappelons également que les entreprises qui fabriquent une drogue en plus de fabriquer un cosmétique doivent se conformer à la réglementation sur les drogues en plus de se conformer à celle sur les cosmétiques. C'est pourquoi ces entreprises ont le plus souvent une structure semblable à celle des entreprises pharmaceutiques.

---

---

### ***L'effectif des entreprises consultées***

Au total, les 20 entreprises qui ont participé à l'enquête ont à leur emploi 1 265 personnes. Ainsi, à la lumière des données réunies dans le tableau 6.6, on remarque que l'effectif total de 45,0 p. 100 d'entre elles est de 19 personnes ou moins et qu'il est de 100 personnes ou plus en ce qui concerne le quart des entreprises, soit 25,0 p. 100 d'entre elles. Par ailleurs, il y a lieu de rappeler que l'effectif moyen des entreprises qui ont participé à l'enquête est de 63,3 personnes et que leur effectif médian est de 26 personnes.

### ***Le chiffre d'affaires des entreprises consultées***

En ce qui concerne le chiffre d'affaires annuel des entreprises consultées, l'examen des données présentées dans le tableau 6.7 révèle qu'une part importante des 19 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet, à savoir 42,1 p. 100 d'entre elles, ont un chiffre d'affaires qui se situe entre 1 000 000 et 4 999 999 dollars. L'examen des données révèle également que le chiffre d'affaires annuel de 31,5 p. 100 des entreprises est de 5 000 000 dollars ou plus et que celui de 15,8 p. 100 des entreprises se situe entre 100 000 et 499 999 dollars.

Pour ce qui est de l'évolution du chiffre d'affaires des entreprises, l'analyse des données réunies dans les tableaux 6.8 et 6.9 révèle ce qui suit. La majorité des entreprises, à savoir 78,6 p. 100 d'entre elles, ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours des cinq dernières années de même qu'au cours des deux dernières années. Une seule des entreprises consultées a indiqué une baisse récente de son chiffre d'affaires. De plus, 83,3 p. 100 des entreprises estiment que leur chiffre d'affaires devrait augmenter au cours des deux prochaines années.

Les entreprises consultées attribuent l'augmentation de leur chiffre d'affaires au cours des dernières années ainsi que celle qu'elles prévoient pour les deux prochaines années aux mêmes facteurs, lesquels sont les suivants : le développement et la mise en marché de nouveaux produits; l'arrivée de nouveaux clients pour la fabrication à façon; l'augmentation des points de vente et l'exportation vers de nouveaux pays; l'embauche de personnel plus qualifié pour occuper des postes stratégiques tels que ceux liés à la recherche et au développement ainsi que ceux liés à la vente et au marketing; et l'investissement en matière d'équipement de production qui permet un volume de production plus important. À ce propos, il faut signaler qu'un facteur a été désigné comme nuisant à l'augmentation du chiffre d'affaires lié à la fabrication à façon. Il s'agit de la perte de clients qui font dorénavant fabriquer leurs produits à l'extérieur du pays, notamment en Asie.

### ***Le marché des entreprises consultées***

À la lumière des données présentées dans les tableaux 6.10 et 6.11, force est de constater que l'exportation est une caractéristique importante de l'industrie québécoise de la fabrication de produits de toilette. En effet, la plupart des 19 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet, à savoir 78,9 p. 100 d'entre elles, ont indiqué exporter les produits qu'elles fabriquent en dehors du Québec. Ainsi, la vaste majorité des entreprises concernées comptent des clients dans les autres provinces canadiennes (93,3 p. 100) et aux États-Unis (80,0 p. 100), alors que près de la moitié des entreprises comptent des clients en Europe (46,7 p. 100) et en Asie (46,7 p. 100). À titre indicatif, précisons que 20,0 p. 100 des entreprises concernées comptent des clients dans d'autres États, soit en Amérique du Sud, en Amérique centrale ou aux Antilles.

---

**Tableau 6.1 Répartition des entreprises selon les activités qui caractérisent leur mission**

Activité	N	%
Fabrication de produits de marque maison et services de fabrication à façon	9	45,0
Fabrication de produits de marque maison seulement	7	35,0
Services de fabrication à façon seulement	4	20,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.2 Répartition des entreprises selon les types de produits fabriqués**

Type de produits	R <sup>a</sup>	%
Produits pour la peau (produits de maquillage, de nettoyage et de soins)	15	83,3
Produits pour les cheveux	12	66,7
Huiles de massage	6	33,3
Produits cosmétiques solaires	5	27,8
Produits dépilatoires	4	22,2
Désodorisants	4	22,2
Parfums, eaux de Cologne, fragrances ou produits pour aromathérapie	4	22,2
Vitamines, minéraux ou antioxydants	3	16,7
Produits de santé naturels	3	16,7
Produits intimes (lubrifiants et produits topiques liés aux relations sexuelles)	1	5,6
Produits d'hygiène buccale	1	5,6
Médicaments	1	5,6
Produits pour les ongles	0	0,0
Autres produits	4	22,2
<b>N</b>	<b>18</b>	<b>—</b>

- a. Dans le présent tableau, ainsi que dans les tableaux subséquents du présent rapport, **R** désigne le nombre de réponses à chacun des éléments de la question, tandis que **N** désigne le nombre d'entreprises différentes qui ont répondu à la question. Ainsi, la somme des **R** est supérieure à **N** parce que chaque entreprise a pu répondre à plus d'un élément de la question. À titre d'exemple, 15 entreprises ont répondu qu'elles fabriquent des produits pour la peau. Cela représente une proportion de 83,3 p. 100 des 18 entreprises qui ont répondu à la question.

**Tableau 6.3 Répartition des entreprises selon qu'elles fabriquent ou non un ou des produits qui sont légalement définis comme des drogues et qui doivent posséder un numéro d'identification de médicament (DIN)**

Catégorie	N	%
Oui	5	33,3
Non	10	66,7
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>



**Tableau 6.4 Répartition des entreprises selon qu'elles mènent ou non des activités relatives à la recherche et au développement (R-D) appliquées à la fabrication de produits de toilette**

Catégorie	N	%
Oui	16	80,0
Non	4	20,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.5 Répartition des entreprises selon qu'elles mènent ou non des activités relatives à la formulation de produits de toilette**

Catégorie	N	%
Oui	17	85,0
Non	3	15,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.6 Répartition des entreprises selon la catégorie d'effectif**

Catégorie d'effectif	N	%
De 1 à 9 personnes	4	20,0
De 10 à 19 personnes	5	25,0
De 20 à 29 personnes	1	5,0
De 30 à 39 personnes	3	15,0
De 40 à 49 personnes	1	5,0
De 50 à 74 personnes	1	5,0
De 75 à 99 personnes	0	0,0
100 personnes ou plus	5	25,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.7 Répartition des entreprises selon le chiffre d'affaires annuel**

Catégorie de chiffre d'affaires	N	%
Moins de 100 000 \$	1	5,3
De 100 000 \$ à 499 999 \$	3	15,8
De 500 000 \$ à 999 999 \$	1	5,3
De 1 000 000 à 4 999 999 \$	8	42,1
De 5 000 000 à 9 999 999 \$	2	10,5
De 10 000 000 à 24 999 999 \$	2	10,5
25 000 000 \$ ou plus	2	10,5
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.8 Répartition des entreprises selon la variation du chiffre d'affaires au cours des cinq dernières années et au cours des deux dernières années**

Le chiffre d'affaires de l'entreprise...	Au cours des cinq dernières années		Au cours des deux dernières années	
	N	%	N	%
a augmenté	11	78,6	11	78,6
est demeuré stable	3	21,4	2	14,3
a diminué	0	0,0	1	7,1
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.9 Répartition des entreprises selon la variation estimée du chiffre d'affaires au cours des deux prochaines années**

Le chiffre d'affaires de l'entreprise...	Au cours des deux prochaines années	
	N	%
devrait augmenter	10	83,3
devrait demeurer stable	2	16,7
devrait diminuer	0	0,0
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.10 Répartition des entreprises selon qu'elles exportent ou non des produits de toilette qu'elles fabriquent**

Catégorie	N	%
Oui	15	78,9
Non	4	21,1
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 6.11 Répartition des entreprises selon les États vers lesquels elles exportent des produits de toilette qu'elles fabriquent**

État	R	%
Autres provinces canadiennes	14	93,3
États-Unis	12	80,0
Pays européens	7	46,7
Pays asiatiques	7	46,7
Pays africains	5	33,3
Autre	3	20,0
<b>N</b>	<b>15</b>	<b>—</b>

## 6.2 Le profil de la main-d'œuvre et les échelles de salaire selon le poste occupé

Les données sur le profil socioéconomique des personnes en emploi dans les entreprises qui ont participé à l'enquête visent la répartition de l'effectif selon le poste occupé et le sexe ainsi que la répartition de l'effectif selon l'âge. Les données visent également les échelles de salaire selon le poste occupé<sup>2</sup>.

### *La répartition de l'effectif selon le poste occupé et le sexe*

L'effectif des 20 entreprises qui ont participé à l'enquête totalise, rappelons-le, 1 265 personnes. Toutefois, les données regroupées dans le tableau 6.12 présentent la répartition de l'effectif des 7 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet, et ce, selon le poste occupé et selon le sexe.

Ainsi, au total, les 7 entreprises en cause ont à leur emploi 277 personnes, dont 136 (49,1 p. 100) sont des femmes et 141 (50,9 p. 100) sont des hommes. Selon un ordre décroissant d'importance, les catégories de personnel qui regroupent, au total, le plus grand nombre de ces ressources sont les suivantes : le personnel affecté au conditionnement (39,6 p. 100), le personnel affecté à la fabrication (21,7 p. 100) et le personnel affecté au contrôle de la qualité (9,7 p. 100). En conséquence, les postes qui regroupent la plus grande part des ressources humaines sont associés à ces catégories et visent principalement les suivants : le poste de *préposée ou préposé au conditionnement* regroupe 59 personnes, le poste d'*opératrice ou opérateur au conditionnement* regroupe 36 personnes, le poste d'*opératrice ou opérateur à la fabrication* regroupe 24 personnes, et le poste de *préposée ou préposé à la pesée* regroupe 22 personnes.

Par ailleurs, il est intéressant de noter que le personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises, le personnel affecté à la maintenance, le personnel affecté à l'assurance qualité et le personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement consistent en des catégories de personnel composées d'un plus grand nombre d'hommes que de femmes. À l'inverse, le personnel affecté au contrôle de la qualité et le personnel affecté à la recherche et au développement sont des catégories de personnel composées d'un plus grand nombre de femmes que d'hommes.

Enfin, pour ce qui est de la répartition des femmes et des hommes dans les différents postes recensés dans les 7 entreprises qui ont répondu à la question, il convient de faire état des données les plus marquantes recueillies à ce propos : le poste de *mécanicienne ou mécanicien d'entretien* est occupé dans 90,0 p. 100 des cas par des hommes, celui de *préposée ou préposé au conditionnement* est occupé dans 89,8 p. 100 des cas par des femmes et celui d'*opératrice ou opérateur à la fabrication* est occupé dans 83,3 p. 100 des cas par des hommes.

---

2. Il est utile de signaler que les questions posées aux entreprises à l'aide du questionnaire d'enquête visaient à obtenir un portrait d'ensemble sur les caractéristiques socioprofessionnelles de la main-d'œuvre de l'industrie. Toutefois, force est de constater qu'une part importante des entreprises qui ont participé à l'enquête ont choisi de ne pas répondre à ces questions ou, encore, de ne répondre qu'à certaines des questions en cause, et ce, en raison, entre autres, du caractère jugé confidentiel de celles-ci. Aussi y a-t-il lieu d'interpréter avec prudence le résultat de l'enquête exposé dans la présente section du rapport, lequel n'en est pas moins intéressant pour autant.

---

### ***La répartition de l'effectif selon l'âge***

Seulement 6 entreprises ont répondu à la question portant sur l'âge du personnel à leur emploi, ce qui représente un effectif total de 233 personnes. Parmi ces 233 personnes, 3,0 p. 100 sont âgées de 24 ans ou moins, 40,0 p. 100 de 25 à 34 ans, 32,6 p. 100 de 35 à 44 ans, 17,6 p. 100 de 45 à 54 ans, et 6,9 p. 100 ont 55 ans ou plus. C'est donc dire que la plus grande part des personnes à l'emploi de ces entreprises, à savoir 72,6 p. 100 d'entre elles, sont relativement jeunes puisqu'elles sont âgées de 25 à 44 ans.

### ***Les échelles de salaire selon le poste occupé***

Très peu d'entreprises ont répondu à la question relative aux échelles de salaire (salaire minimum et salaire maximum). Les seules données qui permettent de calculer un salaire horaire moyen se rapportent à trois postes et ont été fournies par 5 entreprises.

Ainsi, selon les données recueillies, le salaire maximum moyen versé aux personnes qui occupent le poste d'*opératrice ou opérateur à la fabrication* est de 15,35 dollars l'heure, le salaire le plus bas indiqué étant 8,10 dollars et le plus haut étant 22,00 dollars. Le salaire maximum moyen versé aux personnes qui occupent le poste de *préposée ou préposé au conditionnement* est de 12,71 dollars l'heure, le salaire le plus bas indiqué étant 9,00 dollars et le plus haut étant 21,00 dollars. Enfin, le salaire maximum moyen versé aux personnes qui occupent le poste de *mécanicienne ou mécanicien d'entretien* est de 16,55 dollars l'heure, le salaire le plus bas indiqué étant 11,00 dollars et le plus haut étant 22,50 dollars.

---

**Tableau 6.12 Répartition de l'effectif des entreprises selon le poste occupé et selon le sexe**

Catégorie de personnel et poste occupé <sup>a</sup>	Femmes		Hommes		Total	
	N	%	N	%	N	%
<b>Personnel affecté à la gestion de la production</b>						
1) Directrice ou directeur de production	3	50,0	3	50,0	6	100,0
2) Assistante ou assistant à la direction de la production	4	80,0	1	20,0	5	100,0
3) Autres postes	3	75,0	1	25,0	4	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>10</b>	<b>66,7</b>	<b>5</b>	<b>33,3</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la fabrication</b>						
4) Superviseure ou superviseur à la fabrication	3	50,0	3	50,0	6	100,0
5) Préposée ou préposé à la pesée	10	45,5	12	54,5	22	100,0
6) Opératrice ou opérateur à la fabrication	4	16,7	20	83,3	24	100,0
7) Préposée ou préposé à l'entretien sanitaire	3	37,5	5	62,5	8	100,0
8) Autres postes	0	0,0	0	0,0	0	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>20</b>	<b>33,3</b>	<b>40</b>	<b>66,7</b>	<b>60</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté au conditionnement</b>						
9) Superviseure ou superviseur au conditionnement	3	33,3	6	66,7	9	100,0
10) Opératrice ou opérateur au conditionnement	12	33,3	24	66,7	36	100,0
11) Préposée ou préposé au conditionnement	53	89,8	6	10,2	59	100,0
12) Échantillonneuse ou échantillonneur (matériel d'emballage et d'étiquetage)	1	100,0	0	0,0	1	100,0
13) Autre postes	2	50,0	2	50,0	4	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>71</b>	<b>66,1</b>	<b>38</b>	<b>34,9</b>	<b>109</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises</b>						
14) Superviseure ou superviseur à la réception et à l'expédition des marchandises	0	0,0	4	100,0	4	100,0
15) Préposée ou préposé à la réception	1	14,3	6	85,7	7	100,0
16) Préposée ou préposé à l'expédition	1	20,0	4	80,0	5	100,0
17) Préposée ou préposé à l'inventaire	0	0,0	2	100,0	2	100,0
18) Autres postes	0	0,0	0	0,0	0	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>2</b>	<b>11,1</b>	<b>16</b>	<b>88,9</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la maintenance</b>						
19) Superviseure ou superviseur à la maintenance	0	0,0	5	100,0	5	100,0
20) Mécanicienne ou mécanicien d'entretien (montage, ajustement et réparation de l'équipement)	2	10,0	18	90,0	20 <sup>b</sup>	100,0
21) Autres postes	0	0,0	0	0,0	0	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>2</b>	<b>8,0</b>	<b>23</b>	<b>92,0</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à l'assurance qualité</b>						
22) Directrice ou directeur de l'assurance qualité	0	0,0	2	100,0	2	100,0
23) Technicienne ou technicien à l'assurance qualité	0	0,0	1	100,0	1	100,0
24) Autre postes	0	0,0	1	100,0	1	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>4</b>	<b>100,0</b>	<b>4</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté au contrôle de la qualité</b>						
25) Directrice ou directeur du contrôle de la qualité	2	66,7	1	33,3	3	100,0
26) Chimiste au contrôle de la qualité	3	50,0	3	50,0	6	100,0
27) Technicienne ou technicien au contrôle de la qualité	14	82,4	3	17,6	17	100,0
28) Échantillonneuse ou échantillonneur	0	0,0	0	0,0	0	100,0
29) Autres postes	1	100,0	0	0,0	1	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>20</b>	<b>74,1</b>	<b>7</b>	<b>25,9</b>	<b>27</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)</b>						
30) Directrice ou directeur de la R-D	1	100,0	0	0,0	1	100,0
31) Formulatrice ou formulateur (ou chimiste)	3	60,0	2	40,0	5	100,0
32) Technicienne ou technicien de laboratoire en R-D	2	100,0	0	0,0	2	100,0
33) Autres postes	1	100,0	0	0,0	1	100,0

<b>Total partiel</b>	<b>7</b>	<b>77,8</b>	<b>2</b>	<b>22,2</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement</b>						
34) Directrice ou directeur du service de la validation	0	0,0	1	100,0	1	100,0
35) Ingénieure ou ingénieur à la validation	0	0,0	2	100,0	2	100,0
36) Technicienne ou technicien en validation	0	0,0	1	100,0	1	100,0
37) Autres postes	1	100,0	0	0,0	1	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>1</b>	<b>20,0</b>	<b>4</b>	<b>80,0</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>
<b>Personnel affecté à la vente et au marketing</b>						
38) Directrice ou directeur du marketing	0	0,0	0	0,0	0	100,0
39) Directrice ou directeur des ventes	1	100,0	0	0,0	1	100,0
40) Représentante ou représentant des ventes	1	50,0	1	50,0	2	100,0
41) Autres postes	1	50,0	1	50,0	2	100,0
<b>Total partiel</b>	<b>3</b>	<b>60,0</b>	<b>2</b>	<b>40,0</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>49,1</b>	<b>141</b>	<b>50,9</b>	<b>277</b>	<b>100,0</b>

- a. Notons que 7 entreprises ont répondu à la question.
- b. Signalons que la donnée concernant les 20 mécaniciennes et mécaniciens d'entretien doit être interprétée avec prudence puisque 1 des 7 entreprises qui ont répondu à la question a indiqué avoir à son emploi 14 mécaniciennes et mécaniciens d'entretien, ce qui est beaucoup plus que ce qui est observé dans la plupart des entreprises de l'industrie, lesquelles ont généralement à leur emploi 1 ou 2 personnes affectées à ce poste.

---

## 7 Le contexte de travail

Le présent chapitre porte sur le contexte de travail du personnel qui travaille dans les entreprises de fabrication de produits de toilette. Le chapitre s'articule autour de deux thèmes, soit l'organisation du travail dans les entreprises, et l'exercice des métiers qui caractérisent la fabrication et le conditionnement des produits de toilette.

### 7.1 L'organisation du travail dans les entreprises

La fabrication de produits de toilette suppose la réalisation d'un ensemble d'activités, lesquelles sont généralement regroupées dans différents services à l'intérieur d'une entreprise. L'organisation du travail varie d'une entreprise à une autre et elle est généralement liée à des variables comme l'effectif. À titre d'exemple, dans certaines entreprises de petite taille, le travail de laboratoire lié à la recherche et au développement et celui lié au contrôle de la qualité sont effectués par les mêmes personnes. De plus, dans les très petites entreprises, la gestion de la production peut être assurée, par exemple, par la *formulatrice* ou le *formulateur* lorsque cette personne est la principale gestionnaire de l'entreprise. L'organisation du travail peut également être liée au fait d'appartenir à une société mère. Dans ce cas, l'organisation du travail peut refléter les valeurs organisationnelles et les orientations stratégiques de la société mère.

Selon les données recueillies auprès des entreprises qui ont participé à l'enquête, il est tout de même possible de donner un aperçu de la fonction des principaux services associés à la fabrication de produits de toilette et des postes qui y sont rattachés dans les entreprises, comme cela est illustré dans la figure 7.1, laquelle est présentée ci-après. Ainsi, en particulier, les services suivants peuvent être décrits :

- la gestion de la production;
- la fabrication;
- le conditionnement;
- la recherche et le développement;
- le contrôle de la qualité;
- la maintenance.

En plus des principaux services nommés précédemment, d'autres services sont généralement présents dans une entreprise et contribuent à la concrétisation de ses activités de production et de commercialisation des produits fabriqués. À titre d'exemple, mentionnons le service de la réception et de l'expédition des marchandises, celui des ventes et du marketing, de même que celui des ressources humaines<sup>1</sup>.

---

1. Notons que le service de l'assurance qualité et celui de la validation des procédés et de l'équipement ne sont pas décrits dans la présente section puisqu'on ne les trouve habituellement pas au sein des entreprises de fabrication de produits de toilette mais plutôt au sein des entreprises de fabrication de produits pharmaceutiques. On peut également trouver ces services dans les entreprises qui fabriquent à la fois des produits de toilette et des produits pharmaceutiques. Mentionnons seulement que le service de l'assurance qualité veille, entre autres, à assurer la conformité des pratiques internes de l'entreprise avec les exigences de la réglementation liée à la fabrication de

---

### ***La gestion de la production***

Le service de la gestion de la production est responsable de l'organisation d'ensemble de la production. Ce service est donc amené à planifier et à coordonner les activités de production afin que les lots de produits de toilette soient fabriqués dans les délais fixés, de la manière la plus efficace possible et selon les standards de qualité désirés. De plus, ce service est généralement responsable de veiller à ce que les ressources matérielles et humaines nécessaires à la production soient disponibles en temps opportun. Notons qu'en lien avec son rôle, ce service est amené à interagir avec tous les autres services de l'entreprise.

