

RÉSUMÉ

Bien que la part du Canada du marché mondial des produits agro-alimentaires ait augmenté légèrement, les exportations totalisant 13,3 milliards de dollars en 1992, notre part des exportations de produits à valeur ajoutée reste faible.

Le Canada se classe au troisième rang des exportateurs de porc avec 16 % du marché mondial. La Communauté européenne (CE) arrive en tête avec 26 % (en 1992). Grâce aux relations étroites entre maisons de commerce et exploitants d'abattoirs, le Canada s'est bâti une réputation enviable comme producteur, transformateur et exportateur. Les exportations canadiennes de porc ont totalisé **275 000 tonnes en 1992, pour une valeur de 665 millions de dollars**, et étaient destinées à 58 pays différents. Les principaux marchés d'exportation du Canada sont les États-Unis, le Japon, le Mexique, Cuba et la Russie. Le Canada se classait en 1991 au septième rang mondial des producteurs de porc, avec une production de 1,13 million de tonnes métriques.

Les États-Unis ont été le plus gros importateur de porc jusqu'en 1991, année où le Japon leur a pris cette place avec des importations de plus de 500 000 tonnes. On s'attend à ce que la demande japonaise en produits importés se maintienne et à ce que les États-Unis deviennent d'ici peu un exportateur net de porc. Ainsi, le Canada se doit d'exploiter chaque nouveau marché prometteur, comme par exemple le Mexique.

Si le Canada veut maintenir ou accroître ses exportations de porc, il devra renforcer la position qu'il occupe sur les marchés étrangers autres que celui des États-Unis. À cette fin, il faudra préserver les conditions actuelles d'accès aux marchés mondiaux. Pour faciliter l'accès à de nouveaux marchés, le Canada doit rechercher inlassablement la réduction des droits de douane et des contingents d'importation partout où ces deux barrières se dressent. Il y a lieu également d'étudier la possibilité d'établir de nouveaux modes de financement qui permettent d'exploiter des créneaux stables (comme en Russie) et d'augmenter nos exportations de porc.

L'industrie et le gouvernement doivent poursuivre les campagnes de promotion collective sur les marchés extérieurs cibles. En raison de ses normes sanitaires rigoureuses et de ses méthodes reconnues en matière d'élevage, de classement, d'inspection et de contrôle, l'industrie canadienne du porc s'est acquise une réputation mondiale pour sa viande de grande qualité et la fiabilité de ses approvisionnements. C'est grâce à ces avantages que les entreprises canadiennes ont pu accroître leurs exportations de porc, et c'est cette qualité de produits qu'il faut continuer à promouvoir sur les marchés extérieurs.