

Canada-Bésil : un partenariat de plus en plus important

En 1991, la valeur du commerce agricole entre le Canada et le Brésil (cinquième plus grand pays du monde) s'est élevée à 400 millions de dollars. Les importations de produits agro-alimentaires canadiens par le Brésil ont atteint 164 millions de dollars, tandis que la part du Canada dans le marché agro-alimentaire brésilien, évaluée à 236 millions de dollars, est passée de 4,9 % en 1990 à 7,4 % en 1991.

Le Brésil est également le principal

partenaire latino-américain du Canada en ce qui a trait au commerce agro-alimentaire. Et les débouchés sont nombreux. Les exportateurs canadiens trouveront une analyse utile et succincte du marché brésilien dans la publication *Évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire : Brésil*.

On y cerne et on y évalue les débouchés à l'exportation des huit produits suivants :

- les céréales (principalement le blé; fortes possibilités pour l'orge de brasserie,

l'avoine et le maïs);

- les bovins laitiers (marché important pour le matériel génétique);

- les bovins de boucherie (possibilités intéressantes pour la semence et les sujets reproducteurs);

- le porc (potentiel d'exportation de semence et d'animaux sur pied);

- la viande porcine (possibilités accrues pour les produits de la viande à la suite de la déréglementation des importations);

- les aliments préparés et les boissons (marché prometteur pour les produits alimentaires transformés et de grande qualité);

- les légumineuses à grains, les haricots et les semences (hausse importante pour les haricots blancs et les haricots ordinaires, l'alpiste des Canaries et la moutarde depuis 1988);

- les pommes de terre (débouchés intéressants pour les produits frais ou transformés ainsi que pour les semences, mais surtout du côté de la variété à chair jaune).

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Randy Nelson, Direction des programmes internationaux, Agriculture Canada, téléphone : (613) 993-6671, télécopieur : (613) 995-0949.

Club export agro-alimentaire — Suite de la page III.

Le Club export réunit à l'heure actuelle plus d'une centaine d'entreprises agro-alimentaires qui réalisent ensemble un chiffre d'affaires de 4 milliards de dollars, dont 250 millions sur les marchés d'exportation.

Les membres du Club export sont fermement persuadés que la croissance future des exportations agro-alimentaires canadiennes viendra des produits transformés et des services connexes.

Les nouvelles formules de partenariat comme le Club export aident l'industrie alimentaire à saisir les possibilités d'exportation. Le Club export accueille de nouveaux membres et souhaite établir des contacts avec d'autres groupes d'exportateurs d'aliments au Canada.

Pour en savoir plus, communiquer avec : Paul-Arthur Huot, Directeur exécutif. Tél. : (514) 349-1521. Télécop. : (514) 349-6923

Le Canada à la recherche d'exposants pour la foire FOODEX 1993 de Tokyo

Les exportateurs canadiens prendront bonne note des dates de l'Exposition internationale des aliments et boissons de Tokyo : 90 000 clients possibles du Japon ont défilé devant les kiosques de l'édition 1992 de l'événement.

Ce salon japonais de l'agro-alimentaire se tiendra cette année du 9 au 13 mars au Nippon Convention Center.

En 1992, l'exposition a attiré 23 participants canadiens qui représentaient 30 sociétés. Leur présence là-bas leur a permis d'accroître de plus de 10 millions de dollars leurs ventes dans ce pays.

"La nature des ventes nous a aussi permis de confirmer la faveur croissante que recueille sur le marché japonais une gamme variée de produits à valeur ajoutée, estime Greg Bates, de la Direction de

l'expansion du commerce avec le Japon (DECJ) d'Affaires extérieures et du Commerce extérieur du Canada (AECEC).

"Nous nous affairons déjà à recruter des participants canadiens à l'exposition de 1993, ainsi qu'au Salon de l'alimentation Solo d'Osaka, qui se tiendra quelques jours plus tard, soit les 15 et 16 mars, renchérit M. Bates."

Le Salon d'Osaka vise à donner aux nouveaux exportateurs l'occasion de percer sur le marché de l'ouest du Japon.

Le Salon de l'an dernier a suscité tellement d'intérêt, tant de la part des exposants que des acheteurs potentiels, que les organisateurs ont manqué d'espace.

Pour tous renseignements, s'adresser à : Greg Bates, PNJ, AECEC. Tél. : (613) 995-8619. Télécop. : (613) 943-8286.

SUCCÈS — Suite de la page I

Le lait Grand-Pré, commercialisé par le groupe québécois LACTEL, est un autre exemple. Le groupe s'apprête en effet à expédier 6 000 caisses de lait UHT à saveur de chocolat afin de tester les marchés mexicains.

Des pâtes épatantes

La société European Noodles Inc. de Toronto, bien connue pour ses pâtes alimentaires fraîches, prévoit des recettes de 6 millions de dollars dans le marché des pâtes cacheres. La moitié de ce chiffre proviendra des États-Unis.

Pasta Plus Inc. de St. John's (Terre-Neuve) a également entrepris d'étendre ses activités. La société ouvrira des franchises dans le nord-est des États et alimentera des créneaux comme ceux des sauces sans et des aliments de choix préparés à valeur ajoutée.