Le personnel affecté au service de la gestion de la production occupe habituellement les postes de *directrice ou directeur de production* et d'*assistante ou assistant à la direction de la production*.

### ***La fabrication***

Le service de la fabrication est responsable de suivre avec précision la procédure de fabrication afin d'en arriver à un produit fini. Ce produit sera ensuite analysé par le service du contrôle de la qualité et mis en contenant par le service du conditionnement. La procédure de fabrication regroupe l'ensemble des renseignements nécessaires pour fabriquer le produit. En particulier, elle fait état du poids des ingrédients utilisés, des précisions sur les particularités du mélange (type de mélangeur, temps, température, etc.). La procédure de fabrication peut également fournir d'autres renseignements relatifs à l'ajout d'agents chimiques dont le rôle est de modifier les caractéristiques chimiques, la couleur, l'odeur ou la consistance du produit.

Le personnel affecté au service de la fabrication occupe généralement les postes suivants : *superviseure ou superviseur à la fabrication, préposée ou préposé à la pesée* et *opératrice ou opérateur à la fabrication*.

### ***Le conditionnement***

Le service du conditionnement est chargé de mettre le produit de toilette dans des contenants, d'apposer une étiquette sur ces contenants et, le cas échéant, de mettre ces contenants dans des boîtes. Selon les pratiques de l'entreprise, quelques échantillons du produit emballé peuvent être analysés par le service du contrôle de la qualité. Le produit emballé est ensuite placé dans des boîtes qui servent à l'expédition. Le conditionnement se fait sur ce qui est appelé la chaîne de conditionnement et plusieurs étapes de travail sont généralement automatisées.

Le personnel affecté au service du conditionnement occupe généralement les postes de *superviseure ou superviseur au conditionnement* et de *préposée ou préposé au conditionnement*.

### ***La recherche et le développement***

Le service de recherche et développement est responsable de développer la formule qui permettra de fabriquer le produit de toilette voulu. Pour ce faire, ce service doit d'abord connaître le type de

---

produits pharmaceutiques et que le service de la validation des procédés et de l'équipement veille à ce que les procédés de fabrication et le matériel de fabrication conduisent aux résultats prévus.

---



---

produit de toilette désiré. Dans le contexte de la fabrication à façon, le produit désiré est celui qui répond aux besoins suggérés ou aux demandes précises de l'entreprise cliente. Dans la situation où le produit est destiné à être commercialisé par l'entreprise qui le fabrique, le produit désiré est celui qui répond à un besoin du marché et qui possède un caractère original. Le service de recherche et développement fabrique donc des prototypes de produits de toilette jusqu'à ce qu'un de ceux-ci corresponde au produit visé. Le service rédige ensuite la procédure de fabrication du produit en collaboration avec le service de production afin que le produit puisse être fabriqué en grande quantité. Le développement d'un produit exige de la créativité et une très bonne connaissance des produits de toilette existants de même que des matières premières disponibles. Une connaissance des tendances du marché est également indispensable, c'est pourquoi le service des ventes et du marketing de l'entreprise peut être amené à participer à la définition du produit de toilette désiré.

Le service de recherche et développement peut également effectuer de la recherche plus fondamentale sur les diverses substances qui pourront éventuellement être utilisées en tant qu'ingrédients dans la fabrication de produits de toilette. Les propriétés de ces substances, leur compatibilité avec d'autres substances, de même que leurs effets sur le corps humain sont notamment étudiés. Le service peut enfin effectuer de la recherche sur les méthodes de fabrication. De nouvelles méthodes de fabrication peuvent notamment réduire le temps de fabrication, le coût en matières premières, la consommation en énergie ou encore permettre la fabrication de produits qui possèdent des propriétés que les méthodes de fabrication actuelles ne permettent pas.

Le personnel affecté au service de recherche et développement occupe généralement les trois postes suivants : *directrice ou directeur de la recherche et du développement, formatrice ou formateur et technicienne ou technicien de laboratoire en recherche et développement.*

### ***Le contrôle de la qualité***

Le service du contrôle de la qualité est responsable d'effectuer l'analyse biochimique des matières premières qui constitueront les ingrédients des produits de toilette (extraits végétaux, huiles essentielles, fragrances, protéines, enzymes, pigments, agents de conservation, etc.), des matières premières utilisées dans l'emballage (plastique, colle, carton, etc.), des produits intermédiaires, c'est-à-dire du produit de toilette en cours de fabrication, de même que du produit de toilette en tant que produit fini. Le contrôle de la qualité vise à assurer que le produit de toilette est de qualité, c'est-à-dire qu'il correspond au produit développé par le service de recherche et développement ou, encore, aux exigences du client pour ce qui est des entreprises de fabrication à façon. Le contrôle de la qualité vise également à vérifier l'innocuité du produit de toilette.

Le personnel affecté au service du contrôle de la qualité occupe généralement les postes suivants : *directrice ou directeur du contrôle de la qualité, chimiste au contrôle de la qualité et technicienne ou technicien au contrôle de la qualité.*

### ***La maintenance***

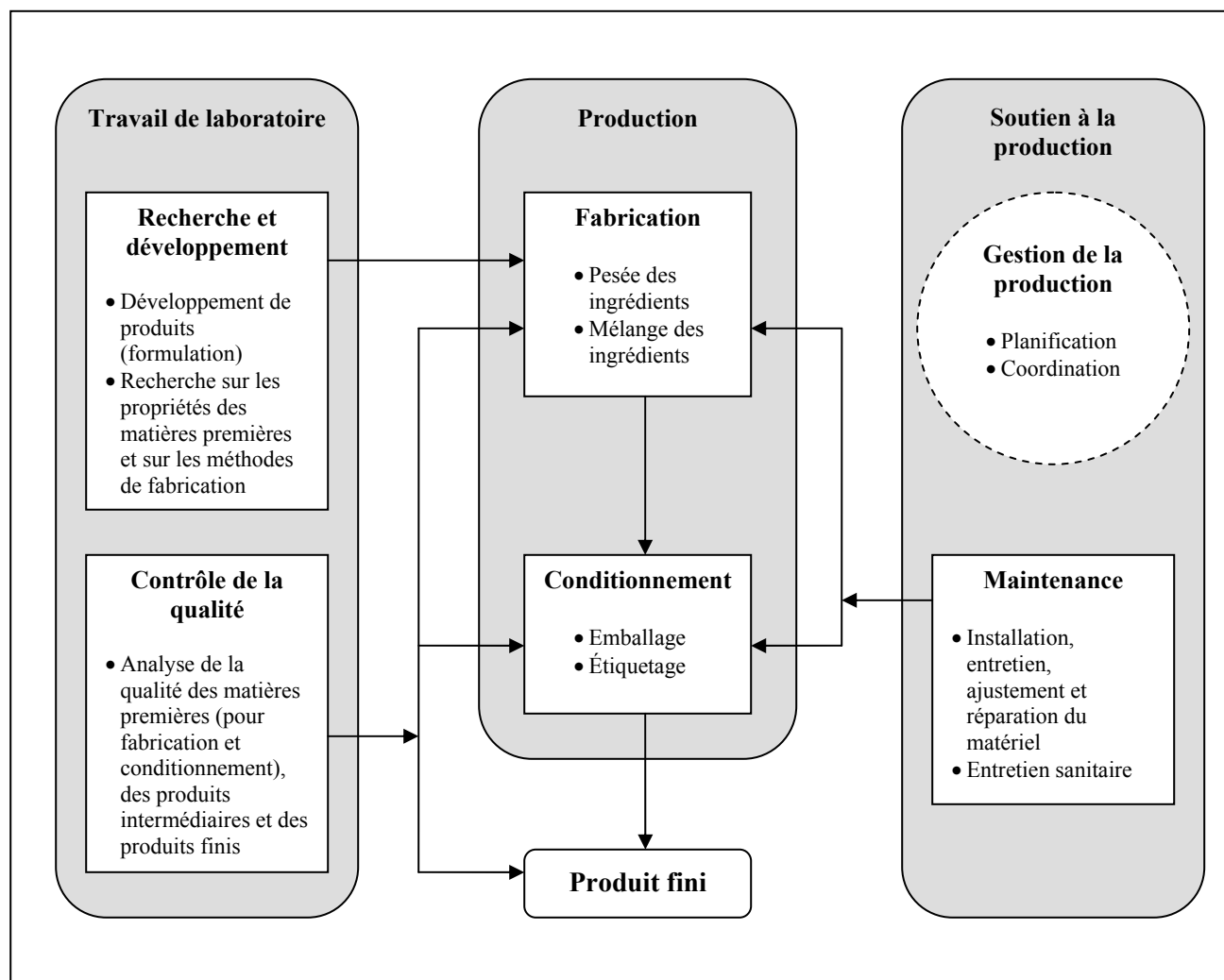
Le service de la maintenance est responsable du bon fonctionnement de l'équipement de production et de la propreté des lieux. Plus précisément, ce service est chargé d'installer le nouveau matériel de production, de reconfigurer le matériel déjà utilisé, d'effectuer l'entretien préventif du matériel, d'ajuster ou de réparer le matériel de production défectueux et de nettoyer régulièrement le matériel

---

de production de même que les locaux. Signalons que la propreté du matériel et des locaux de production est essentielle pour ne pas contaminer les produits en cours de fabrication.

Le personnel affecté au service de la maintenance occupe le plus souvent les postes suivants : *superviseure ou superviseur à la maintenance, mécanicienne ou mécanicien d'entretien et préposée ou préposé à l'entretien sanitaire.*

**Figure 7.1 Principaux services des entreprises québécoises de fabrication de produits de toilette**



## 7.2 L'exercice des métiers qui caractérisent la fabrication et le conditionnement des produits de toilette

La présente section décrit de manière détaillée l'exercice des métiers qui caractérisent la fabrication et le conditionnement des produits de toilette. Pour ce faire, chaque description de métier regroupe les éléments suivants : la vue d'ensemble du métier, les appellations d'emploi recensées, le contexte

---

de travail, c'est-à-dire l'environnement physique et organisationnel de travail, les ressources matérielles utilisées, les exigences à l'embauche de même qu'un inventaire des principales fonctions et tâches associées au métier. Les métiers décrits sont les suivants : *opératrice ou opérateur à la fabrication, préposée ou préposé au conditionnement, préposée ou préposé à l'entretien sanitaire, mécanicienne ou mécanicien d'entretien et superviseure ou superviseur de production.*

### 7.2.1 L'exercice du métier *opératrice ou opérateur à la fabrication*

#### *La vue d'ensemble du métier*

La personne qui exerce le métier *opératrice ou opérateur à la fabrication* exécute les tâches liées à la préparation des matières premières nécessaires à la fabrication d'un produit de toilette, notamment la pesée des ingrédients, et à la fabrication du produit à l'aide du matériel approprié. Précisons que, dans certaines entreprises, ces deux champs de responsabilité correspondent à deux postes différents. Le titre du poste dont la responsabilité est la préparation des matières premières est parfois *préposée ou préposé à la pesée* ou *préposée ou préposé à la fabrication*.

#### *Les appellations d'emploi recensées*

Les appellations d'emploi suivantes sont également utilisées pour désigner le métier : *opératrice ou opérateur de production, fabricante ou fabricant, mélangeuse ou mélangeur, manœuvre et journalière ou journalier.*

#### *Le contexte de travail*

##### L'environnement physique de travail

La personne qui exerce le métier travaille principalement dans la salle d'entreposage des matières premières, dans la salle de pesée et dans la salle de fabrication.

##### L'environnement organisationnel du travail

La personne qui exerce le métier travaille habituellement sous la supervision de la superviseure ou du superviseur de production ou de la directrice ou du directeur des opérations. La personne peut travailler individuellement ou en collaboration avec d'autres membres du personnel de fabrication. Elle est également en relation avec le personnel affecté au conditionnement.

#### *Les ressources matérielles utilisées*

La personne qui exerce le métier est amenée à utiliser les ressources matérielles suivantes : le matériel nécessaire à la préparation des matières premières, le matériel de fabrication, la documentation écrite ou informatisée liée à la fabrication et les matières premières nécessaires à la fabrication des produits.

---

### *Les exigences à l'embauche*

De manière générale, le diplôme d'études secondaires (DES) est exigé pour exercer ce métier. Précisons cependant qu'une partie des entreprises n'exigent aucune formation particulière ou alors exigent une expérience en production manufacturière. Enfin, certaines entreprises exigent un diplôme d'études professionnelles (DEP).

### *L'inventaire des fonctions et des tâches associées au métier*

#### **1 Préparation des matières premières nécessaires à la fabrication**

- 1.1 Préparer le matériel nécessaire à la pesée et s'assurer de la propreté de celui-ci
- 1.2 Transporter les matières premières nécessaires à la fabrication à l'endroit approprié
- 1.3 Vérifier l'identité et la qualité des matières premières
- 1.4 Effectuer la pesée des matières premières nécessaires à la fabrication selon la procédure établie
- 1.5 Effectuer les mélanges de matières premières nécessaires à la fabrication selon la procédure établie

#### **2 Fabrication du produit à l'aide du matériel approprié**

- 2.1 Préparer le matériel nécessaire à la fabrication et s'assurer de la propreté de celui-ci
- 2.2 Vérifier l'identité, la quantité et la qualité des matières premières utilisées pour la fabrication
- 2.3 Fabriquer le produit selon la procédure établie
- 2.4 Remplir les documents liés à la fabrication selon la procédure en vigueur dans l'entreprise
- 2.5 Informer la personne appropriée lorsque le matériel de fabrication nécessite un ajustement ou une réparation

### 7.2.2 *L'exercice du métier préposée ou préposé au conditionnement*

#### *La vue d'ensemble du métier*

La personne qui exerce le métier *préposée ou préposé au conditionnement* se voit assigner des tâches liées à l'embouteillage, à l'emballage ou à l'étiquetage sur la chaîne de conditionnement. Précisons que, dans certaines entreprises, la ou les personnes responsables de la vérification et de l'inventaire du matériel imprimé utilisé dans le conditionnement occupent un poste distinct qui est parfois appelé *préposée ou préposé au matériel imprimé*.

#### *Les appellations d'emploi recensées*

Les appellations d'emploi suivantes sont également utilisées pour désigner le métier : *opératrice ou opérateur au conditionnement, emballeuse ou emballeur, manœuvre et journalière ou journalier*. Notons que dans certaines entreprises, les personnes affectées à la fabrication et celles affectées au conditionnement sont désignées par la même appellation d'emploi.

### *Le contexte de travail*

#### L'environnement physique de travail

La personne qui exerce le métier travaille principalement dans la salle de fabrication ou dans la salle de conditionnement lorsque les activités de fabrication et les activités de conditionnement sont effectuées dans des salles distinctes.

#### L'environnement organisationnel du travail

La personne qui exerce le métier travaille habituellement sous la supervision de la superviseure ou du superviseur du conditionnement, de la superviseure ou du superviseur de production, ou de la directrice ou du directeur des opérations. La personne peut travailler individuellement ou en collaboration avec d'autres membres du personnel affecté au conditionnement. Elle est également en relation avec le personnel affecté à la fabrication.

### *Les ressources matérielles utilisées*

La personne qui exerce le métier est amenée à utiliser les ressources matérielles suivantes : la chaîne de conditionnement, la documentation écrite ou informatisée liée au conditionnement et le matériel d'emballage et d'étiquetage (bouteilles, boîtes, étiquettes, etc.).

### *Les exigences à l'embauche*

De manière générale, aucune formation particulière n'est exigée à l'embauche pour exercer ce métier puisque les compétences nécessaires sont acquises en entreprise. Précisons cependant qu'une partie des entreprises exigent le DES, alors qu'une autre partie exigent une expérience en production manufacturière.

### *L'inventaire des fonctions et des tâches associées au métier*

#### **1 Travail à la chaîne de conditionnement**

- 1.1 Effectuer les tâches liées à l'embouteillage ou à l'emballage qui lui sont assignées, selon les procédures établies
- 1.2 Effectuer les vérifications requises de la qualité de l'embouteillage ou de l'emballage effectué
- 1.3 Remplir les documents liés au conditionnement
- 1.4 Informer la personne appropriée du besoin d'approvisionnement en matériel d'emballage, du besoin de réparer la chaîne de conditionnement, de tout ralentissement de la chaîne de conditionnement et de toute autre anomalie
- 1.5 S'assurer de respecter les normes en vigueur relatives à l'hygiène de même qu'à la santé et à la sécurité au travail

#### **2 Vérification et inventaire du matériel imprimé**

- 2.1 Effectuer la vérification du matériel imprimé prêt à être utilisé
- 2.2 Tenir un registre de la quantité d'étiquettes initialement reçues, d'étiquettes en circulation et d'étiquettes restantes
- 2.3 Préparer les étiquettes de caisses de produits finis et faire approuver les premiers exemplaires par la personne appropriée

- 
- 2.4 Informer la personne appropriée des besoins en matériel imprimé
  - 2.5 Participer, le cas échéant, à l'inspection de l'embouteillage, de l'emballage et de l'étiquetage des premiers exemplaires du produit fini

### 7.2.3 L'exercice du métier *préposée ou préposé à l'entretien sanitaire*

#### *La vue d'ensemble du métier*

La personne qui exerce le métier *préposée ou préposé à l'entretien sanitaire* est responsable du nettoyage du matériel nécessaire à la fabrication et au conditionnement, de même que du nettoyage des différents locaux de l'entreprise. Précisons que dans certaines entreprises, ces deux champs de responsabilité correspondent à deux postes différents. La personne qui exerce ce métier doit avoir une bonne connaissance du matériel de production puisque qu'elle doit notamment démonter et remonter une partie des pièces amovibles de ce matériel afin de les nettoyer.

#### *Les appellations d'emploi recensées*

Les appellations d'emploi suivantes sont également utilisées pour désigner le métier : *préposée ou préposé à l'entretien d'usine* et *préposée ou préposé à l'entretien ménager*.

#### *Le contexte de travail*

##### L'environnement physique de travail

La personne qui exerce le métier est amenée à travailler dans tous les locaux de l'entreprise, aussi bien ceux utilisés pour la production et le travail de laboratoire que les différents bureaux.

##### L'environnement organisationnel du travail

La personne qui exerce le métier travaille habituellement sous la supervision de la superviseuse ou du superviseur à la maintenance, de la directrice ou du directeur des opérations, ou encore d'une personne responsable de l'équipe de travail consacrée à l'entretien sanitaire. La personne travaille individuellement ou en collaboration avec les membres d'une équipe de travail.

#### *Les ressources matérielles utilisées*

La personne qui exerce le métier est amenée à utiliser les ressources matérielles suivantes : les outils de nettoyage (vadrouilles, brosses, boyaux, etc.), les produits de nettoyage (détergent, désinfectant, etc.), la documentation écrite ou informatisée liée au nettoyage (bon de travail, calendrier de travail, procédure de nettoyage propre à chaque élément, schémas de démontage et de remontage des machines à nettoyer, etc.).

---

### *Les exigences à l'embauche*

De manière générale, aucune formation particulière n'est exigée à l'embauche pour exercer ce métier puisque les compétences nécessaires sont acquises en entreprise.

### *L'inventaire des fonctions et des tâches associées au métier*

#### **1 Nettoyage du matériel nécessaire à la fabrication et au conditionnement**

- 1.1 Démontez les pièces amovibles du matériel nécessaire à la fabrication et au conditionnement qui doivent être nettoyées, en respectant la procédure établie
- 1.2 Nettoyez l'ensemble du matériel utilisé pour la préparation des matières premières, la fabrication et le conditionnement, selon les procédures établies
- 1.3 Remontez les pièces amovibles qui ont été nettoyées, en respectant la procédure établie
- 1.4 Entrez les accessoires propres à l'endroit prévu à cet effet
- 1.5 Nettoyez les surfaces du matériel de fabrication et de la chaîne de conditionnement
- 1.6 Vérifiez la propreté et au rangement de la salle où est effectué le nettoyage
- 1.7 Informez la personne appropriée du besoin de s'approvisionner en produits de nettoyage
- 1.8 Remplissez les registres des activités relatives au nettoyage

#### **2 Nettoyage des différents locaux de l'entreprise**

- 2.1 Nettoyez les différents locaux de l'entreprise, notamment les locaux utilisés pour la préparation des matières premières, la fabrication, le conditionnement, l'entreposage, les analyses en laboratoire, la réception et l'expédition de la marchandise, de même que les bureaux
- 2.2 Videz les contenants à rebuts
- 2.3 Effectuez, le cas échéant, des réparations mineures dans les locaux de l'entreprise
- 2.4 Signalez à la personne appropriée les problèmes nécessitant une réparation majeure
- 2.5 S'assurez de maintenir les sorties de secours dégagées en tout temps

### 7.2.4 L'exercice du métier *mécanicienne ou mécanicien d'entretien*

#### *La vue d'ensemble du métier*

La personne qui exerce le métier de *mécanicienne ou mécanicien d'entretien* dans une entreprise de fabrication de produits de toilette exécute les tâches liées à la mise en place du matériel de fabrication et à l'assemblage de la chaîne de conditionnement, à l'entretien préventif du matériel de production, de même qu'à la réparation et à l'ajustement du matériel de production défectueux.

#### *Les appellations d'emploi recensées*

Les appellations d'emploi suivantes sont également utilisées pour désigner le métier : *monteuse ajusteuse ou monteur ajusteur, mécanicienne opératrice ou mécanicien opérateur et mécanicienne ou mécanicien*.

### *Le contexte de travail*

#### L'environnement physique de travail

La personne qui exerce le métier travaille dans tous les locaux où du matériel de production nécessite un entretien, principalement la salle de fabrication et la salle de conditionnement. Elle travaille également dans l'atelier de réparation.

#### L'environnement organisationnel du travail

La personne qui exerce le métier travaille sous la supervision de la superviseure ou du superviseur à la maintenance, du ou de la responsable des bâtiments et de l'équipement ou de la directrice ou du directeur des opérations. La personne peut travailler individuellement ou à l'intérieur d'une équipe de travail. De plus, la personne peut être en relation avec les représentantes ou les représentants des entreprises qui fournissent les services et les biens (machines, pièces de rechange, produits de nettoyage et de lubrification, etc.) nécessaires à l'entretien ou à la réparation du matériel utilisé dans l'entreprise. La personne peut également interagir avec le personnel affecté à la fabrication et au conditionnement afin de recueillir de l'information utile à l'entretien ou afin de former ce personnel à l'utilisation adéquate et sécuritaire du matériel.

### *Les ressources matérielles utilisées*

La personne qui exerce le métier est amenée à utiliser les ressources matérielles suivantes : les outils et les instruments de mesure nécessaires à l'entretien et à la réparation du matériel de production; les produits nécessaires au nettoyage et à la lubrification des pièces mécaniques du matériel de production; les pièces de rechange; et la documentation écrite ou informatisée liée à la mise en place et à l'entretien du matériel de production.

### *Les exigences à l'embauche*

De manière générale, un DEP lié à la mécanique industrielle ou à l'électromécanique est exigé à l'embauche.

### *L'inventaire des fonctions et des tâches associées au métier*

#### **1 Mise en place du matériel de fabrication et assemblage de la chaîne de conditionnement**

- 1.1 Au moment de l'acquisition de nouveau matériel ou de la reconfiguration du matériel déjà utilisé, participer à l'élaboration du mode d'organisation des différentes composantes du matériel
- 1.2 Superviser ou effectuer la mise en place du matériel de fabrication et l'assemblage de la chaîne de conditionnement
- 1.3 Superviser ou effectuer la première mise en marche de l'équipement et apporter les ajustements nécessaires au bon fonctionnement de celui-ci
- 1.4 Remplir les registres des activités relatives à la mise en place du matériel

#### **2 Entretien préventif du matériel de production**

- 2.1 Participer à l'élaboration du calendrier de l'entretien préventif du matériel, et ce, en tenant compte des priorités de l'entreprise en matière de production et des spécifications du fabricant du matériel



- 2.2 Porter une attention particulière au bon fonctionnement du matériel pendant la production afin de détecter tout élément qui peut potentiellement causer un problème de matériel
- 2.3 Inspecter, selon le calendrier établi, les différentes composantes du matériel de fabrication et de la chaîne de conditionnement
- 2.4 Effectuer l'entretien préventif du matériel de fabrication et de conditionnement selon le calendrier établi à ce sujet et selon les spécifications du fabricant du matériel
- 2.5 Remplir les registres des activités relatives à l'entretien préventif du matériel

### **3 Réparation ou ajustement du matériel de production défectueux**

- 3.1 Lorsque survient un problème de matériel, repérer la source du problème
- 3.2 Réparer ou ajuster le matériel défectueux sur place ou dans l'atelier de réparation
- 3.3 Remplir les registres des activités relatives à la réparation du matériel
- 3.4 Établir et maintenir à jour l'inventaire des pièces de rechange, des outils et des produits nécessaires à l'entretien et à la réparation du matériel de production
- 3.5 Commander les pièces de rechange, les outils et les produits nécessaires à l'entretien et à la réparation du matériel, ou alors voir à ce que ce soit fait

#### 7.2.5 L'exercice du métier *superviseure ou superviseur de production*

##### *La vue d'ensemble du métier*

La personne qui exerce le métier de *superviseure ou superviseur de production* dans une entreprise de fabrication de produits de toilette participe à la planification et à l'organisation de la production et exécute les tâches liées à la supervision de la production, à la gestion des ressources humaines et à l'application de la politique de l'entreprise en matière de gestion de la qualité. Précisons que, dans plusieurs entreprises, la supervision de la fabrication des produits de toilette et la supervision du conditionnement correspondent à deux postes distincts.

##### *Les appellations d'emploi recensées*

Les appellations d'emploi suivantes sont également utilisées pour désigner le métier : *superviseure ou superviseur à la fabrication, superviseure ou superviseur au conditionnement*.

##### *Le contexte de travail*

###### L'environnement physique de travail

La personne qui exerce le métier est amenée à se déplacer dans tous les locaux de l'entreprise, mais plus particulièrement dans la salle de fabrication et dans celle du conditionnement. De plus, la personne dispose généralement d'un bureau.

###### L'environnement organisationnel du travail

La personne qui exerce le métier travaille sous la supervision de la directrice ou du directeur de production. Elle est également en relation avec le personnel de production dont elle assure la

supervision et peut être en relation avec les représentantes ou les représentants des entreprises qui fournissent des biens, des services et des matières premières utiles à la production.

### *Les ressources matérielles utilisées*

Les ressources matérielles utilisées par la personne qui exerce le métier se rapportent principalement à la documentation écrite ou informatisée liée à la planification et à l'organisation de la production, à la supervision de la production, à la gestion des ressources humaines et à l'application de la politique de l'entreprise en matière de gestion de la qualité.

### *Les exigences à l'embauche*

Les exigences à l'embauche liées à ce métier varient considérablement d'une entreprise à l'autre. En ce qui a trait à la formation, certaines entreprises exigent le DES ou un DEP, d'autres exigent un diplôme d'études collégiales ou un diplôme d'études universitaires, alors que certaines entreprises n'exigent aucun diplôme particulier. Par ailleurs, une expérience de travail dans l'industrie de la fabrication de produits de toilette ou dans d'autres secteurs de la production manufacturière est habituellement exigée.

### *L'inventaire des fonctions et des tâches associées au métier*

## **1 Participation à la planification et à l'organisation de la production**

- 1.1 Faire les recommandations appropriées sur l'organisation de la production, le matériel utilisé dans la production, les méthodes de travail et la main-d'œuvre
- 1.2 Planifier le changement de production, c'est-à-dire le passage de la fabrication d'un produit à un autre
- 1.3 Produire tous les documents utiles à la gestion des activités dont la personne est responsable et à la bonne marche de l'unité administrative d'appartenance dans l'entreprise (rapport statistique, rapport d'évaluation du rendement, bon de commande, etc.)

## **2 Supervision de la production**

- 2.1 Vérifier la conformité de l'entretien sanitaire avant de démarrer la production
- 2.2 Vérifier l'organisation et l'état de fonctionnement du matériel avant de démarrer la production
- 2.3 Assurer l'approvisionnement de la production en matière première
- 2.4 Voir à la régularité du déroulement de chacune des étapes de la production et résoudre tout problème qui entrave la bonne marche de la production afin de respecter le calendrier de travail
- 2.5 Inspecter les méthodes de travail du personnel de production et intervenir lorsque des corrections sont nécessaires quant à la manière appropriée d'exécuter une tâche
- 2.6 Participer à l'inventaire des matières premières et des produits finis
- 2.7 Rencontrer, le cas échéant, les fournisseurs de matière première

## **3 Gestion des ressources humaines**

- 3.1 Déterminer l'effectif nécessaire à la production
- 3.2 Participer à la sélection du personnel et, le cas échéant, à l'embauche du personnel
- 3.3 Appliquer la politique de l'entreprise en matière de gestion du personnel (gestion du temps, formation, etc.)
- 3.4 Intégrer à l'équipe de travail les personnes nouvellement embauchées (accueillir, informer, former, etc.)
- 3.5 Informer le personnel de tout sujet utile à la bonne marche de la production

- 
- 3.6 Favoriser l'esprit d'équipe auprès du personnel et favoriser la communication entre les membres du personnel
  - 3.7 Créer un climat propice à motiver le personnel et à le rendre responsable
  - 3.8 Détecter chez le personnel les malaises qui ont une incidence sur la productivité
  - 3.9 Participer à la résolution de problèmes
  - 3.10 Informer le personnel du rendement attendu
  - 3.11 Appliquer la politique de l'entreprise en matière d'évaluation du rendement du personnel et, le cas échéant, maintenir à jour une fiche d'évaluation du rendement des membres du personnel de production
  - 3.12 Sensibiliser le personnel de production à l'importance de respecter les règles de santé et de sécurité du travail et faire observer celles-ci

#### **4 Application de la politique de l'entreprise en matière de gestion de la qualité**

- 4.1 Prendre connaissance de la politique de gestion de la qualité en vigueur dans l'entreprise et des normes imposées par la réglementation
  - 4.2 Former le personnel sur la politique de gestion de la qualité en vigueur dans l'entreprise
  - 4.3 Sensibiliser le personnel à l'incidence de la qualité des produits et de la non-qualité des produits sur la production et sur l'entreprise
  - 4.4 Faire observer par le personnel les critères de qualité liés à la politique de gestion de la qualité
  - 4.5 Analyser, le cas échéant, les causes de la non-qualité d'un produit fini et voir à corriger la situation
-

---

## **8 Les pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines**

Le présent chapitre fait état du résultat de l'enquête en ce qui a trait aux pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines. Il s'articule autour de deux points, soit l'organisation de la gestion des ressources humaines, et les pratiques et les prévisions en matière d'embauche de personnel<sup>1</sup>.

### **8.1 L'organisation de la gestion des ressources humaines**

La gestion des ressources humaines dans une entreprise renvoie à un ensemble d'activités, notamment le recrutement et le processus de sélection du personnel, la formation et le perfectionnement du personnel, la gestion de la santé et de la sécurité au travail et la description des différents postes en vigueur dans l'entreprise. Selon l'entreprise, la gestion des ressources humaines peut constituer la principale responsabilité d'une personne ou d'un service ou, encore, être assurée par une personne qui assume également d'autres responsabilités. À cet égard, la majorité des entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette qui ont participé à l'enquête, à savoir 68,4 p. 100 d'entre elles, ont indiqué ne pas avoir à leur emploi une personne dont la tâche principale se rapporte à la gestion des ressources humaines (se reporter au tableau 8.1). Aussi cette tâche relève-t-elle le plus souvent d'une ou d'un gestionnaire de l'entreprise ou de la personne en charge de la comptabilité.

Par ailleurs, plus de la moitié des entreprises consultées, à savoir 53,3 p. 100, n'ont pas de politique écrite en ce qui concerne un bon nombre d'éléments liés à la gestion des ressources humaines (se reporter au tableau 8.2). De fait, comme le montrent les données réunies dans le tableau 8.3, seuls quelques aspects de la gestion des ressources humaines font l'objet d'une politique écrite dans plusieurs entreprises. Il s'agit principalement de la description des tâches liées aux différents postes de l'entreprise, de l'accueil et de l'entraînement à la tâche, de la formation et du perfectionnement du personnel, du mode de rémunération et des avantages sociaux, de même que des règles relatives à la santé et à la sécurité au travail.

Enfin, il est utile de mentionner que le personnel de la plupart des entreprises qui ont participé à l'enquête, soit de 85,7 p. 100 d'entre elles, n'est pas syndiqué (se reporter au tableau 8.4).

---

1. On remarquera que des entreprises ont choisi de ne pas répondre à certaines questions, encore une fois ici comme d'ailleurs pour ce qui est de leurs pratiques en matière de formation du personnel et de leur point de vue relativement au développement de l'industrie.

---

**Tableau 8.1 Répartition des entreprises selon qu'elles ont à leur emploi ou non une personne dont la tâche principale se rapporte à la gestion des ressources humaines**

Catégorie	N	%
Oui	6	31,6
Non	13	68,4
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.2 Répartition des entreprises selon qu'elles ont ou non une politique globale écrite ou des éléments écrits d'une politique en matière de gestion des ressources humaines**

Catégorie	N	%
Oui	7	46,7
Non	8	53,3
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.3 Répartition des entreprises selon leur manière de faire au regard de divers aspects de la gestion des ressources humaines**

Au regard...	N	l'entreprise a...		l'entreprise applique...		l'entreprise n'a aucune politique officielle
		une politique écrite	une politique non écrite	les normes du travail	la convention collective	
		%	%	%	%	
– de la description des tâches	11	45,5	27,3	36,4	0,0	18,2
– de l'organisation du travail	11	18,2	63,6	27,3	0,0	9,1
– des horaires de travail	11	36,4	45,5	27,3	9,1	9,1
– du temps supplémentaire	11	36,4	9,1	45,5	9,1	27,3
– du recrutement et de la sélection	11	18,2	45,5	27,3	0,0	27,3
– de l'accueil et de l'entraînement à la tâche	11	36,4	27,3	18,2	0,0	27,3
– du mode de rémunération et des avantages sociaux	11	45,5	18,2	27,3	0,0	18,2
– de l'évaluation du rendement du personnel	11	27,3	36,4	18,2	0,0	27,3
– des mesures disciplinaires	11	27,3	18,2	27,3	9,1	27,3
– de la formation et du perfectionnement du personnel	11	36,4	18,2	18,2	0,0	36,4
– de la promotion et de la mutation	11	18,2	27,3	18,2	9,1	45,5
– des mises à pied et du congédiement	11	18,2	9,1	54,5	9,1	27,3
– de la retraite	10	0,0	10,0	50,0	0,0	50,0
– de la santé et sécurité du travail	11	36,4	0,0	54,5	0,0	18,2
– des relations de travail	11	27,3	18,2	36,4	9,1	18,2
– de l'amélioration des conditions de travail	11	9,1	36,4	27,3	0,0	36,4

**Tableau 8.4 Répartition des entreprises selon que le personnel de l'entreprise ou une partie de celui-ci est syndiqué ou non**

Catégorie	N	%
Oui	2	14,3
Non	12	85,7
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

## 8.2 Les pratiques et les prévisions en matière d'embauche de personnel

La présente section s'articule autour de trois points, à savoir les exigences à l'embauche, les difficultés liées au recrutement du personnel et les prévisions des entreprises en matière d'embauche.

### *Les exigences à l'embauche*

L'embauche du personnel nécessaire à l'exploitation d'une entreprise suppose la mise en œuvre d'un certain nombre d'activités telles que la recherche de candidatures, la présélection des candidatures et la sélection des personnes à l'aide d'entrevues. Aussi les entreprises qui ont pris part à une entrevue ont-elles décrit les moyens qu'elles utilisent pour rechercher des candidatures, tout en précisant que ceux-ci peuvent varier selon le type de poste à combler. Parmi les moyens utilisés, les entreprises ont mentionné consulter le site Internet d'Emploi-Québec, le site Internet de recherche d'emploi appelé *Jobboom* et les pages d'annonces des journaux pour repérer des candidates et des candidats. Elles ont également mentionné communiquer avec les établissements d'enseignement qui offrent des programmes d'études préparant à l'exercice des métiers liés aux postes qu'elles souhaitent combler, notamment le Collège de Maisonneuve, le Collège Gérald-Godin et la Commission scolaire des Affluents. Elles ont enfin mentionné d'autres moyens comme l'utilisation du réseau de connaissances personnelles et familiales ou, encore, faire appel aux services d'une conseillère ou d'un conseiller en recrutement de cadres et aux services des conseillères et des conseillers d'Emploi-Québec.

Le tableau 8.5 présente les principaux critères de sélection utilisés par les entreprises au moment de l'embauche de nouvelles personnes selon la catégorie de personnel visée. L'examen des données révèle que l'expérience de la personne en lien avec le poste visé est un critère de sélection déterminant, et ce, pour toutes les catégories de personnel. L'importance de ce critère de sélection s'explique en partie par le fait qu'aucun programme d'études disponible au Québec ne porte directement sur la fabrication de produits de toilette<sup>2</sup>. Il révèle aussi que le diplôme d'études est un critère privilégié pour la sélection du personnel affecté à l'assurance qualité, au contrôle de la qualité, à la recherche et au développement, ainsi qu'à la validation des procédés et de l'équipement. Par contre, le diplôme d'études devient un critère plutôt marginal lorsqu'il s'agit de la sélection du personnel affecté à la fabrication, au conditionnement, à la réception et à l'expédition de la marchandise, de même qu'à la maintenance. En effet, les critères déterminants au moment de la sélection de nouvelles personnes à embaucher pour combler les postes liés à ces catégories de personnel se rapportent à l'esprit d'initiative et à l'autonomie.

2. Se reporter à la partie IV du présent rapport pour une description de l'offre de formation liée à la fabrication des produits de toilette.

Pour sa part, le tableau 8.6 expose les données recueillies au sujet des exigences à l'embauche en matière de scolarité pour certains postes en vigueur dans les entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette, plus précisément pour les catégories de personnel liées à la fabrication, au conditionnement et à la maintenance. L'analyse de ces données révèle que, pour le personnel affecté à la fabrication et au conditionnement, à l'exception des postes liés à la supervision, la majorité des entreprises exigent le diplôme d'études secondaires (DES) ou n'exigent aucun diplôme particulier, bien que certaines entreprises aient des exigences plus élevées. Pour ce qui est des exigences à l'embauche au moment de combler le poste de *superviseure ou superviseur à la fabrication* et celui de *superviseure ou superviseur au conditionnement*, elles varient considérablement d'une entreprise à l'autre. De fait, des entreprises exigent le DES ou un diplôme d'études professionnelles (DEP), certaines exigent un diplôme d'études collégiales (DEC) ou un diplôme d'études universitaires, tandis que d'autres n'exigent aucun diplôme particulier. En ce qui a trait aux exigences à l'embauche au moment de combler les postes rattachés au service de la maintenance, celles-ci varient selon les entreprises pour le poste de *superviseure ou superviseur à la maintenance* et se rapportent principalement à un DEP pour le poste de *mécanicienne ou mécanicien d'entretien*.

Par ailleurs, les données recueillies auprès des entreprises qui ont pris part à une entrevue révèlent que les exigences en matière de scolarité au moment de l'embauche de personnes à affecter aux postes de *technicienne ou technicien au contrôle de la qualité* et de *technicienne ou technicien de laboratoire en recherche et développement* se rapportent, pour l'essentiel, à un DEC en techniques de laboratoire. Pour le poste de *formulatrice ou formateur*, les exigences en la matière se rapportent habituellement à un baccalauréat en chimie.

### ***Les difficultés liées au recrutement du personnel***

Environ la moitié des entreprises qui ont participé à l'enquête indiquent éprouver des difficultés au moment de recruter du personnel (se reporter au tableau 8.7). Ces difficultés sont particulièrement éprouvées au moment de combler les postes suivants : *opératrice ou opérateur à la fabrication, préposée ou préposé au conditionnement, préposée ou préposé à l'entretien sanitaire, mécanicienne ou mécanicien d'entretien, chimiste au contrôle de la qualité, directrice ou directeur de la recherche et du développement, formulatrice ou formateur* et *directrice ou directeur du marketing*. La principale raison invoquée par les entreprises pour expliquer les difficultés liées au recrutement est le manque de candidates et de candidats qui possèdent une expérience pertinente dans le domaine de la fabrication de produits de toilette. À cet égard, rappelons que l'expérience de travail est un critère d'embauche déterminant pour les entreprises de cette industrie. Une autre raison également invoquée se rapporte au fait que, de manière générale, les salaires et les avantages sociaux offerts par les entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette sont moins attrayants que ceux offerts par les entreprises de l'industrie pharmaceutique qui recrutent du personnel dans le même bassin de candidates et de candidats.

À ces deux explications qui sont valables pour toutes les catégories de personnel, les entreprises ont fait état de raisons particulières pour certaines d'entre elles. Ainsi, les difficultés de recrutement du personnel affecté à la fabrication seraient en partie attribuables au fait qu'il n'y a pas de formation initiale adaptée aux particularités de l'industrie préparant à l'occupation de postes comme ceux rattachés à la formulation des produits de toilette et à leur fabrication. En ce qui concerne le poste de *mécanicienne ou mécanicien d'entretien*, les difficultés de recrutement seraient en partie attribuables

au fait que la formation initiale disponible<sup>3</sup> ne serait pas vraiment adaptée aux besoins des entreprises de fabrication de produits de toilette. La raison en est que la formation en cause vise principalement les compétences utiles pour entretenir, ajuster et réparer des machines fixes, alors que les besoins de l'industrie des produits de toilette se rapportent davantage à des compétences pour entretenir, ajuster et réparer des unités mécaniques qui doivent être assemblées selon une configuration particulière pour les différents lots de production. De plus, dans les PME, les personnes qui occupent un tel poste doivent faire preuve de polyvalence étant donné que le volume de travail ne permet pas une spécialisation sur un nombre très limité de machines ou d'unités mécaniques. D'ailleurs, la recherche de la polyvalence et la nécessité de regrouper un certain nombre de tâches parfois diversifiées au moment de combler un poste peut constituer, aux yeux de certaines personnes, une difficulté supplémentaire pour les PME. Enfin, en ce qui a trait aux difficultés de recrutement liées au poste de *préposée ou préposé à l'entretien sanitaire*, mentionnons qu'elles se rapportent au fait que le travail est le plus souvent effectué le soir, que celui-ci est physiquement exigeant et qu'il demande des habiletés manuelles de même que certaines connaissances techniques en raison du besoin de démonter et de remonter certaines pièces amovibles de l'équipement de production afin de les nettoyer.

Pour ce qui est des difficultés liées au roulement de personnel, environ le quart des entreprises consultées ont indiqué éprouver de telles difficultés, et ce, particulièrement lorsqu'il s'agit de recruter du personnel à affecter à la fabrication et au conditionnement (se reporter au tableau 8.8). Les entreprises attribuent cette situation au fait que les personnes affectées à ces services manquent de motivation et d'assiduité au travail ou, encore, qu'elles n'ont pas développé le sens des responsabilités à l'endroit de leur travail ou de leur employeur.

### ***Les prévisions des entreprises en matière d'embauche***

Au cours des trois dernières années, près des trois quarts des entreprises qui ont participé à l'enquête (71,4 p. 100) ont embauché du personnel (se reporter au tableau 8.9). Comme l'illustrent les données réunies dans le tableau 8.10, la grande majorité de ces entreprises ont embauché du personnel affecté au conditionnement (90,0 p. 100), du personnel affecté à la vente et au marketing (80,0 p. 100), du personnel affecté à la fabrication (70,0 p. 100) et du personnel affecté à la gestion de la production. À ce propos, 8 entreprises ont précisé le nombre de personnes qu'elles ont embauchées au cours des trois dernières années, et ce, selon les différentes catégories de personnel (se reporter au tableau 8.11). Au total, ces 8 entreprises ont embauché 147 personnes, dont 85 personnes (57,8 p. 100) ont été affectées au conditionnement et 14 personnes (9,5 p. 100) l'ont été à la fabrication. L'embauche de personnel affecté au conditionnement a donc été significativement plus importante que celle liée à d'autres catégories de personnel.

Pour ce qui touche les prévisions d'embauche, 65,0 p. 100 des entreprises qui ont participé à l'enquête prévoient embaucher du personnel au cours des trois prochaines années (se reporter au tableau 8.12). À cet égard, les données présentées dans les tableaux 8.13 et 8.14 révèlent que l'embauche prévue pour les trois prochaines années vise les mêmes catégories de personnel que celles visées par l'embauche effectuée au cours des trois dernières années, c'est-à-dire le personnel affecté au conditionnement de même que celui affecté à la fabrication. En effet, 92,3 p. 100 des entreprises prévoient embaucher du personnel à affecter au conditionnement et 61,5 p. 100 des

---

3. C'est-à-dire les programmes d'études professionnelles *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260) et *Électromécanique de systèmes automatisés* (5281), lesquels sont décrits au chapitre 11 du présent rapport.

---



entreprises prévoient embaucher du personnel à affecter à la fabrication. De plus, 38,5 p. 100 des entreprises prévoient embaucher du personnel à affecter à la vente et au marketing, une même proportion d'entreprises prévoient embaucher du personnel à affecter à la réception et à l'expédition des marchandises et 30,8 p. 100 des entreprises prévoient embaucher du personnel à affecter à la gestion de la production. Pour ce qui est du nombre de personnes que les entreprises prévoient embaucher, les 9 entreprises qui ont précisé leur intention à ce sujet prévoient embaucher 100 personnes, dont 42 personnes (42,0 p. 100) seront affectées au conditionnement et 24 personnes (24,0 p. 100) seront affectées à la fabrication. Par ailleurs, les entreprises consultées ne prévoient pas faire de mises à pied au cours des trois prochaines années (se reporter au tableau 8.15).

**Tableau 8.5 Répartition des entreprises selon les critères de sélection qu'elles utilisent au moment de l'embauche de nouvelles personnes selon la catégorie de personnel**

Catégorie de personnel	N	Critères de sélection au moment de l'embauche			
		L'expérience de la personne dans le domaine	Le diplôme d'études	L'esprit d'initiative et l'autonomie de la personne	Autres critères
		%	%	%	%
Personnel affecté à la gestion de la production	7	85,7	57,1	57,1	0,0
Personnel affecté à la fabrication	10	60,0	20,0	70,0	10,0
Personnel affecté au conditionnement	8	50,0	12,5	62,5	37,5
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	9	66,7	11,1	88,9	0,0
Personnel affecté à la maintenance	7	71,4	42,9	71,4	0,0
Personnel affecté à l'assurance qualité	7	85,7	71,4	28,6	0,0
Personnel affecté au contrôle de la qualité	8	87,5	75,0	25,0	0,0
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	6	100,0	66,7	33,3	0,0
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	6	100,0	66,7	33,3	0,0
Personnel affecté à la vente et au marketing	8	62,5	50,0	62,5	0,0

**Tableau 8.6 Répartition des entreprises selon leurs exigences en matière de scolarité au moment de l'embauche de nouvelles personnes**

Catégorie de personnel et poste occupé	N	Exigences en matière de scolarité au moment de l'embauche				
		Aucun diplôme exigé	Diplôme d'études secondaires	Diplôme d'études professionnelles	Diplôme d'études collégiales	Diplôme d'études universitaires
		%	%	%	%	%
<b>Personnel affecté à la fabrication</b>						
Superviseure ou superviseur à la fabrication	9	22,2	0,0	11,1	33,3	33,3
Préposée ou préposé à la pesée	8	37,5	37,5	12,5	12,5	0,0
Opératrice ou opérateur à la fabrication	9	33,3	44,4	22,2	0,0	0,0
Préposée ou préposé à l'entretien sanitaire	8	37,5	50,0	12,5	0,0	0,0
<b>Personnel affecté au conditionnement</b>						
Superviseure ou superviseur au conditionnement	7	28,6	28,6	0,0	28,6	14,3
Opératrice ou opérateur au conditionnement	8	50,0	37,5	12,5	0,0	0,0
Préposée ou préposé au conditionnement	8	37,5	37,5	12,5	12,5	0,0
Échantillonneuse ou échantillonneur (matériel d'emballage et d'étiquetage)	7	28,6	71,4	0,0	0,0	0,0
<b>Personnel affecté à la maintenance</b>						
Superviseure ou superviseur à la maintenance	7	28,6	14,3	14,3	42,9	0,0
Mécanicienne ou mécanicien d'entretien (montage, ajustement et réparation de l'équipement)	8	25,0	0,0	50,0	25,0	0,0

**Tableau 8.7 Répartition des entreprises selon qu'elles éprouvent ou non des difficultés au moment de recruter des personnes pour combler les différents postes associés à la fabrication de produits de toilette**

Catégorie	N	%
Oui	9	47,4
Non	10	52,6
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.8 Répartition des entreprises selon qu'elles éprouvent ou non des difficultés liées au roulement de personnel**

Catégorie	N	%
Oui	5	27,8
Non	13	72,2
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.9 Répartition des entreprises selon qu'elles ont embauché ou non du personnel au cours des trois dernières années**

Catégorie	N	%
Oui	10	71,4
Non	4	28,6
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.10 Répartition des entreprises selon les catégories de personnel pour lesquelles elles ont effectué de l'embauche au cours des trois dernières années**

Catégorie de personnel	R	%
Personnel affecté à la gestion de la production	7	70,0
Personnel affecté à la fabrication	7	70,0
Personnel affecté au conditionnement	9	90,0
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	5	50,0
Personnel affecté à la maintenance	5	50,0
Personnel affecté à l'assurance qualité	3	30,0
Personnel affecté au contrôle de la qualité	5	50,0
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	5	50,0
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	2	20,0
Personnel affecté à la vente et au marketing	8	80,0
<b>N</b>	<b>10</b>	<b>—</b>

**Tableau 8.11 Répartition du nombre de personnes que les entreprises ont embauchées au cours des trois dernières années selon la catégorie de personnel**

Catégorie de personnel	N <sup>a</sup>	%
Personnel affecté à la gestion de la production	7	4,8
Personnel affecté à la fabrication	14	9,5
Personnel affecté au conditionnement	85	57,8
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	6	4,1
Personnel affecté à la maintenance	8	5,4
Personnel affecté à l'assurance qualité	1	0,7
Personnel affecté au contrôle de la qualité	9	6,1
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	7	4,8
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	2	1,4
Personnel affecté à la vente et au marketing	8	5,4
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100,0</b>

a. Indiquons que 8 entreprises ont répondu à la question.

**Tableau 8.12 Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient embaucher ou non du personnel au cours des trois prochaines années**

Catégorie	N	%
Oui	13	65,0
Non	3	15,0
Ne sais pas	4	20,0
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 8.13 Répartition des entreprises selon les catégories de personnel pour lesquelles elles prévoient effectuer de l'embauche au cours des trois prochaines années**

Catégorie de personnel	R	%
Personnel affecté à la gestion de la production	4	30,8
Personnel affecté à la fabrication	8	61,5
Personnel affecté au conditionnement	12	92,3
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	5	38,5
Personnel affecté à la maintenance	3	23,1
Personnel affecté à l'assurance qualité	3	23,1
Personnel affecté au contrôle de la qualité	2	15,4
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	3	23,1
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	0	0,0
Personnel affecté à la vente et au marketing	5	38,5
<b>N</b>	<b>13</b>	<b>—</b>

**Tableau 8.14 Répartition du nombre de personnes que les entreprises prévoient embaucher au cours des trois prochaines années selon la catégorie de personnel**

Catégorie de personnel	N <sup>a</sup>	%
Personnel affecté à la gestion de la production	2	2,0
Personnel affecté à la fabrication	24	24,0
Personnel affecté au conditionnement	42	42,0
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	6	6,0
Personnel affecté à la maintenance	7	7,0
Personnel affecté à l'assurance qualité	5	5,0
Personnel affecté au contrôle de la qualité	7	7,0
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	2	2,0
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	0	0,0
Personnel affecté à la vente et au marketing	5	5,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

a. Indiquons que 9 entreprises ont répondu à la question.

---

**Tableau 8.15 Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient ou non faire des mises à pied au cours des trois prochaines années**

<b>Catégorie</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Oui	0	0,0
Non	10	76,9
Ne sais pas	3	23,1
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>

---

---

## 9 Les pratiques des entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre

Le présent chapitre fait état du résultat de l'analyse des données recueillies à propos des pratiques et des besoins des entreprises consultées en matière de formation de la main-d'œuvre. L'exposé du résultat de l'enquête à ce propos s'articule autour des trois points suivants : l'organisation de la gestion de la formation, la formation offerte dans les entreprises au cours de l'année 2004 et les besoins soulevés en matière de formation de la main-d'œuvre.

### 9.1 L'organisation de la gestion de la formation

La formation en entreprise constitue un élément essentiel du processus de qualification de la main-d'œuvre, c'est-à-dire de la préparation de celle-ci à l'exécution adéquate des tâches qui lui sont confiées. La tenue des activités de formation utiles suppose, entre autres, l'évaluation des besoins de formation pour chacune des catégories de personnel, la précision du contenu de la formation à donner, de même que la forme que devront prendre les activités de formation et le moment où elles seront données aux membres du personnel visés. À cet égard, il y a lieu de signaler que le mode de gestion de la formation est différent selon la taille de l'entreprise. De manière générale, les plus grandes entreprises ont une ou des personnes-ressources spécialisées en formation, alors que dans les plus petites les responsabilités en la matière sont généralement assumées par le personnel cadre, lequel assume également d'autres responsabilités de gestion.

Ainsi, toutes les entreprises consultées offrent une formation aux personnes nouvellement embauchées, laquelle formation vise la préparation à l'exécution d'un poste. Ce type de formation peut être scindé en deux volets distincts, soit celui de la *formation générale* et celui de l'*entraînement à la tâche*. La formation générale consiste à renseigner les personnes sur l'entreprise et son mode de fonctionnement. Elle porte sur des objets tels que le profil de l'entreprise (histoire, types de produits fabriqués, marchés visés, etc.), l'organisation du travail (les rôles des différents services de l'entreprise, les divers postes, etc.), les règles d'hygiène, les règles relatives à la santé et sécurité du travail, les normes de qualité en vigueur dans l'entreprise. La formation générale comprend aussi une visite des locaux de l'entreprise. La durée de cette formation est courte et ne dépasse généralement pas une journée. Pour sa part, le volet de l'entraînement à la tâche consiste en la préparation à l'occupation d'un poste en particulier. L'entraînement à la tâche est fait en situation réelle de travail, et ce, sur le mode du compagnonnage sous la supervision d'une personne expérimentée<sup>1</sup>.

Par ailleurs, en ce qui concerne la formation en cours d'emploi, la situation observée dans les entreprises consultées est différente selon la taille de celles-ci. Notons que la formation en cours d'emploi a pour objet la mise à jour de compétences et le développement des nouvelles compétences utiles pour faire face aux exigences des marchés. À cet égard, il faut voir que les plus grandes entreprises ont un avantage certain par rapport aux plus petites (PME), et ce, dans la mesure où elles

---

1. Notons que, dans les entreprises, la formation par compagnonnage est généralement désignée sous l'appellation de *formation sur le tas*.

---

---

disposent des ressources nécessaires pour prévoir et évaluer les besoins en matière de formation et pour planifier la tenue des activités de formation utiles pour les différentes catégories de personnel. En conséquence, les plus grandes entreprises ont la possibilité de maintenir à jour la qualification de leur main-d'œuvre en fonction des besoins du marché, ce qui leur permet d'éviter d'être mises dans des situations où elles doivent apporter des correctifs parce qu'elles ont pris du retard en la matière. À ce sujet, selon les données recueillies, il semble bien que les plus petites entreprises sont, la plupart du temps, mises en situation de réagir pour corriger une situation et, plus rarement, en situation de prévoir et d'être en avance en matière de formation du personnel en cours d'emploi.

## **9.2 La formation offerte dans les entreprises au cours de l'année 2004**

Tel que mentionné à la section précédente du présent chapitre, toutes les entreprises consultées offrent de la formation à leur personnel en début d'emploi. En ce qui a trait à la formation offerte en cours d'emploi, les données réunies dans le tableau 9.1 révèlent que la moitié des 14 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet ont indiqué avoir offert de telles activités au cours de la période s'échelonnant de janvier à décembre 2004.

Les activités de formation en cours d'emploi offertes par les entreprises consultées visent toutes les catégories de personnel et, plus particulièrement, le personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises (85,7 p. 100), le personnel affecté à la gestion de la production (71,4 p. 100), le personnel affecté à la fabrication (71,4 p. 100) et le personnel affecté au conditionnement (71,4 p. 100) (se reporter au tableau 9.2).

En ce qui a trait aux objets visés par les activités de formation offertes au personnel, il y a lieu de signaler que la réglementation canadienne liée à la fabrication de produits de toilette de même que la gestion d'une équipe de travail (horaire, répartition des tâches, climat au sein d'une équipe, etc.) sont des objets de formation qui ont été mentionnés par 4 des 7 entreprises qui ont indiqué avoir offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 (se reporter au tableau 9.3). Parmi les autres objets sur lesquels les activités de formation ont porté, et ce, pour 3 des 7 entreprises concernées, signalons les suivants : les techniques de diagnostic des problèmes liés au fonctionnement des chaînes de conditionnement, la politique et les normes de qualité en vigueur dans l'entreprise, ainsi que l'utilisation de logiciels d'application bureautique (chiffrier, base de données, traitement de texte) appliqués aux besoins des entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette.

Pour l'ensemble des 7 entreprises qui ont offert de la formation à leur personnel, les activités ont pris la forme d'une formation intensive organisée pendant les heures de travail (se reporter au tableau 9.4). Qui plus est, 2 de ces 7 entreprises ont indiqué que les activités de formation ont pris la forme d'une formation en situation réelle de travail.

Quant à savoir qui a donné la formation au personnel, il ressort de l'analyse des données recueillies que, dans 85,7 p. 100 des entreprises qui ont répondu à la question, la formation a été offerte par le personnel d'une entreprise spécialisée en formation et que, dans 57,1 p. 100 de celles-ci, elle a été offerte par le personnel de l'entreprise même (se reporter au tableau 9.5). De plus, il y a lieu de préciser que les entreprises qui fabriquent et distribuent le matériel utilisé à la fabrication et au

---

conditionnement donnent de la formation en lien avec l'utilisation et l'entretien de ce matériel et, à ce titre, elles constituent une source de formation.

Par ailleurs, l'organisation des activités de formation ne semble pas avoir soulevé de difficultés particulières pour les entreprises en cause. De fait, plusieurs d'entre elles ont mentionné n'avoir éprouvé aucune difficulté en la matière, alors que certaines ont indiqué avoir éprouvé un peu de difficulté à organiser de telles activités. Les raisons invoquées par celles-ci pour expliquer la situation se rapportent principalement au fait qu'elles ne disposent pas des ressources humaines et financières nécessaires pour assurer la formation continue de leur personnel. Elles ont également indiqué la très grande difficulté, sinon l'impossibilité, de libérer la main-d'œuvre pendant les heures de travail pour lui permettre de participer à des activités de formation. À ce sujet, certaines entreprises ont indiqué que l'exigence formulée par des établissements de formation qui consiste à réunir un nombre minimum de personnes (7 à 10 personnes, par exemple) est impossible à satisfaire puisque ce nombre représente parfois l'effectif total du personnel affecté à la production. Dans ce contexte, il faudrait interrompre la production le temps de la formation, ce qui est évidemment exclu pour les entreprises concernées. L'une des solutions possibles consiste à tenir les activités de formation en dehors des heures régulières de travail. Par contre, cela ne semble pas toujours possible, et ce, dans la mesure où une telle pratique a une incidence sur le coût de production et que les entreprises ne sont pas en mesure ou ne sont pas prêtes à consentir les ressources financières utiles pour ce faire.

Une autre solution possible consisterait à réunir des personnes provenant de différentes entreprises en vue d'organiser une activité de formation. À cet égard, une difficulté a été signalée pour que cela puisse se réaliser. D'emblée, on a signalé que les établissements de formation concernés ne prennent pas l'initiative d'appeler dans les entreprises pour recruter le nombre de personnes utiles pour constituer des groupes de formation. De plus, on a également signalé l'absence de mécanisme de coordination qui permettrait aux entreprises, entre autres, d'organiser des activités de formation pour leur personnel en fonction de leur capacité à libérer celui-ci au cours des heures régulières de travail.

Une autre solution a également été mise de l'avant pour permettre un accès plus facile à des activités de formation pour le personnel des entreprises de fabrication de produits de toilette. Il s'agit de la formation dite en ligne, c'est-à-dire offerte par l'intermédiaire du réseau Internet. La formule comporterait, aux yeux des personnes interviewées, certains avantages comme celui de la souplesse, dont le fait d'être accessible sur les lieux de travail mêmes, et ce, en fonction de la disponibilité des personnes et des contraintes de la production.

**Tableau 9.1 Répartition des entreprises selon qu'elles ont offert ou non des activités de formation à leur personnel, autres que celles liées à l'entraînement à la tâche en début d'emploi, au cours de l'année 2004**

Catégorie	N	%
Oui	7	50,0
Non	7	50,0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100,0</b>



**Tableau 9.2 Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon la catégorie de personnel visée par ces activités**

<b>Catégorie de personnel</b>	<b>R</b>	<b>%</b>
Personnel affecté à la gestion de la production	5	71,4
Personnel affecté à la fabrication	5	71,4
Personnel affecté au conditionnement	5	71,4
Personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises	6	85,7
Personnel affecté à la maintenance	3	42,9
Personnel affecté à l'assurance qualité	2	28,6
Personnel affecté au contrôle de la qualité	3	42,9
Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D)	2	28,6
Personnel affecté à la validation des procédés et de l'équipement	2	28,6
Personnel affecté à la vente et au marketing	3	42,9
<b>N</b>	<b>7</b>	<b>—</b>

**Tableau 9.3 Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon les objets de formation visés**

<b>Objets de formation</b>	<b>R</b>	<b>%</b>
– La réglementation canadienne liée à la fabrication de produits de toilette	4	57,1
– La gestion d'une équipe (horaire, répartition des tâches, climat au sein d'une équipe, etc.)	4	57,1
– Les techniques de diagnostic des problèmes liés au fonctionnement des chaînes de conditionnement	3	42,9
– La politique et les normes de qualité en vigueur dans l'entreprise	3	42,9
– L'utilisation de logiciels d'application bureautique (chiffrier, base de données, traitement de texte) appliqués aux besoins des entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette	3	42,9
– L'ajustement et l'entretien des chaînes de conditionnement selon les caractéristiques des formats d'emballage	2	28,6
– L'ajustement et l'entretien du matériel utilisé dans la fabrication des produits de toilette	2	28,6
– La conduite préventive de chariots élévateurs	2	28,6
– Le système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT)	2	28,6
– La prise d'échantillons	2	28,6
– L'anglais avancé	2	28,6
– Les caractéristiques des matières premières qui constituent les ingrédients des produits de toilette	1	14,3
– La formulation de produits de toilette	1	14,3
– La formulation de cosméceutiques	1	14,3
– Les agents de conservation	1	14,3
– La réglementation canadienne liée à la vente de produits de toilette	1	14,3
– La réglementation américaine liée à la fabrication de produits de toilette	1	14,3
– Les procédés de fabrication de produits de toilette (forme liquide ou semi-liquide)	1	14,3
– L'utilisation d'automates	1	14,3
– Les techniques de communication interpersonnelle	1	14,3
– La gestion de conflits au sein d'une équipe	1	14,3
– Les techniques de travail liées à l'entretien sanitaire	1	14,3
– Les caractéristiques des produits utilisés pour l'entretien sanitaire	1	14,3
– Le marketing et la vente dans le domaine des produits de toilette	1	14,3
– La comptabilité appliquée aux besoins des entreprises de l'industrie de la fabrication de produits de toilette	1	14,3
– La recherche de financement (connaissance des programmes disponibles, préparation et rédaction des demandes de subvention, élaboration d'un plan d'affaires, etc.)	1	14,3
– L'anglais de base	1	14,3
<b>N</b>	<b>7</b>	<b>—</b>

**Tableau 9.4 Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon la forme de ces activités**

<b>Forme des activités de formation</b>	<b>R</b>	<b>%</b>
Formation intensive organisée pendant les heures de travail	7	100,0
Formation en situation réelle de travail	2	28,6
Formation intensive organisée hors des heures de travail (soir, fin de semaine, etc.)	1	14,3
Formation dans un établissement public de formation (secondaire, collégiale, universitaire)	1	14,3
Formation en ligne ( <i>e-learning</i> )	1	14,3
Autres formes	1	14,3
<b>N</b>	<b>7</b>	<b>—</b>

**Tableau 9.5 Répartition des entreprises qui ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004 selon le personnel qui a donné la formation**

<b>Personnel qui a donné la formation</b>	<b>R</b>	<b>%</b>
Personnel d'une entreprise spécialisée en formation	6	85,7
Personnel de l'entreprise	4	57,1
Personnel d'un établissement public de formation (secondaire, collégiale, universitaire)	3	42,9
Personnel d'une autre organisation	2	28,6
<b>N</b>	<b>7</b>	<b>—</b>

### 9.3 Les besoins en matière de formation

Un peu plus du tiers des 18 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet, à savoir 38,9 p. 100 d'entre elles, jugent que leurs ressources humaines ont des besoins en matière de formation (se reporter au tableau 9.6). En outre, les entreprises qui ont participé à l'enquête jugent que les besoins de formation touchent toutes les catégories de personnel. Cependant, certaines catégories de personnel seraient particulièrement visées par les besoins en la matière, notamment le personnel affecté à la recherche et au développement, le personnel affecté à la fabrication et le personnel affecté au conditionnement, alors que d'autres catégories le seraient moins, comme celle du personnel affecté à la réception et à l'expédition des marchandises.

En vue de combler les besoins de formation de leurs ressources humaines, les entreprises consultées ont signalé que les activités de formation à offrir devraient porter, en priorité, sur la formulation de produits de toilette, y compris sur les caractéristiques des matières premières utilisées dans la fabrication de ces produits. À ce propos, il faut voir que l'offre de formation actuellement disponible au Québec ne comporte que très peu d'activités de formation se rapportant directement à la fabrication des produits de toilette<sup>2</sup>. Bien qu'il existe une offre de formation connexe en production pharmaceutique, les données recueillies au moment des entrevues révèlent que celle-ci ne répond pas de manière adéquate aux besoins de la main-d'œuvre de l'industrie de la fabrication de produits de toilette, notamment parce que, dans la fabrication de produits pharmaceutiques, le rôle du véhicule (crème, onguent, etc.) consiste uniquement à permettre l'absorption d'ingrédients actifs par le corps humain, tandis que, dans la fabrication de produits de toilette, les propriétés du véhicule lui-même (texture, parfum, etc.) sont essentielles. La formulation de produits de toilette possède donc un caractère unique qui ne serait pas visé par la formation liée à la fabrication de produits pharmaceutiques, ni par la formation générale en chimie ou, encore, la formation en chimie industrielle.

Les entreprises consultées ont également signalé d'autres objets de formation propres à combler les besoins de formation de la main-d'œuvre de l'industrie, notamment pour le personnel affecté à la fabrication, le personnel affecté au conditionnement et le personnel affecté à l'entretien du matériel. Ainsi, les objets de formation mentionnés se rapportent aux particularités des procédés utilisés pour la fabrication de produits de toilette, de même qu'à des notions relatives à l'installation, à l'ajustement et à l'entretien des chaînes de conditionnement, ainsi qu'aux techniques de diagnostic des problèmes liés à leur fonctionnement. Ils se rapportent également aux techniques de communication interpersonnelle et à la motivation de même qu'à la gestion d'une équipe de travail.

2. Rappelons que l'offre de formation est décrite plus en détail à la quatrième partie du présent rapport, soit dans les chapitres 11 et 12, qui ont trait respectivement à l'offre de formation initiale et à l'offre de formation continue.

Ils se rapportent encore à la sensibilisation du personnel à l'importance du respect des règles d'hygiène et à la connaissance de celles-ci.

Enfin, mentionnons que 46,2 p. 100 des 13 entreprises qui ont répondu à la question sur le sujet prévoient offrir des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2005, alors que 23,1 p. 100 ne prévoient pas en offrir et que 30,8 p. 100 ne le savent pas (se reporter au tableau 9.7). Pour ce qui est de la forme que devraient prendre ces activités de formation, les entreprises consultées privilégient une formation intensive organisée pendant les heures de travail et une formation dans un établissement public de formation.

**Tableau 9.6 Répartition des entreprises selon que leur personnel a des besoins en matière de formation ou non**

Catégorie	N	%
Oui	7	38,9
Non	11	61,1
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

**Tableau 9.7 Répartition des entreprises selon qu'elles prévoient ou non offrir des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2005**

Catégorie	N	%
Oui	6	46,2
Non	3	23,1
Ne sais pas	4	30,8
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>

---

## 10 Le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie

Le présent chapitre expose le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie, et ce, au moyen de l'exposé de leur situation et des défis que cela soulève. Les données analysées à ce sujet proviennent des entrevues et du questionnaire d'enquête.

D'entrée de jeu, il est utile de signaler que les entreprises sont partagées quant au point de vue à adopter relativement à l'évaluation de la situation, prise dans son ensemble, de l'industrie des produits de toilette, puisque la moitié de celles-ci ont indiqué être tout à fait d'accord ou plutôt en accord avec l'énoncé voulant que « l'industrie des produits de toilette au Québec se porte bien », alors qu'une proportion similaire d'entre elles ont indiqué être plutôt en désaccord avec le même énoncé (se reporter au tableau 10.2). Il est probable que la situation d'affaires des entreprises et les défis auxquels elles doivent faire face pour assurer non seulement leur survie, mais encore leur développement expliquent en partie leur point de vue quant à la situation d'ensemble de l'industrie. À ce propos, les faits suivants, qui s'articulent autour de quatre thèmes, méritent d'être signalés : la domination du marché mondial par les entreprises multinationales; l'adaptation des entreprises aux exigences du marché; l'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement; et la qualification de la main-d'œuvre.

### *La domination du marché mondial par les entreprises multinationales*

Il y a lieu de rappeler que le marché mondial des produits de toilette est dominé par un nombre restreint d'entreprises multinationales et que celles-ci détiennent également une part importante du marché canadien et du marché québécois. À cet égard, les entreprises consultées considèrent la coexistence des entreprises québécoises avec les multinationales comme un défi majeur à relever. Dans ce contexte, deux situations d'affaires peuvent être observées.

D'une part, il y a les entreprises québécoises qui vendent des produits de toilette de marque maison, lesquels entrent en compétition avec les produits fabriqués par les grandes entreprises multinationales. Aux yeux de certaines personnes interviewées, cette compétition met en présence des entreprises de force inégale quant aux ressources qu'elles peuvent consentir, entre autres, à la recherche et au développement (R-D) et à la publicité. Ces personnes ont précisé que les entreprises québécoises resteront compétitives tant et aussi longtemps qu'elles auront la capacité d'innover puisque, étant donné l'indéniable popularité des produits des multinationales sur le marché québécois, les entreprises québécoises se doivent d'offrir des produits qui constituent une solution de remplacement ou, encore, un complément original et de qualité à ces produits. Les personnes interviewées ont également précisé que la capacité des entreprises à développer des produits innovateurs repose principalement sur les compétences de leurs ressources humaines affectées à la R-D.

D'autre part, il y a les entreprises québécoises qui offrent aux grandes entreprises multinationales des services de fabrication à façon, c'est-à-dire des services de sous-traitance d'activités de fabrication. À cet égard, le savoir-faire et la qualification de la main-d'œuvre, la qualité et l'efficacité de l'équipement utilisé et l'application de normes rigoureuses de qualité à la fabrication

---

---

des produits sont autant de conditions à satisfaire par les entreprises québécoises pour obtenir des contrats de la part des multinationales.

Ainsi, dans un cas comme dans l'autre, les entreprises doivent s'assurer de demeurer à la fine pointe des procédés de production. À ce sujet, les personnes interviewées ont indiqué que les techniques utilisées pour la fabrication des produits de toilette ne vont pas changer de manière significative au cours des prochaines années. En effet, il semble que les innovations prévues touchent davantage l'utilisation de produits chimiques qui permettent de donner aux produits de toilette les caractéristiques recherchées, lesquelles pouvaient être obtenues antérieurement à l'aide de procédés mécaniques. À titre d'exemple, mentionnons l'utilisation d'agents épaississants et d'agents éclaircissants pour donner aux crèmes la texture désirée et la consistance appropriée. En outre, les personnes interviewées ont signalé que la vitesse des machines utilisées, notamment pour le conditionnement des produits, représente un facteur pouvant avoir une incidence sur les compétences utiles pour l'exécution des tâches liées à l'installation, à l'ajustement et à l'entretien des machines, de même qu'à celles liées au diagnostic des problèmes qui surviennent en cours de production.

### ***L'adaptation des entreprises aux exigences du marché***

L'industrie des produits de toilette est largement tributaire des effets de la mode, ce qui suppose que les entreprises soient à l'affût des nouvelles tendances en la matière et qu'elles puissent mettre sur le marché des produits de toilette qui répondent aux attentes des consommatrices et des consommateurs. À cet égard, même si une majorité (60,0 p. 100) des entreprises qui ont répondu au questionnaire d'enquête ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard de l'énoncé « la saturation des marchés au Québec limite le développement des entreprises de l'industrie » (se reporter au tableau 10.1), il n'en demeure pas moins que la vaste majorité (90,0 p. 100) ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord avec l'énoncé suivant : « l'industrie des produits de toilette au Québec est en mesure de s'adapter aux particularités du marché, notamment en ce qui a trait aux caractéristiques des consommatrices et des consommateurs » (se reporter au tableau 10.2).

En vue de s'adapter de manière adéquate à la situation du marché, les entreprises comptent sur les activités de la R-D. Ainsi, la vaste majorité des entreprises (90,0 p. 100) ont indiqué à ce sujet être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard de l'énoncé voulant que « l'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à l'accroissement de l'investissement en R-D » (se reporter au tableau 10.2). Toutefois, la conduite d'activités en R-D ne va pas de soi pour toutes les entreprises. En effet, les deux tiers (66,6 p. 100) des entreprises qui ont répondu à une question à ce sujet ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord avec l'énoncé voulant que « l'importance de l'investissement à consentir en R-D pour la mise au point de nouveaux produits limite le développement des entreprises de l'industrie », et la moitié (50,0 p. 100) de celles-ci ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard des énoncés voulant que « le manque de ressources humaines qualifiées en R-D propre à la mise au point de nouveaux produits limite le développement des entreprises de l'industrie » et que « l'absence d'une offre de formation universitaire adaptée aux besoins des entreprises en ce qui concerne la formulation de produits de toilette limite le développement des entreprises de l'industrie » (se reporter au tableau 10.1).

Toujours en lien avec l'adaptation des entreprises aux exigences du marché, la mise au point de produits de toilette biologiques constituerait une voie prometteuse à explorer selon l'opinion

---

exprimée par une majorité (60,0 p. 100) des entreprises qui ont répondu à une question à ce sujet et ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard de l'énoncé voulant que « l'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée au développement de nouveaux produits biologiques, c'est-à-dire de produits fabriqués sans l'utilisation de substances chimiques ou artificielles » (se reporter au tableau 10.2). À propos des tendances du marché, les personnes interviewées ont signalé que le marché des produits dits cosméceutiques, c'est-à-dire les produits cosmétiques qui offrent des bénéfices thérapeutiques et qui contiennent des ingrédients actifs, est en plein développement, notamment pour ce qui est de la gamme des produits qui contribuent à atténuer les effets du vieillissement. Elles ont également signalé l'augmentation croissante de la demande pour les produits de toilette dont les ingrédients sont entièrement naturels, les produits de toilette pour hommes et les produits cosmétiques qui visent une clientèle non caucasienne. Elles ont de plus fait état d'une augmentation de la demande pour les produits de toilette personnalisés, c'est-à-dire des produits qui visent des clientèles particulières comme les personnes ayant un certain type de peau (sèche, grasse, mixte, sensible, à tendance acnéique, etc.) ou ayant un certain type de cheveu (sec, gras, racine grasse et pointe sèche, teint, permanenté, etc.). Selon les personnes interviewées, en vue de répondre à la demande pour ces types de produits, il faudra que le personnel affecté à la R-D dans les entreprises québécoises de fabrication de produits de toilette puisse relever le défi de mettre au point les produits adaptés à la situation qui sauront se démarquer, par leur qualité, des produits déjà disponibles sur le marché. À ce propos, ces mêmes personnes considèrent que l'offre de formation en formation initiale et en formation continue associée à la formulation de produits de toilette n'est pas adéquate pour répondre aux besoins des entreprises et de la main-d'œuvre.

### ***L'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement***

Il ressort de l'analyse des données recueillies à l'aide des entrevues et du questionnaire d'enquête que l'approvisionnement en matières premières et en matériel d'emballage constitue un défi économique important pour les entreprises, et ce, parce que cela a une incidence sur le coût de production des produits fabriqués au Québec et, en conséquence, sur les possibilités de développement des entreprises. À ce sujet, il est intéressant de constater que la majorité (80,0 p. 100) des entreprises qui ont répondu à la question posée à ce sujet ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard de l'énoncé voulant que « le coût élevé du matériel nécessaire pour effectuer la fabrication ou le conditionnement de certains types de produits de toilette limite le développement des entreprises de l'industrie » (se reporter au tableau 10.1).

Il ressort également de l'analyse des données que l'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement est plus difficile lorsqu'il s'agit d'acheter du matériel en quantité limitée. En effet, une majorité des entreprises (70,0 p. 100) qui ont répondu aux questions posées à ce sujet ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord avec les énoncés voulant que « les entreprises de l'industrie éprouvent des difficultés d'approvisionnement en matières premières lorsqu'il s'agit de volume d'achat restreint » et que « les entreprises de l'industrie éprouvent des difficultés d'approvisionnement en matériel d'emballage lorsqu'il s'agit de volume d'achat restreint » (se reporter au tableau 10.1). À ce propos, certaines personnes interviewées ont signalé la pratique d'entreprises asiatiques qui consiste à acheter en totalité tout lot de matières premières disponibles auprès des fournisseurs, ce qui contribue à accentuer les difficultés d'approvisionnement pour les entreprises québécoises. Pour faire face à ces difficultés, la mise sur pied d'un regroupement d'entreprises pour l'achat de matières premières et de matériel pour le conditionnement pourrait constituer une voie prometteuse, selon les entreprises interrogées à ce

---

sujet. À cet égard, il est intéressant de signaler qu'une forte majorité (80,0 p. 100 ou plus) des entreprises qui ont répondu aux questions à ce sujet ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard des énoncés voulant que « la création d'un regroupement d'achat pour le matériel d'emballage pourrait être profitable pour l'industrie des produits de toilette au Québec » et que « la création d'un regroupement d'achat pour les matières premières pourrait être profitable pour l'industrie des produits de toilette au Québec » (se reporter au tableau 10.2).

De plus, il y a lieu de mentionner la situation particulière découlant de l'utilisation d'ingrédients naturels dans la fabrication des produits de toilette. Les ingrédients en cause sont pour la plupart importés et les renseignements sur leurs propriétés physicochimiques ne sont généralement pas disponibles, ce qui peut constituer un certain risque pour les personnes appelées à les manipuler. Ces renseignements sont disponibles pour les produits de synthèse utilisés dans la fabrication de produits de toilette, puisque ceux-ci sont munis d'une fiche signalétique, laquelle est associée au système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT). Aussi, pour pallier cette difficulté, une majorité d'entreprises (90,0 p. 100) qui ont répondu à la question posée à ce sujet ont-elles indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord au regard de l'énoncé voulant que « l'adoption d'une réglementation visant à fournir aux entreprises les renseignements pertinents sur les propriétés physicochimiques des ingrédients naturels utilisés dans la fabrication des produits de toilette pourrait être profitable pour l'industrie » (se reporter au tableau 10.2).

### ***La qualification de la main-d'œuvre***

Enfin, l'analyse des données recueillies à l'aide des entrevues et du questionnaire d'enquête révèle que les entreprises considèrent que leur personnel est plutôt qualifié pour faire face aux exigences du marché et soutenir leur développement. Toutefois, elles sont conscientes du défi à relever pour assurer la qualification de leur main-d'œuvre, puisque cela suppose, entre autres, qu'elles puissent assurer la formation continue de celle-ci. Pour ce faire, une majorité d'entreprises interrogées à ce sujet considèrent qu'elles ont besoin d'être soutenues. En effet, 80,0 p. 100 de celles qui ont répondu à une question à ce sujet ont indiqué être tout à fait en accord ou plutôt en accord avec l'énoncé voulant que « l'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à la mise en place de mesures pour soutenir les entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre » (se reporter au tableau 10.2). De plus, les entreprises doivent également s'assurer de pouvoir réduire au minimum les effets du roulement de personnel pour s'assurer d'avoir une main-d'œuvre qualifiée propre à soutenir leur développement. À ce sujet, il y a lieu de mentionner qu'une proportion relativement peu élevée des entreprises (40,0 p. 100) qui ont répondu au questionnaire d'enquête ont signalé un tel problème en indiquant être tout à fait en accord ou plutôt en accord avec l'énoncé voulant que « le taux de roulement élevé du personnel affecté aux postes clés liés à la production limite le développement des entreprises de l'industrie » (se reporter au tableau 10.2).

---



**Tableau 10.1 Répartition des entreprises selon leur degré d'accord au regard d'énoncés relatifs aux obstacles potentiels au développement des entreprises de fabrication de produits de toilette**

Énoncé	N	Degré d'accord			
		Tout à fait en accord	Plutôt en accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord
		%	%	%	%
– Le coût élevé du matériel nécessaire pour effectuer la fabrication ou le conditionnement de certains types de produits de toilette limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	50,0	30,0	20,0	0,0
– Les entreprises de l'industrie éprouvent des difficultés d'approvisionnement en matériel d'emballage lorsqu'il s'agit de volume d'achat restreint.	10	50,0	20,0	30,0	0,0
– Les entreprises de l'industrie éprouvent des difficultés d'approvisionnement en matières premières lorsqu'il s'agit de volume d'achat restreint.	10	40,0	30,0	20,0	10,0
– L'importance de l'investissement à consentir en R-D pour la mise au point de nouveaux produits limite le développement des entreprises de l'industrie.	9	33,3	33,3	22,2	11,1
– La saturation des marchés au Québec limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	30,0	30,0	30,0	10,0
– Le coût élevé de production des produits de toilette limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	30,0	30,0	20,0	20,0
– Le manque de ressources humaines qualifiées en R-D propre à la mise au point de nouveaux produits limite le développement des entreprises de l'industrie.	8	12,5	37,5	50,0	0,0
– L'absence d'une offre de formation universitaire adaptée aux besoins des entreprises en ce qui concerne la formulation de produits de toilette limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	10,0	40,0	50,0	0,0
– Le taux de roulement élevé du personnel affecté aux postes clés liés à la production limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	20,0	20,0	60,0	0,0
– Les entreprises de l'industrie des produits de toilette manquent de ressources financières.	10	10,0	20,0	60,0	10,0
– L'absence d'une offre de formation spécialisée en fabrication des produits de toilette dans les environs immédiats des entreprises de l'industrie limite le développement de celles-ci.	9	0,0	22,2	66,7	11,1
– Le manque de ressources humaines qualifiées pour occuper les postes clés liés à la production limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	0,0	20,0	80,0	0,0
– Le manque de ressources humaines qualifiées pour occuper les postes de direction limite le développement des entreprises de l'industrie.	10	0,0	20,0	70,0	10,0

**Tableau 10.2 Répartition des entreprises selon leur degré d'accord au regard d'énoncés relatifs à l'évolution et aux enjeux de l'industrie de la fabrication de produits de toilette**

Énoncé	N	Degré d'accord			
		Tout à fait en accord	Plutôt en accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord
		%	%	%	%
– La création d'un regroupement d'achat pour le matériel d'emballage pourrait être profitable pour l'industrie des produits de toilette au Québec.	10	40,0	50,0	10,0	0,0
– L'adoption d'une réglementation visant à fournir aux entreprises les renseignements pertinents sur les propriétés physicochimiques des ingrédients naturels utilisés dans la fabrication des produits de toilette pourrait être profitable pour l'industrie.	10	40,0	50,0	10,0	0,0
– L'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à l'accroissement de l'investissement en R-D.	10	40,0	50,0	0,0	10,0
– L'industrie des produits de toilette au Québec est en mesure de s'adapter aux particularités du marché, notamment en ce qui a trait aux caractéristiques des consommatrices et des consommateurs.	10	10,0	80,0	10,0	0,0
– La création d'un regroupement d'achat pour les matières premières pourrait être profitable pour l'industrie des produits de toilette au Québec.	10	40,0	40,0	20,0	0,0
– L'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à la mise en place de mesure pour soutenir les entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre.	10	10,0	70,0	20,0	0,0
– L'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée au développement de nouveaux produits biologiques, c'est-à-dire de produits fabriqués sans l'utilisation de substances chimiques ou artificielles.	10	10,0	50,0	40,0	0,0
– L'industrie des produits de toilette au Québec se porte bien.	10	10,0	40,0	50,0	0,0

---

**PARTIE IV**  
**L'OFFRE DE FORMATION**

---

---

## 11 L'offre de formation initiale

La présente partie comprend deux chapitres qui ont trait respectivement à l'offre de formation initiale et à l'offre de formation continue liées à la fabrication de produits de toilette.

Aucun programme d'études en formation initiale n'est directement lié à la fabrication de produits de toilette ou de produits cosmétiques. Par contre, il existe une offre de formation constituée de programmes d'études professionnelles liés à la production manufacturière, de programmes d'études techniques liés à l'industrie chimique en général, au travail en laboratoire et à la production manufacturière, de même que de programmes d'études universitaires liés à la chimie, à la biochimie, à la microbiologie et à l'administration des affaires, lesquels programmes peuvent être pertinents pour l'industrie de la fabrication de produits de toilette. Le présent chapitre est consacré à la description de ces programmes d'études.

### 11.1 Les programmes d'études professionnelles

Les sections qui suivent présentent les programmes d'études professionnelles qui peuvent être pertinents pour l'industrie de la fabrication de produits de toilette, à savoir le programme *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260) et le programme *Électromécanique de systèmes automatisés* (5281)<sup>1</sup>.

#### 11.1.1 Le programme *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260)

Le programme d'études *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260) a une durée de 1 800 heures et conduit à l'obtention du diplôme d'études professionnelles (DEP). Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.1. Ce programme est lié à la fabrication de produits de toilette puisqu'il est rattaché à l'entretien et à la réparation de l'équipement de fabrication et de conditionnement dans les entreprises.

**Tableau 11.1** Caractéristiques du programme *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260)

---

**Le but général de la formation vise :**

- à faire acquérir à la personne les connaissances, les habiletés et les attitudes nécessaires pour faire l'installation, l'entretien, la réparation, le dépannage et la modification de systèmes mécaniques, hydrauliques, pneumatiques, électrohydrauliques et électropneumatiques, assistés par ordinateurs ou par automates programmables.

---

1. Mentionnons que chacun de ces deux programmes d'études sont offerts par une vingtaine de commissions scolaires réparties sur l'ensemble du territoire québécois.

---

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de participer au montage de l'équipement d'une ligne de production ou à la mise en chantier d'une usine;
- à faire acquérir à la personne des notions d'électricité, d'électronique, de soudage, de tuyauterie, d'usinage, d'analyse de vibrations, de même qu'en automatisation;
- à rendre la personne capable de travailler avec de l'équipement ou des systèmes tels que les pompes, les presses, les ventilateurs, les variateurs et les réducteurs de vitesse, les convoyeurs, les compacteurs, les compresseurs, les moteurs électriques, l'équipement de manutention et les machines industrielles de production.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du diplôme d'études secondaires (DES) décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, ou;
- si la personne est âgée d'au moins 16 ans, à l'obtention des unités de 4<sup>e</sup> secondaire en français, en anglais et en mathématique, ou;
- si la personne est âgée d'au moins 18 ans, à la réussite du test de développement général et à l'obtention des unités de français de 2<sup>e</sup> secondaire et des unités de mathématique de 4<sup>e</sup> secondaire, ou;
- si la personne a obtenu les unités de français, d'anglais et de mathématique de 3<sup>e</sup> secondaire, à la poursuite de sa formation générale en concomitance avec sa formation professionnelle afin d'obtenir les unités de français, d'anglais et de mathématique de 4<sup>e</sup> secondaire, ou;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Mécaniciennes ou mécaniciens de chantier et mécaniciennes ou mécaniciens industriels (sauf l'industrie du textile) (CNP 7311);
- Réparatrices ou réparateurs de wagons (CNP 7314);
- Ajusteuses ou ajusteurs de machines (CNP 7316);
- Mécaniciennes ou mécaniciens et monteuses ou monteurs de machines dans l'industrie du textile (CNP 7317).

---

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

### 11.1.2 Le programme *Électromécanique de systèmes automatisés* (5281)

Le programme d'études *Électromécanique de systèmes automatisés* (5281) a une durée de 1 800 heures et conduit à l'obtention du DEP. Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.2. Tout comme le programme *Mécanique industrielle de construction et d'entretien* (5260), ce programme est lié à la fabrication de produits de toilette puisqu'il est rattaché à l'entretien et à la réparation de l'équipement de fabrication et de conditionnement dans les entreprises.

---

**Tableau 11.2 Caractéristiques du programme *Électromécanique de systèmes automatisés* (5281)**

**Le but général de la formation vise :**

- à faire acquérir à la personne les connaissances, les habiletés et les attitudes nécessaires pour assurer le fonctionnement et l'entretien de l'équipement de productions automatisées dans un contexte de qualité totale et de changements technologiques.

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de réparer les divers systèmes et leurs diverses composantes mécaniques, hydrauliques, pneumatiques, électriques et électroniques;
- à rendre la personne capable de travailler dans l'un ou l'autre des divers types d'entreprises de production qui utilisent des systèmes de commande automatisés.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, ou;
- si la personne est âgée d'au moins 16 ans, à l'obtention des unités de 4<sup>e</sup> secondaire en français, en anglais et en mathématique, ou;
- si la personne est âgée d'au moins 18 ans, à la réussite du test de développement général et à l'obtention des unités de français de 2<sup>e</sup> secondaire et des unités de mathématique de 4<sup>e</sup> secondaire, ou;
- si la personne a obtenu les unités de français, d'anglais et de mathématique de 3<sup>e</sup> secondaire, à la poursuite de sa formation générale en concomitance avec sa formation professionnelle afin d'obtenir les unités de français, d'anglais et de mathématique de 4<sup>e</sup> secondaire, ou;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Électriciennes ou électriciens industriels (CNP 7242);
- Électriciennes ou électriciens des réseaux électriques (CNP 7243);
- Électromécaniciennes ou électromécaniciens (CNP 7333);
- Opératrices ou opérateurs de centrales et de réseaux électriques (CNP 7352);
- Assembleuses ou assembleurs, monteuses ou monteurs et contrôleuses ou contrôleurs dans la fabrication de transformateurs et de moteurs électriques industriels (CNP 9485).

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

## 11.2 Les programmes d'études techniques

Les sections qui suivent présentent les programmes d'études techniques qui peuvent être pertinents pour l'industrie de la fabrication de produits de toilette, à savoir le programme *Techniques de génie chimique* (210.02), le programme *Techniques de procédés chimiques* (210.04), le programme *Techniques de laboratoire (Chimie analytique)* (210.A0), le programme *Techniques de laboratoire (Biotechnologies)* (210.A0) et le programme *Techniques de production manufacturière* (235.A0).

### 11.2.1 Le programme *Techniques de génie chimique* (210.02)

Le programme d'études *Techniques de génie chimique* (210.02)<sup>2</sup> a été instauré en 1986. Conduisant à l'obtention du diplôme d'études collégiales (DEC), ce programme a une durée de 2 565 heures, dont 1 905 heures de formation spécifique et 660 heures de formation générale. Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.3.

**Tableau 11.3 Caractéristiques du programme *Techniques de génie chimique* (210.02)**

**Le but général de la formation vise :**

- à développer chez la personne les connaissances et les habiletés relatives au fonctionnement des principales techniques utilisées dans l'industrie chimique.

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de participer à la mise au point de méthodes de fabrication;
- à rendre la personne capable de d'identifier et de corriger les défauts mineurs dans les appareils de mesure et de contrôle;
- à rendre la personne capable de calibrer et de maîtriser le déroulement d'un procédé;
- à rendre la personne capable d'effectuer une évaluation critique du déroulement des travaux et de rédiger des rapports clairs et concis à ce propos.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES ou du DEP décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 536, Physique 534 et Chimie 534;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technologues et techniciennes ou techniciens en chimie appliquée (CNP 2211);
- Spécialistes des ventes techniques, vente en gros (CNP 6221);
- Opératrices ou opérateurs de salle de commande centrale dans le raffinage du pétrole et le traitement du gaz et des produits chimiques (CNP 9232);
- Opératrices ou opérateurs au contrôle de la réduction en pâte des pâtes et papiers (CNP 9233);
- Contrôleuses ou contrôleurs et essayeuses ou essayeurs dans la transformation des métaux et des minerais (CNP 9415);
- Opératrices ou opérateurs d'installations de traitement des produits chimiques (CNP 9421).

Source : INFORROUTE FPT [inforoutefpt.org].

2. Le programme *Techniques de génie chimique* (210.02) est actuellement offert par le Cégep de Jonquière, dans la région du Saguenay–Lac-Saint-Jean, et par le Cégep de Lévis-Lauzon, dans la région de Chaudière-Appalaches.

## 11.2.2 Le programme *Techniques de procédés chimiques* (210.04)

Créé en 1993, le programme d'études *Techniques de procédés chimiques* (210.04)<sup>3</sup> conduit à l'obtention du DEC et a une durée de 2 580 heures, dont 1 920 heures de formation spécifique et 600 heures de formation générale. Mentionnons qu'une nouvelle version de ce programme, *Techniques de procédés chimiques* (210.B0), a été élaborée en 2004 mais que celle-ci n'est pas encore offerte. Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.4.

**Tableau 11.4 Caractéristiques du programme *Techniques de procédés chimiques* (210.04)**

### **Le but général de la formation vise :**

- à faire acquérir à la personne les compétences nécessaires à une intégration harmonieuse au milieu de travail; à la circulation de l'information dans les conditions normales d'opération et en situation d'urgence; à l'exécution sécuritaire des tâches liées au contrôle des équipements et de l'appareillage industriel, aux produits et aux procédés utilisés dans les industries; au contrôle et à l'optimisation de la production; à l'utilisation de l'instrumentation de contrôle pour répondre aux situations d'urgence; et à la gestion de qualité.

### **Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de travailler à partir de représentations mentales de ce qui se passe concrètement dans les procédés;
- à rendre la personne capable d'exécuter les tâches relatives au contrôle, à l'entretien préventif et à la réparation des appareils utiles à la conduite des procédés;
- à rendre la personne capable de résoudre les problèmes en situation d'urgence;
- à rendre la personne capable d'analyser les données recueillies par les instruments de mesure et de calibrer ces instruments;
- à rendre la personne capable d'optimiser la production;
- à rendre la personne capable d'évoluer dans un contexte de travail caractérisé par la présence de dangers multiples et par la fréquence des changements de tout ordre et à lui faire développer des habitudes et des comportements respectueux de l'environnement et de la santé et sécurité au travail;
- à rendre la personne capable de communiquer avec précision oralement et par écrit dans les conditions normales d'opération et au moment de situation d'urgence.

### **Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES ou du DEP décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 436 et Sciences physiques 436;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

3. Le programme *Techniques de procédés chimiques* (210.04) est actuellement offert par le Collège de Maisonneuve, dans la région de Montréal.



**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technologues et techniciennes ou techniciens en chimie appliquée (CNP 2211);
- Surveillantes ou surveillants dans le raffinage du pétrole, le traitement du gaz et des produits chimiques et les services d'utilité publique (CNP 9212);
- Opératrices ou opérateurs de salle de commande centrale dans le raffinage du pétrole et le traitement du gaz et des produits chimiques (CNP 9232);
- Opératrices ou opérateurs au contrôle de la réduction en pâte des pâtes et papiers (CNP 9233);
- Contrôleuses ou contrôleurs et essayeuses ou essayeurs dans la transformation des métaux et des minerais (CNP 9415);
- Opératrices ou opérateurs d'installations de traitement des produits chimiques (CNP 9421).

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

### 11.2.3 Le programme *Techniques de laboratoire (Chimie analytique)* (210.A0)

Le programme d'études *Techniques de laboratoire (Chimie analytique)* (210.A0)<sup>4</sup>, qui a été approuvé en 2001, conduit à l'obtention d'un DEC. Le programme a une durée de 2 655 heures, dont 1 995 heures de formation spécifique et 660 heures de formation générale. Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.5.

**Tableau 11.5 Caractéristiques du programme *Techniques de laboratoire (Chimie analytique)* (210.A0)**

**Le but général de la formation vise :**

- à former des techniciennes et des techniciens aptes à travailler dans les laboratoires d'entreprises spécialisées dans les domaines de l'agroalimentaire, des produits pharmaceutiques, de l'environnement, des biotechnologies, de la chimie industrielle, des mines et de la métallurgie, de la pétrochimie, de même que dans le domaine des pâtes et papiers.

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de prélever des échantillons;
- à rendre la personne capable d'effectuer des analyses de chimie inorganique et organique en utilisant certaines méthodes d'analyse instrumentale;
- à rendre la personne capable de compiler et de traiter des données;
- à rendre la personne capable de rédiger des rapports et de transmettre des résultats;
- à rendre la personne capable de participer à la mise au point de méthodes originales d'analyse;
- à rendre la personne capable d'effectuer des analyses qui visent le contrôle de la qualité, la recherche et le développement ainsi que l'amélioration de la production;

4. Le programme d'études collégiales *Techniques de laboratoire (Chimie analytique)* (210.A0) est actuellement offert par les six établissements d'enseignement collégial suivants : le Collège Ahuntsic et le Collège Dawson, dans la région de Montréal; le Cégep de Jonquière, dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean; le Cégep de Lévis-Lauzon, dans la région de Chaudière-Appalaches; le Collège Shawinigan, dans la région de la Mauricie; et le Collège de Valleyfield, dans la région de la Montérégie.

- à rendre la personne capable de travailler en respectant les règles de santé et de sécurité, les bonnes pratiques de laboratoire et les bonnes pratiques de fabrication.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES ou du DEP décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 526, Physique 534 et Chimie 534;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technologues et techniciennes ou techniciens en chimie appliquée (CNP 2211);
- Opératrices ou opérateurs au contrôle de la réduction en pâte des pâtes et papiers (CNP 9233);
- Opératrices ou opérateurs d'installations de traitement des produits chimiques (CNP 9421).

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

#### 11.2.4 Le programme *Techniques de laboratoire (Biotechnologies)* (210.A0)

Le programme d'études *Techniques de laboratoire (Biotechnologies)* (210.A0)<sup>5</sup> a été approuvé en 2001 et conduit à l'obtention d'un DEC. Le programme a une durée de 2 715 heures, dont 2 055 heures de formation spécifique et 660 heures de formation générale. Le but général, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.6.

**Tableau 11.6 Caractéristiques du programme *Techniques de laboratoire (Biotechnologies)* (210.A0)**

**Le but général de la formation vise :**

- à former des techniciennes et des techniciens aptes à travailler dans les laboratoires d'entreprises spécialisées en biotechnologies.

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à rendre la personne capable de prélever des échantillons;
- à rendre la personne capable d'utiliser des microorganismes et des cellules;
- à rendre la personne capable de réaliser des analyses biochimiques, microbiologiques, immunologiques;
- à rendre la personne capable de mener des activités liées au génie génétique;
- à rendre la personne capable d'effectuer des tests de toxicité et d'écotoxicité;
- à rendre la personne capable de compiler et de traiter des données;
- à rendre la personne capable de rédiger des rapports et de transmettre des résultats;
- à rendre la personne capable de participer à la mise au point de méthodes originales d'analyse;

5. Le programme d'études collégiales *Techniques de laboratoire (Biotechnologies)* (210.A0) est actuellement offert par les six établissements d'enseignement collégial suivants : le Collège Ahuntsic, dans la région de Montréal; le Cégep de Lévis-Lauzon, dans la région de Chaudière-Appalaches; le Cégep de l'Outaouais, dans la région de l'Outaouais; le Cégep de Saint-Hyacinthe, dans la région de la Montérégie; le Collège Shawinigan, dans la région de la Mauricie; et le Collège de Sherbrooke, dans la région de l'Estrie.

- à rendre la personne capable d'effectuer des analyses qui visent le contrôle de la qualité, la recherche et le développement ainsi que l'amélioration de la production;
- à rendre la personne capable de travailler en respectant les règles de santé et de sécurité, les bonnes pratiques de laboratoire et les bonnes pratiques de fabrication.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES ou du DEP décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 526, Physique 534 et Chimie 534;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technologues et techniciennes ou techniciens en chimie appliquée (CNP 2211);
- Technologues et techniciennes ou techniciens en biologie (CNP 2221);
- Opératrices ou opérateurs au contrôle de la réduction en pâte des pâtes et papiers (CNP 9233);
- Opératrices ou opérateurs d'installations de traitement des produits chimiques (CNP 9421).

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

### 11.2.5 Le programme *Techniques de production manufacturière* (235.A0)

Le programme d'études *Techniques de production manufacturière* (235.A0)<sup>6</sup> a été mis au point et implanté en 1995. Ce programme, qui a une durée de 2 595 heures, dont 1 935 heures de formation spécifique et 660 heures de formation générale, conduit à l'obtention d'un DEC. Les buts généraux, les objectifs spécifiques et les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 11.7.

**Tableau 11.7 Caractéristiques du programme *Techniques de production manufacturière* (235.A0)**

**Les buts généraux de la formation visent :**

- à former des personnes, dont les compétences sont vastes et variées, aptes à participer activement à l'optimisation de la production, et ce, tant sur le plan des procédés que des techniques et des ressources;
- à rendre les personnes diplômées capables d'exécuter les tâches d'organisation, de planification et de gestion des ressources humaines, matérielles et techniques nécessaires à l'efficacité de la production manufacturière.

6. Le programme *Techniques de production manufacturière* (235.A0) est actuellement offert par les quatre établissements d'enseignement collégial suivants : le Cégep André-Laurendeau, dans la région de Montréal; le Cégep Beauce-Appalaches, dans la région de Chaudière-Appalaches; le Cégep de Granby-Haute-Yamaska, dans la région de la Montérégie; et le Cégep Lionel-Groulx, dans la région des Laurentides.

---

**Les objectifs spécifiques de la formation visent :**

- à faire acquérir à la personne les compétences générales et particulières nécessaires à la compréhension de l'ensemble des activités d'une entreprise manufacturière;
- à former une technicienne ou un technicien capable de seconder une équipe dirigeante en coordonnant les activités courantes de production manufacturière;
- à former une généraliste polyvalente ou un généraliste polyvalent en mesure de prendre en charge soit un service de production, soit une unité cellulaire de production, soit un ensemble de postes de travail, et d'intervenir autant en gestion qu'en organisation ou en technique;
- à rendre la personne capable de prévenir et de résoudre les problèmes liés à la production;
- à rendre la personne capable d'effectuer l'analyse, le contrôle et l'amélioration continue des méthodes et des procédés qui influent sur la production;
- à rendre la personne capable d'évoluer dans un contexte de travail caractérisé par la présence de dangers multiples et par la fréquence des changements de tout ordre, et à lui faire développer des habitudes et des comportements respectueux de l'environnement et de la santé et sécurité au travail.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES ou du DEP décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 436 et Sciences physiques 436;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Surveillantes ou surveillants dans le raffinage du pétrole, le traitement du gaz et des produits chimiques et les services d'utilité publique (CNP 9212);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication de produits en caoutchouc et en plastique (CNP 9214);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication de véhicules automobiles (CNP 9221);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication du matériel électronique (CNP 9222);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication d'appareils électriques (CNP 9223);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication d'autres produits métalliques et de pièces mécaniques (CNP 9226);
  - Surveillantes ou surveillants dans la fabrication et le montage de produits divers (CNP 9227).
- 

Source : INFOROUTE FPT [inforoutefpt.org].

### 11.3 Les programmes d'études universitaires

Les programmes d'études universitaires les plus pertinents par rapport à la fabrication de produits de toilette ou à la recherche liée aux produits de toilette sont les divers programmes de baccalauréat en chimie, en génie chimique, en biochimie et en microbiologie offerts par les universités québécoises<sup>7</sup>. Une partie de ces programmes comprennent une voie de sortie liée aux produits pharmaceutiques, mais aucun de ceux-ci ne comprend une voie de sortie liée aux produits de toilette. À titre d'exemple, mentionnons le *Baccalauréat en chimie* (1-060-1-0) de l'Université de Montréal, qui comprend une voie de sortie intitulée Chimie pharmaceutique et bio-organique, ainsi que le *Baccalauréat en microbiologie* (1.213.01) de l'Université Laval, qui comprend une voie de sortie intitulée Secteur médical et pharmaceutique.

---

7. Notons que la quasi-totalité des universités québécoises offrent au moins un programme de baccalauréat lié à un de ces domaines.

---

Par ailleurs, notons qu'il existe à l'Université Laval une maîtrise en administration des affaires de 45 unités dont l'un des 14 domaines de spécialisation s'intitule Gestion pharmaceutique (14 2.550.42).

---

## 12 L'offre de formation continue

Le présent chapitre décrit l'offre de formation continue liée à la fabrication de produits de toilette et s'articule autour de deux thèmes, soit la formation continue offerte par les collèges et la formation continue offerte par la section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists. Notons que, contrairement à l'offre de formation initiale, l'offre de formation continue comprend quelques activités de formation qui se rapportent directement à la fabrication de produits de toilette.

### 12.1 La formation continue offerte par les collèges

Les sections qui suivent présentent la formation continue liée à la fabrication de produits de toilette qui est actuellement offerte par les collèges, à savoir le programme *Procédés biologiques et chimiques en discontinu* (ECA.09), le programme *Conduite des procédés de production pharmaceutique* (EJN.0T), le programme *Perfectionnement en production pharmaceutique* (EJN.0W), le programme *Conduite de la validation des produits pharmaceutiques* (EJN.0Z), de même que les ateliers de formation continue offerts par le Collège Gérard-Godin.

#### 12.1.1 Le programme *Procédés biologiques et chimiques en discontinu* (ECA.09)

Le programme *Procédés biologiques et chimiques en discontinu* (ECA.09)<sup>1</sup>, qui a une durée de 1 005 heures, conduit à l'obtention d'une attestation d'études collégiales (AEC). Le but général du programme, les thèmes visés par celui-ci, les conditions d'admission du programme, de même que les domaines d'activité visés par celui-ci sont présentés dans le tableau 12.1.

**Tableau 12.1 Caractéristiques du programme *Procédés biologiques et chimiques en discontinu* (ECA.09)**

---

**Le but général de la formation vise :**

- à faire acquérir à la personne un niveau de compétence technique et une formation de base liés à l'exploitation de procédés discontinus, tant dans le domaine des biotechnologies que dans le domaine de la chimie.

**Les thèmes visés par la formation sont :**

- l'hygiène industrielle;
- les bonnes pratiques de fabrication;
- la chimie industrielle;
- les bioprocédés;
- les équipements mécaniques et thermiques;
- l'électricité appliquée;

---

1. Le programme *Procédés biologiques et chimiques en discontinu* (ECA.09) est actuellement offert par le Collège de Maisonneuve, dans la région de Montréal.

---

- l'intégration au milieu de travail, les règles de sécurité et les normes de fabrication;
- la conduite des équipements industriels;
- les produits et les procédés utilisés dans l'industrie chimique;
- les microorganismes et les bioprocédés.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du diplôme d'études secondaires (DES) ou du diplôme d'études professionnelles (DEP) décerné par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport;
- à la réussite des cours Mathématique 436 et Sciences physiques 436;
- à la satisfaction, le cas échéant, des conditions particulières d'admission établies par le collège;
- à une formation que l'établissement d'enseignement juge équivalente.

**Les domaines d'activité visés par la formation sont :**

- la chimie (chimie fine, cosmétiques, détergent, colles et adhésifs, peintures, produits chimiques industriels, etc.);
- la biotechnologie.

---

Source : COLLÈGE DE MAISONNEUVE [www.cmaisonneuve.qc.ca].

### 12.1.2 Le programme *Conduite des procédés de production pharmaceutique* (EJN.0T)

Le programme *Conduite des procédés de production pharmaceutique* (EJN.0T)<sup>2</sup> a une durée de 990 heures et conduit à l'obtention d'une AEC. Le but général du programme, les thèmes visés par celui-ci, les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 12.2.

**Tableau 12.2 Caractéristiques du programme *Conduite des procédés de production pharmaceutique* (EJN.0T)**

---

**Le but général de la formation vise :**

- à former un personnel compétent pour exercer les fonctions de travail liées à la conduite des procédés dans les entreprises pharmaceutiques.

**Les thèmes visés par la formation sont :**

- le métier de technicienne ou technicien en production pharmaceutique;
- les connaissances scientifiques qui sous-tendent la production pharmaceutique;
- les technologies de l'information et des communications;
- les bonnes pratiques de fabrication;
- l'assurance de la qualité en production pharmaceutique;
- l'optimisation des procédés de production pharmaceutique;
- la santé, la sécurité et l'environnement en production pharmaceutique;
- la mise en course et la fabrication de comprimés;

---

2. Le programme *Conduite des procédés de production pharmaceutique* (EJN.0T) est actuellement offert par le Collège Gérald-Godin, dans la région de Montréal.

---

- la mise en course et la fabrication de crèmes, d'onguents et de liquides;
- le contrôle de la qualité en production pharmaceutique;
- le dépannage et l'entretien des équipements;
- les techniques de validation;
- la mise en course et la fabrication de produits stériles;
- la mise en course et le conditionnement des produits.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES;
- à la réussite du cours Sciences physiques 436;
- à une expérience de travail de deux années au minimum dans le secteur de la production manufacturière (une expérience en production pharmaceutique, cosmétique, agroalimentaire ou autres produits chimiques est un atout);
- à une expérience de travail jugée équivalente par le collègue;
- à la réussite de l'entrevue de sélection.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technicienne ou technicien et opératrice ou opérateur à la fabrication;
- Technicienne ou technicien et opératrice ou opérateur au conditionnement;
- Technicienne ou technicien à l'exécution de protocoles de validation;
- Inspectrice ou inspecteur en assurance qualité;
- Inspectrice ou inspecteur en fabrication ou en conditionnement;
- Chef de ligne;
- Échantillonneuse ou échantillonneur.

---

Source : COLLÈGE GÉRALD-GODIN [www.cgodin.qc.ca].

### 12.1.3 Le programme *Perfectionnement en production pharmaceutique* (EJN.0W)

Le programme *Perfectionnement en production pharmaceutique* (EJN.0W)<sup>3</sup> a une durée de 420 heures et conduit à l'obtention d'une AEC. Le but général du programme, les thèmes visés par celui-ci, les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 12.3.

**Tableau 12.3 Caractéristiques du programme *Perfectionnement en production pharmaceutique* (EJN.0W)**

---

**Le but général de la formation vise :**

- à former un personnel compétent pour exercer les fonctions de travail liées à la conduite des procédés dans les entreprises pharmaceutiques.

---

3. Le programme *Perfectionnement en production pharmaceutique* (EJN.0W) est actuellement offert par le Collège Gérard-Godin, dans la région de Montréal.

---



**Les thèmes visés par la formation sont :**

- les bonnes pratiques de fabrication;
- l'assurance de la qualité en production pharmaceutique;
- la mise en course et la fabrication de comprimés;
- la mise en course et la fabrication de crèmes, d'onguents et de liquides;
- le contrôle de la qualité en production pharmaceutique;
- les techniques de validation;
- la mise en course et la fabrication de produits stériles;
- la mise en course et le conditionnement des produits.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention du DES;
- à la réussite du cours Sciences physiques 436;
- à une expérience de travail de cinq années au minimum dans le secteur de la production manufacturière (une expérience en production pharmaceutique, cosmétique, agroalimentaire ou autres produits chimiques est un atout);
- à une expérience de travail jugée équivalente par le collègue;
- à la réussite de l'entrevue de sélection.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technicienne ou technicien et opératrice ou opérateur à la fabrication;
- Technicienne ou technicien et opératrice ou opérateur au conditionnement;
- Technicienne ou technicien à l'exécution de protocoles de validation;
- Inspectrice ou inspecteur en fabrication ou en conditionnement;
- Chef de ligne;
- Échantillonneuse ou échantillonneur.

---

Source : COLLÈGE GÉRALD-GODIN [www.cgodin.qc.ca].

#### 12.1.4 Le programme *Conduite de la validation des produits pharmaceutiques* (EJN.0Z)

Le programme *Conduite de la validation des produits pharmaceutiques* (EJN.0Z)<sup>4</sup>, qui a été implanté en septembre 2004, a une durée de 660 heures et conduit à l'obtention d'une AEC. Le but général du programme, les thèmes visés par celui-ci, les conditions d'admission du programme, de même que les professions visées par celui-ci sont présentés dans le tableau 12.4

**Tableau 12.4 Caractéristiques du programme *Conduite de la validation des produits pharmaceutiques* (EJN.0Z)**

**Le but général de la formation vise :**

- à préparer une main-d'œuvre qualifiée afin de répondre aux nouvelles exigences de l'industrie pharmaceutique en matière de validation.

---

4. Le programme *Conduite de la validation des produits pharmaceutiques* (EJN.0Z) est actuellement offert par le Collège Gérald-Godin, dans la région de Montréal.

---

**Les thèmes visés par la formation sont :**

- la conduite de la validation en usine;
- la rédaction technique de documents de validation;
- les pratiques de la validation des utilités;
- les pratiques de la validation des équipements;
- les pratiques de la validation des procédés;
- les pratiques de la validation des procédés de nettoyage;
- les pratiques de la validation des systèmes informatisés;
- l'après-validation : la requalification;
- le projet synthèse de validation;
- l'analyse de problèmes et l'investigation.

**Les conditions d'admission se rapportent :**

- à l'obtention d'un diplôme d'études collégiales (DEC) lié aux sciences pures;
- à une expérience de travail d'une année au minimum dans le secteur de la production pharmaceutique en tant que technicienne ou technicien en fabrication, technicienne ou technicien en validation, technicienne ou technicien en assurance de la qualité, technicienne ou technicien en contrôle de la qualité ou en tant que technicienne ou technicien aux services techniques;
- à une expérience de travail ou à une formation jugée équivalente par le collègue;
- à la réussite de l'entrevue de sélection.

**Les professions visées par la formation sont les suivantes :**

- Technicienne ou technicien en validation;
- Spécialiste en validation.

---

Source : COLLÈGE GÉRALD-GODIN, *Ateliers, séminaires et activités de formation 2004-2005 : Pharmaceutique, produits de santé naturels, cosmétiques*, Sainte-Genève, Service de la formation continue et des services aux entreprises, 2004, 39 p.

### 12.1.5 Les ateliers de formation continue offerts par le Collège Gérald-Godin

Le Collège Gérald-Godin offre actuellement plusieurs ateliers de formation qui s'adressent aux personnes qui travaillent dans l'industrie de la fabrication de produits pharmaceutiques, de même que quelques ateliers qui s'adressent aux personnes qui travaillent dans l'industrie de la fabrication de produits cosmétiques ou de produits de santé naturels. Les 57 ateliers offerts au cours de l'année 2004-2005 ont une durée de 3 à 21 heures. Deux de ces ateliers se rapportent directement à la fabrication de produits cosmétiques, à savoir les ateliers intitulés *L'hygiène pour les produits cosmétiques*, d'une durée de six heures, et *Les investigations hors normes pour les produits naturels et les produits cosmétiques*, d'une durée de 12 heures, tandis que deux autres ateliers se rapportent à la fabrication de produits de santé naturels. Le reste des ateliers se rapportent à divers aspects de la production pharmaceutique, à savoir le contrôle de la qualité et le travail de laboratoire, la réglementation, l'assurance de la qualité, la production, la production stérile, la validation, de même que les connaissances générales et les notions scientifiques liées à l'industrie.

---

---

## 12.2 La formation continue offerte par la section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists

La Society of Cosmetic Chemists est un organisme d'origine américaine qui a été fondé en 1945 et qui comprend actuellement 3 600 membres de l'industrie nord-américaine de la fabrication de produits cosmétiques. Cet organisme vise à favoriser le développement de l'industrie en diffusant de l'information scientifique à l'aide de conférences et de publications de même qu'en offrant de la formation continue. La Society of Cosmetic Chemists est constituée de 17 sections régionales réparties aux États-Unis et au Canada. Une de ces sections est située à Montréal et celle-ci publie un bulletin bimensuel appelé *Le Cosméto-Scientifique*.

La section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists tient des séminaires de formation et organise des conférences depuis 1998. Les séminaires de formation, qui ont lieu une fois par année, ont une durée de sept à huit heures et sont animés par des formatrices et des formateurs invités. Ces séminaires portent sur des objets variés et non récurrents qui visent le perfectionnement professionnel des personnes qui travaillent dans l'industrie. À titre d'exemple de ces objets de formation, mentionnons les titres des derniers séminaires : *La biodisponibilité des substances actives en cosmétologie*, *Scientific scaleup in the cosmetic industry : fact or fiction ?*, *Rheology control*, *Advanced Sunscreens*, *Basic Skin Science* et *Advanced Emulsion*. En ce qui a trait aux conférences, celles-ci ont lieu environ cinq fois par année et ont une durée de une à deux heures. Les titres des conférences qui ont eu lieu au cours des années 2003 et 2004 sont les suivants : *A new source of youth for cosmetics with Amiporine*, *La législation des cosmétiques*, *La formulation avancée*, *Le contrôle de la qualité*, *Les Aquaporines*, *La toxicologie*, *Les allégations acceptables pour la publicité et l'étiquetage des cosmétiques*, *L'assurance qualité*, *Absorption percutanée : théorie et application aux « patches » cosmétiques*, *Les agents de conservation* et *Les tests de compatibilité en cosmétologie*.

---

---

**PARTIE V**

**LES ENJEUX LIÉS AU DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DE  
FABRICATION DE PRODUITS DE TOILETTE ET DE LA MAIN-  
D'ŒUVRE QUI LA COMPOSE**

---

---

## 13 Les conclusions de l'étude

Au terme de la production de l'étude diagnostique, il est intéressant de mettre en lumière les enjeux liés au développement de l'industrie de la fabrication de produits de toilette à partir du résultat de l'étude et, en particulier, les enjeux liés au développement des entreprises et de la main-d'œuvre qui la composent. Ainsi, le présent chapitre est consacré à l'exposé des conclusions de l'étude, lesquelles sont traitées selon les principales constatations établies et les besoins soulevés au regard de celles-ci, alors que le chapitre qui suit fait état des pistes d'action à privilégier en réponse aux besoins soulevés au cours de l'étude.

### 13.1 Les principales constatations établies

Les principales constatations établies au cours de l'analyse visent à donner une vue d'ensemble du résultat de l'étude. À cet égard, il y a lieu de signaler que le résultat de l'étude se révèle significatif non seulement sur le plan des objectifs poursuivis au cours d'une étude diagnostique de la sorte mais également sur celui de la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel. Aussi les principales constatations de l'étude sont-elles présentées en fonction de ces deux éléments.

#### *Les principales constatations relatives aux objectifs poursuivis au cours de l'étude diagnostique*

Les principales constatations relatives aux objectifs poursuivis au cours de l'étude diagnostique sont regroupées selon les thèmes suivants :

- l'industrie de la fabrication de produits de toilette;
- la réglementation en vigueur dans l'industrie;
- la description des entreprises et de la main-d'œuvre;
- les pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines;
- les pratiques des entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre;
- le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie;
- l'offre de formation liée à la fabrication de produits de toilette.

#### *L'industrie de la fabrication de produits de toilette*

- L'industrie québécoise des produits de toilette regroupe environ le tiers des entreprises canadiennes et les deux cinquièmes de la main-d'œuvre de cette industrie. Pour sa part, l'industrie ontarienne regroupe les deux cinquièmes des entreprises canadiennes et un peu plus de la moitié de la main-d'œuvre de l'industrie canadienne.
  - Le marché mondial des produits de toilette est dominé par huit grandes entreprises multinationales qui réalisent 44,0 p. 100 des ventes au détail. Les mêmes grandes entreprises sont également actives sur les marchés canadien et québécois. Toutefois, sur le marché québécois, seul le Groupe L'Oréal est présent à la fois en tant que fabricant et distributeur de ses produits. Les autres grandes entreprises multinationales n'ont pas d'activités de production au Québec et y sont présentes en tant que distributrices de leurs produits.
-

- 
- Le marché mondial des produits de toilette est en expansion. Il en va de même pour les marchés canadien et québécois.
  - Les exportations canadiennes de produits de toilette étaient de l'ordre de un milliard de dollars en 2003. La même année, les exportations du Québec et de l'Ontario représentaient respectivement près du quart et près des trois quarts des exportations canadiennes. La plus grande part des exportations de produits de toilette est dirigée vers les États-Unis, bien que des produits soient exportés vers un très grand nombre de pays sur tous les continents.
  - Les importations canadiennes de produits de toilette étaient de l'ordre de 1,5 milliard de dollars en 2003. Comme cela a été observé pour les exportations, en 2003, les importations de produits de toilette du Québec et de l'Ontario représentaient respectivement près du quart et près des trois quarts des importations canadiennes.

#### *La réglementation en vigueur dans l'industrie*

- La réglementation liée à la fabrication de produits de toilette est moins complexe que celle liée à la fabrication de produits pharmaceutiques, notamment en ce qui a trait aux bonnes pratiques de fabrication. Toutefois, les entreprises sont tenues de respecter des règles précises d'hygiène au moment de la fabrication de produits de toilette. L'application de ces exigences réglementaires suppose une formation adéquate de la main-d'œuvre en la matière.

#### *La description des entreprises et de la main-d'œuvre*

- Les entreprises de l'industrie québécoise de fabrication de produits de toilette peuvent être regroupées selon trois types d'activité. Un peu plus de la moitié des entreprises de l'industrie fabriquent uniquement des produits de marque maison, environ le quart des entreprises fabriquent des produits de marque maison en plus d'offrir des services de fabrication à façon et près d'un cinquième des entreprises offrent exclusivement des services de fabrication à façon. Au total, environ 80,0 p. 100 des entreprises de l'industrie fabriquent au moins un produit de toilette de marque maison, et ce produit se trouve en concurrence avec un produit semblable vendu par une entreprise multinationale dans la même catégorie de produits.
  - La grande majorité des entreprises consultées, soit plus de 80,0 p. 100, mènent des activités relatives à la formulation de produits de toilette et à la recherche et au développement (R-D).
  - L'industrie de la fabrication de produits de toilette est composée, pour près des deux tiers, d'entreprises dont l'effectif est inférieur à 20 personnes. Par contre, environ une entreprise sur sept a un effectif égal ou supérieur à 100 personnes.
  - La majorité des entreprises consultées, à savoir 78,6 p. 100 d'entre elles, ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours des cinq dernières années de même qu'au cours des deux dernières années. De plus, 83,3 p. 100 des entreprises estiment que leur chiffre d'affaires devrait augmenter au cours des deux prochaines années. L'augmentation du chiffre d'affaires est attribué, par les entreprises consultées, aux facteurs suivants : le développement et la mise en marché de nouveaux produits; l'arrivée de nouveaux clients pour la fabrication à façon; l'augmentation des points de vente et l'exportation vers de nouveaux pays; l'embauche de personnel plus qualifié pour occuper des postes stratégiques
-

tels que ceux liés à la R-D, à la vente et au marketing; et l'investissement dans l'achat de matériel de production plus efficace.

- Les services de la fabrication et du conditionnement sont ceux qui regroupent la plus grande partie de l'effectif des entreprises.
- Les femmes occupent principalement les postes liés au conditionnement, alors que les hommes occupent principalement ceux liés à la fabrication des produits de toilette et à l'entretien du matériel.
- La main-d'œuvre des entreprises est relativement jeune puisque les trois quarts de l'effectif ont 44 ans ou moins.

#### *Les pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines*

- Le personnel des entreprises de fabrication de produits de toilette n'est généralement pas syndiqué.
- La majorité des entreprises consultées, à savoir 68,4 p. 100 d'entre elles, ont indiqué ne pas avoir à leur emploi une personne dont la tâche principale se rapporte à la gestion des ressources humaines.
- La moitié environ des entreprises de fabrication de produits de toilette ne disposent pas d'une politique écrite en matière de gestion des ressources humaines.
- L'expérience de travail de la personne en lien avec le poste visé est l'un des critères d'embauche les plus déterminants pour toutes les catégories de personnel.
- La moitié environ des entreprises consultées ont indiqué avoir éprouvé des difficultés au moment de recruter du personnel. Ces difficultés sont particulièrement éprouvées au moment de combler les postes suivants : opératrice ou opérateur à la fabrication; préposée ou préposé au conditionnement; préposée ou préposé à l'entretien sanitaire; mécanicienne ou mécanicien d'entretien; chimiste au contrôle de la qualité; directrice ou directeur de la recherche et du développement; formulatrice ou formateur; et directrice ou directeur du marketing. La principale raison invoquée par les entreprises pour expliquer les difficultés liées au recrutement est le manque de candidates et de candidats qui possèdent une expérience pertinente dans le domaine de la fabrication de produits de toilette.
- Le tiers environ des entreprises consultées ont indiqué avoir éprouvé des difficultés liées au roulement de personnel, particulièrement en ce qui concerne le personnel affecté à la fabrication et au conditionnement. Les entreprises attribuent cette situation au fait que les personnes affectées à ces services manquent de motivation et d'assiduité au travail, ainsi qu'au fait qu'elles n'ont pas développé le sens des responsabilités à l'endroit de leur travail ou de leur employeur.
- La plupart des entreprises consultées, à savoir 71,4 p. 100 d'entre elles, ont embauché du personnel au cours des trois dernières années et 65,0 p. 100 d'entre elles prévoient embaucher du personnel au cours des trois prochaines années. L'embauche, dans les deux situations, vise particulièrement le personnel affecté au conditionnement de même que celui affecté à la fabrication.

#### *Les pratiques des entreprises en matière de formation de la main-d'œuvre*

- La moitié des entreprises consultées ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004. Cette formation a été offerte pendant les heures de travail et a été donnée par le personnel d'une entreprise spécialisée en formation ou par le personnel de

---

l'entreprise même. Les activités de formation ont principalement porté sur les objets suivants : la réglementation canadienne liée à la fabrication de produits de toilette; la gestion d'une équipe de travail (horaire, répartition des tâches, climat au sein d'une équipe, etc.); les techniques de diagnostic des problèmes liés au fonctionnement des chaînes de conditionnement; la politique et les normes de qualité en vigueur dans l'entreprise; l'utilisation de logiciels d'application bureautique (chiffrier, base de données, traitement de texte) appliqués aux besoins de l'entreprise.

- Certaines entreprises ont indiqué avoir éprouvé de la difficulté à organiser des activités de formation en raison du fait qu'elles ne disposent pas des ressources humaines et financières nécessaires pour assurer la formation continue de leur personnel.
- L'exigence des établissements d'enseignement visant le nombre minimal de personnes à réunir pour former un groupe classe constitue une difficulté pour les entreprises dont l'effectif est peu élevé, puisqu'elles ne peuvent pas libérer le nombre exigé de personnes pour suivre la formation sans interrompre la production.
- Un peu plus du tiers des entreprises consultées, à savoir 38,9 p. 100 d'entre elles, considèrent que leur personnel a des besoins en matière de formation. Les principales catégories de personnel visées sont le personnel affecté à la R-D, le personnel affecté à la fabrication et le personnel affecté au conditionnement. Les besoins de formation se rapportent, entre autres, à la formulation de produits de toilette, à la conduite des procédés de fabrication de produits de toilette, à la gestion d'une équipe de travail, de même qu'aux techniques de diagnostic des problèmes liés au fonctionnement des chaînes de conditionnement.
- La moitié ou presque des entreprises consultées, soit 46,2 p. 100, prévoient offrir des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2005. À cet égard, on notera que 30,8 p. 100 des entreprises ne savaient pas au moment de l'enquête si elles allaient offrir de telles activités.

#### *Le point de vue des entreprises relativement au développement de l'industrie*

- Les procédés de fabrication de produits de toilette ne changeront pas de manière significative au cours des prochaines années. Les innovations à prévoir touchent principalement la R-D dans ses activités visant la mise au point de nouvelles matières premières qui permettent de donner aux produits de toilette certaines caractéristiques recherchées.
  - La demande grandissante pour des produits de toilette de plus en plus sophistiqués et personnalisés nécessitera une main-d'œuvre qualifiée pour les mettre au point et pour les produire. En particulier, les entreprises consultées ont indiqué que la formation disponible ne permet pas de combler tous les besoins en matière de formation du personnel affecté à la R-D qui est responsable de la mise au point des nouveaux produits dont les caractéristiques correspondent à celles recherchées par les consommatrices et les consommateurs.
  - Les entreprises de l'industrie québécoise de fabrication de produits de toilette qui ont été consultées considèrent comme un défi important à relever la coexistence avec les grandes entreprises multinationales. En particulier, les entreprises québécoises qui fabriquent des produits de marque maison doivent miser sur la mise au point de produits de toilette originaux et de qualité en vue de les distinguer par rapport aux produits semblables fabriqués par les grandes entreprises multinationales avec lesquelles elles sont en concurrence.
-



- La plupart des entreprises de l'industrie éprouvent des difficultés d'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement lorsqu'il s'agit d'acheter un volume restreint de ces éléments.
- La vaste majorité des entreprises consultées considèrent que l'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à la mise en place de mesures propres à les soutenir en matière de formation de la main-d'œuvre.
- La majorité des entreprises consultées considèrent que l'évolution de l'industrie des produits de toilette au Québec est liée à l'accroissement de l'investissement en R-D.

#### *L'offre de formation liée à la fabrication de produits de toilette*

- L'offre de formation en formation initiale disponible au Québec ne compte aucun programme d'études qui se rapporte directement à la fabrication de produits de toilette. La formation relative à la fabrication de produits pharmaceutiques, laquelle présente une certaine similarité avec la production de produits de toilette, ne répond pas adéquatement aux besoins de l'industrie des produits de toilette, selon les entreprises consultées.
- L'offre de formation en formation continue regroupe quelques activités de formation qui se rapportent à la fabrication des produits de toilette. À ce sujet, il y a lieu de mentionner les deux ateliers de formation continue offerts par le Collège Gérard-Godin intitulés *L'hygiène pour les produits cosmétiques* et *Les investigations hors normes pour les produits naturels et les produits cosmétiques*. Il y a lieu de mentionner également les séminaires de formation et les conférences organisés par la section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists.

#### *Les principales constatations relatives à la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel*

- En ce qui a trait aux constatations relatives à la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage (CSMOCPR), force est de constater que les entreprises ne connaissent pas ou connaissent très peu les services que peut leur offrir le Comité sectoriel pas plus qu'elles n'en connaissent la mission et n'en voient l'utilité pour les soutenir dans leur développement. Ces constatations peuvent être établies, entre autres, par le taux de participation des entreprises de fabrication de produits de toilette à l'étude, le nombre de rappels qu'il a fallu faire auprès de celles-ci pour solliciter leur participation au projet et, surtout, le peu d'intérêt — voire la résistance — des entreprises à répondre aux questions de recherche. De telles constatations touchent directement les stratégies d'intervention que devra adopter le Comité sectoriel au moment de concevoir et de mettre en œuvre le plan d'action en réponse aux besoins soulevés au cours de l'étude.

### **13.2 Les besoins soulevés**

Les besoins soulevés sont à mettre en relation avec les principales constatations mises au jour au cours de l'analyse et avec les principales difficultés auxquelles les entreprises de fabrication de produits de toilette doivent faire face pour assurer leur développement et, en conséquence, pour assurer la croissance de l'emploi et le développement de la main-d'œuvre. Ces besoins s'articulent autour des éléments suivants :

- 
- la gestion des ressources humaines;
  - le recrutement du personnel;
  - l'organisation de la formation en cours d'emploi;
  - l'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement;
  - l'offre de formation en formation continue;
  - l'information sur les propriétés physicochimiques des produits naturels.

#### *La gestion des ressources humaines*

- L'amélioration de la situation des entreprises au regard de la gestion des ressources humaines passe par l'utilisation plus systématique d'outils de gestion adaptés à la réalité organisationnelle des PME.

#### *Le recrutement du personnel*

- L'amélioration de la situation des entreprises en matière de recrutement de personnel tient à une meilleure diffusion de l'information auprès des populations cibles sur les métiers exercés dans les entreprises de fabrication de produits de toilette et sur les possibilités de carrière au sein de cette industrie, ce qui pourrait contribuer à accroître le bassin de candidates et de candidats potentiels. Elle tient également à une description des principaux emplois, de même qu'à une utilisation systématique des appellations d'emploi standardisées pour désigner une réalité commune aux entreprises de l'industrie. Elle tient encore à une meilleure utilisation des réseaux existants de diffusion de l'information sur l'emploi comme les sites Internet d'Emploi-Québec et du Comité sectoriel.

#### *L'organisation de la formation en cours d'emploi*

- La formation en cours d'emploi constitue l'élément clé pour assurer la qualification de la main-d'œuvre. L'analyse des données recueillies a révélé que seulement la moitié des entreprises de fabrication de produits de toilette ont offert des activités de formation à leur personnel au cours de l'année 2004. De plus, pour certaines entreprises l'organisation de telles activités soulève des difficultés, notamment lorsqu'il s'agit de réunir le nombre minimal de personnes pour démarrer une activité de formation.

#### *L'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement*

- Le coût du matériel utilisé pour la fabrication et le conditionnement des produits de toilette représente une proportion très élevée du coût total de fabrication de ceux-ci. Les entreprises ont signalé qu'elles éprouvaient de la difficulté à s'approvisionner en matières premières et en matériel utilisé pour le conditionnement, notamment lorsqu'il s'agit d'achat visant une quantité relativement limitée de ces éléments.

#### *L'offre de formation en formation continue*

- L'offre de formation en formation continue est plutôt limitée pour ce qui est de combler les besoins particuliers des entreprises de fabrication de produits de toilette. De plus, l'analyse
-

des données recueillies a révélé que les activités de formation conçues en fonction des besoins des entreprises de fabrication de produits pharmaceutiques ne permettent pas de combler de manière adéquate les besoins des entreprises de fabrication de produits de toilette en matière de formation.

*L'information sur les propriétés physicochimiques des ingrédients naturels*

- L'information sur les propriétés physicochimiques des ingrédients naturels utilisés dans la fabrication de produits de toilette n'est généralement pas disponible contrairement à ce qui est observé pour les produits de synthèse, pour lesquels il existe une fiche signalétique au regard de chacun. L'utilisation sécuritaire des ingrédients naturels par les personnes affectées à la fabrication de produits de toilette suppose que soit connu un certain nombre de renseignements à leur sujet.
-

---

## 14 Les pistes d'action à privilégier pour répondre aux besoins soulevés

L'étude diagnostique a permis de mettre au jour les pratiques des entreprises en matière de gestion des ressources humaines, notamment en ce qui a trait au recrutement et à la formation de la main-d'œuvre en cours d'emploi. Elle a également permis de mettre au jour les besoins des entreprises à propos de la formation et de la conduite des affaires. Elle a encore permis de mettre en lumière les besoins du milieu au regard de la mission du Comité sectoriel de main-d'œuvre de la chimie, de la pétrochimie et du raffinage (CSMO CPR). Aussi, comme cela a été fait pour la présentation des principales constatations, le présent chapitre fait-il état des pistes d'action à privilégier pour combler les besoins soulevés au cours de l'analyse, et ce, au regard des objectifs poursuivis par l'étude diagnostique et de la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel.

Les pistes d'action relatives aux objectifs poursuivis par l'étude diagnostique sont présentées selon les thèmes suivants :

- la gestion des ressources humaines;
- le recrutement du personnel;
- l'organisation de la formation en cours d'emploi;
- l'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement;
- l'offre de formation en formation continue;
- la réglementation relative aux produits naturels.

Les pistes d'action relatives à la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel renvoient, dans leur ensemble, aux stratégies d'intervention du CSMO CPR auprès des entreprises.

### *Les pistes d'action relatives aux objectifs poursuivis par l'étude diagnostique*

#### *La gestion des ressources humaines*

Au regard de la gestion des ressources humaines, il y aurait lieu :

- de mettre à la disposition des entreprises des outils de gestion adaptés à leur réalité organisationnelle.

#### *Le recrutement du personnel*

Au regard du recrutement du personnel, il y aurait lieu :

- de diffuser les renseignements utiles sur les métiers liés à l'industrie de la fabrication de produits de toilette et sur les possibilités de carrière au sein de celle-ci auprès des populations pouvant constituer un bassin de recrutement de candidates et de candidats;
  - de produire une description des principaux métiers liés à l'industrie de la fabrication des produits de toilette;
-

- 
- de faire connaître les différents moyens de diffusion de l'information sur les métiers et les ouvertures de poste dans les entreprises, notamment les sites Internet d'Emploi-Québec et du CSMOCPR.

#### *L'organisation de la formation en cours d'emploi*

Au regard de l'organisation de la formation en cours d'emploi, il y aurait lieu :

- de promouvoir auprès des entreprises de fabrication de produits de toilette les activités de formation en cours d'emploi en tant que moyen efficace pour assurer la qualification de la main-d'œuvre;
- d'évaluer pour le CSMOCPR la possibilité de jouer un rôle de coordination auprès des entreprises de fabrication de produits de toilette qui désirent organiser des activités de formation pour leur personnel mais ne regroupent pas le nombre suffisant de personnes pour permettre la tenue de telles activités;
- d'informer les entreprises de fabrication de produits de toilette sur les activités de formation adaptées à leurs besoins qui sont offertes par les établissements d'enseignement, la section québécoise de la Society of Cosmetic Chemists ou par tout autre organisme spécialisé en la matière.

#### *L'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement*

Au regard de l'approvisionnement en matières premières et en matériel pour le conditionnement, il y aurait lieu :

- de vérifier l'intérêt des entreprises de fabrication de produits de toilette à participer à la création d'un regroupement d'entreprises dont le but consisterait à faire les recherches utiles pour trouver les matières premières demandées par les membres, à négocier le prix de ces matières et à effectuer l'achat de celles-ci pour ses membres;
- de vérifier l'intérêt des entreprises de fabrication de produits de toilette à participer à la création d'un regroupement d'entreprises dont le but consisterait à faire les recherches utiles pour trouver le matériel nécessaire pour le conditionnement demandé par les membres, à négocier le prix de ce matériel et à effectuer l'achat de celui-ci pour ses membres;
- de soutenir, le cas échéant, la création de l'un ou l'autre des regroupements d'entreprises visés ou, encore, la création des deux regroupements d'entreprises.

#### *L'offre de formation en formation continue*

Au regard de l'offre de formation en formation continue, il y aurait lieu :

- de vérifier l'intérêt des entreprises de fabrication de produits de toilette pour la mise au point d'activités de formation adaptées à leurs besoins, notamment dans le domaine de la formulation de produits, dans le domaine des procédés utilisés pour la fabrication, et dans le domaine de la mécanique relative aux machines utilisées pour la fabrication et le conditionnement des produits de toilette;
-

- de faire les démarches nécessaires auprès des établissements d'enseignement ou des organismes spécialisés en formation pour assurer la mise au point d'une offre de formation adaptée aux besoins des entreprises.

#### *La réglementation relative aux ingrédients naturels*

Au regard de la réglementation relative aux ingrédients naturels, il y aurait lieu :

- de préciser avec les entreprises la nature des renseignements qu'il serait approprié de réunir à propos des propriétés physicochimiques des ingrédients naturels;
- de mener auprès de l'autorité gouvernementale fédérale compétente les démarches utiles pour l'informer sur les besoins des entreprises de fabrication de produits de toilette en la matière et pour lui demander d'adopter une réglementation adaptée à ce sujet.

#### *Les pistes d'action relatives à la perception des entreprises quant au rôle du Comité sectoriel*

##### *Les stratégies d'intervention du CSMOCPR auprès des entreprises*

Au regard des stratégies d'intervention du Comité sectoriel auprès des entreprises de l'industrie, il y aurait lieu de concevoir le plan d'action approprié aux besoins soulevés au cours de l'analyse en s'assurant :

- de faire connaître la mission du Comité sectoriel auprès des entreprises de l'industrie de manière à ce que celles-ci voient l'utilité des services qu'il peut leur offrir;
  - de favoriser l'adhésion à ce plan d'action auprès d'une part significative des entreprises de l'industrie, et ce, à l'aide de la proposition d'actions concrètes et immédiatement efficaces aux yeux des entreprises pour les soutenir dans leur développement et dans celui de la main-d'œuvre qu'elles regroupent.
-

---

## LISTE DES DOCUMENTS ET DES SITES INTERNET CONSULTÉS

ASSOCIATION CANADIENNE DES COSMÉTIQUES, PRODUITS DE TOILETTE ET PARFUMS, LES NORMES CANADIENNES DE LA PUBLICITÉ et SANTÉ CANADA. *Lignes directrices : Allégations acceptables pour la publicité et l'étiquetage des cosmétiques*, s. l., juin 2003, 22 p.

COLLÈGE GÉRALD-GODIN. *Ateliers, séminaires et activités de formation 2004-2005 : Pharmaceutique, produits de santé naturels, cosmétiques*, Sainte-Geneviève, Service de la formation continue et des services aux entreprises, 2004, 39 p.

EUROMONITOR. *World Market for Cosmetics & Toiletries – Overview*, septembre 2002, 15 p.

*Loi sur les aliments et drogues*, L.R.C., chapitre F-27 (à jour au 30 avril 2004).

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE. *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord, Canada 2002*, Ottawa, Statistique Canada, Division des normes, 2003, 908 p.

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL ET DE LA RECHERCHE. *L'industrie québécoise des produits de soins personnels*, Québec, Direction des industries chimiques et de la métallurgie, juillet 2003, 16 p.

*Règlement sur les cosmétiques*, C.R.C., chapitre 869 (à jour au 30 avril 2004).

SANTÉ CANADA. *L'étiquetage des cosmétiques*, Ottawa, Programme des cosmétiques, juillet 2000, 44 p.

### Principaux sites Internet consultés

ASSOCIATION CANADIENNE DES COSMÉTIQUES, PRODUITS DE TOILETTE ET PARFUMS [[www.cctfa.ca](http://www.cctfa.ca)]

CENTRE DE RECHERCHE INDUSTRIELLE DU QUÉBEC [[www.criq.qc.ca](http://www.criq.qc.ca)]

COLLÈGE DE MAISONNEUVE [[www.cmaisonneuve.qc.ca](http://www.cmaisonneuve.qc.ca)]

COLLÈGE GÉRALD-GODIN [[www.cgodin.qc.ca](http://www.cgodin.qc.ca)]

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DE LA CHIMIE, DE LA PÉTROCHIMIE ET DU RAFFINAGE  
[[www.chimie.qc.ca](http://www.chimie.qc.ca)]

EUROMONITOR INTERNATIONAL [[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)]

GRAND DICTIONNAIRE TERMINOLOGIQUE DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE  
[[www.granddictionnaire.com](http://www.granddictionnaire.com)]

---

INDUSTRIE CANADA [[www.ic.qc.ca](http://www.ic.qc.ca)]

INFOROUTE FPT [[inforoutefpt.org](http://inforoutefpt.org)]

MINISTÈRE DE LA JUSTICE DU CANADA [[canada.justice.gc.ca](http://canada.justice.gc.ca)]

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION, DU LOISIR ET DU SPORT [[www.mels.gouv.qc.ca](http://www.mels.gouv.qc.ca)]

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION  
[[www.mdeie.gouv.qc.ca](http://www.mdeie.gouv.qc.ca)]

SANTÉ CANADA [[www.hc-sc.gc.ca](http://www.hc-sc.gc.ca)]

SOCIETY OF COSMETIC CHEMISTS [[www.sconline.org](http://www.sconline.org)]

STATISTIQUE CANADA [[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)]

STRATEGIS : LE SITE CANADIEN DES ENTREPRISES ET DES CONSOMMATEURS (INDUSTRIE CANADA)  
[[strategis.gc.ca](http://strategis.gc.ca)]

UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL [[www.umontreal.ca](http://www.umontreal.ca)]

UNIVERSITÉ LAVAL [[www.ulaval.ca](http://www.ulaval.ca)]

---



---

## **ANNEXES**

---

---

## Annexe I

### Liste des 55 entreprises qui fabriquent des produits de toilette au Québec et qui ont à leur emploi du personnel salarié

Argile Eau Mer inc.  
Canolio inc.  
Caprine inc.  
Corporation Pharmaceutique Professionnelle  
Cosmétiques Jacovin inc. (Les)  
Delta Pharma inc.  
Dermolab Pharma ltée  
Emballages Knowlton inc. (Les)  
Entreprises Importfab inc.  
Esthétique sans frontières inc.  
F.I.D. Futur International Diversifié inc.  
Fillab inc.  
Flash Beauté inc.  
France Laure Cosmétiques  
Gestion Bio-Plex inc.  
Groupe Ultrapac inc. (Le)  
Hurteau et associés s.e.n.c.  
Industries AA inc. (Les)  
Industries Amalgamated ltée  
Jeunique International inc.  
Laboratoire Atlas inc.  
Laboratoire Cosmepro inc.  
Laboratoire Cosmétique Globelle inc.  
Laboratoire de cosmétiques Migar  
Laboratoire Dr Renaud inc.  
Laboratoire Du-Var inc.  
Laboratoire Nature inc.  
Laboratoire Ricardo-Cosmética Recherche et  
Développement inc.  
Laboratoires Confab inc.  
Laboratoires Delon inc.  
Laboratoires Demonceaux ltée  
Laboratoires Dermo-Cosmétik inc.  
Laboratoires Druide inc.  
Laboratoires MSP inc.  
Laderco inc.  
L'Art au quotidien inc.  
Liberchem  
Lise Watier Cosmétiques inc.  
L'Oréal Canada  
M.L.P. Cosmétiques inc.  
Natrum inc.  
Naturo International inc.  
Neuco Image Group  
Novax inc.  
Parfumerie Reynard ltée  
Pharmalab (1982) inc.  
Produits Dave Hampton inc. (Les)  
Produits Mitilias inc. (Les)  
Produits Naturels Katouchka inc. (Les)  
Produits Vernico ltée (Les)  
Robella Canada inc.  
Savonnerie Un Air de France  
Solarôme inc.  
Souris Verte inc.  
Vivier Pharma inc.

---

## Annexe II

### Tableaux complémentaires

**Tableau II.1 Répartition en pourcentage des exportations et des importations de produits de toilette (SCIAN 32562) pour la Colombie-Britannique, l'Ontario, le Québec et l'ensemble du Canada de 1994 à 2003**

Province ou pays	Type d'échange	Année									
		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Colombie-Britannique	Exportations	2,0	1,6	2,1	3,4	1,9	2,4	2,2	2,4	2,0	3,1
	Importations	4,7	4,2	4,1	4,1	4,1	4,3	4,7	4,4	4,4	4,1
Ontario	Exportations	82,7	82,4	82,0	77,6	81,6	78,1	72,5	76,4	72,3	73,7
	Importations	62,2	65,3	66,4	68,8	70,9	70,6	69,3	70,5	73,2	74,2
Québec	Exportations	14,4	15,2	14,9	16,9	16,4	19,3	25,2	20,9	24,9	22,8
	Importations	28,5	25,2	24,6	22,0	20,1	20,3	20,8	20,2	17,9	17,9
Canada	Exportations	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Importations	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.2 Répartition en valeur des exportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) de 1994 à 2003 selon le pays de destination**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	36 589 927	46 616 760	52 022 904	72 931 289	85 373 683	109 038 432	177 824 974	176 675 180	231 282 146	216 596 907
Autres pays	7 177 799	10 292 711	10 604 442	12 424 097	9 267 949	10 047 314	8 849 859	9 007 543	17 008 770	14 595 096
<b>Total</b>	<b>43 767 726</b>	<b>56 909 471</b>	<b>62 627 346</b>	<b>85 355 386</b>	<b>94 641 632</b>	<b>119 085 746</b>	<b>186 674 833</b>	<b>185 682 723</b>	<b>248 290 916</b>	<b>231 192 003</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.3 Répartition en pourcentage des exportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) de 1994 à 2003 selon le pays de destination**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	83,6	81,9	83,1	85,4	90,2	91,6	95,3	95,2	93,2	93,7
Autres pays	16,4	18,1	16,9	14,6	9,8	8,4	4,7	4,8	6,8	6,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.4 Répartition en valeur des réexportations québécoises de produits de toilette (SCIAN 32562) de 1994 à 2003 selon le pays de destination**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	2 330 183	7 126 551	5 500 886	7 438 380	8 477 031	9 386 408	24 497 409	25 447 078	24 194 825	21 374 421
Autres pays	1 568 866	1 223 064	1 266 849	1 655 235	1 501 802	1 616 426	572 021	362 863	2 866 298	3 174 861
<b>Total</b>	<b>3 899 049</b>	<b>8 349 615</b>	<b>6 767 735</b>	<b>9 093 615</b>	<b>9 978 833</b>	<b>11 002 834</b>	<b>25 069 430</b>	<b>25 809 941</b>	<b>27 061 123</b>	<b>24 549 282</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.5 Répartition en pourcentage des réexportations québécoises de la fabrication de produits de toilette (SCIAN 32562) de 1994 à 2003 selon le pays de destination**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	59,8	85,4	81,3	81,8	85,0	85,3	97,7	98,6	89,4	87,1
Autres pays	40,2	14,6	18,7	18,2	15,0	14,7	2,3	1,4	10,6	12,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.6 Répartition (en milliers de dollars) des importations québécoises de produits de toilette de 1994 à 2003 selon le pays d'origine**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	102 379	93 747	108 153	107 143	107 166	126 578	132 754	132 177	107 688	91 798
France	55 146	63 153	78 924	78 423	83 920	84 384	100 148	109 930	116 888	131 461
Autres pays	19 863	23 882	23 339	23 456	30 283	25 562	29 389	44 789	53 989	60 614
<b>Total</b>	<b>177 388</b>	<b>180 782</b>	<b>210 416</b>	<b>209 022</b>	<b>221 369</b>	<b>236 524</b>	<b>262 291</b>	<b>286 896</b>	<b>278 565</b>	<b>283 873</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.

**Tableau II.7 Répartition en pourcentage des importations québécoises de produits de toilette de 1994 à 2003 selon le pays d'origine**

Pays	Année									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Etats-Unis	57,7	51,9	51,4	51,3	48,4	53,5	50,6	46,1	38,7	32,3
France	31,1	34,9	37,5	37,5	37,9	35,7	38,2	38,3	42,0	46,3
Autres pays	11,2	13,2	11,1	11,2	13,7	10,8	11,2	15,6	19,3	21,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Site Internet d'INDUSTRIE CANADA.