

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M. Pierre Boudey, responsable régional
(Pologne, Hongrie, République tchèque, Slovaquie, Slovénie)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction des pays baltes, de l'Europe centrale et des pays de la Méditerranée orientale
125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Tél. : (613) 992-1449
Télééc. : (613) 995-8756
Courriel : pierre.boudey@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca>

ou communiquer avec les délégués commerciaux principaux de la région :

M. Michael Wooff, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Ul. Jana Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (011-48-22) 584-3360
Télééc. : (011-48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/warsaw>

M. Larry Duffield, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (011-36-1) 392-3360
Télééc. : (011-36-1) 392-3395
Courriel : bpest-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/hu/>

AGROALIMENTAIRE

POLOGNE

La Pologne compte près de 39 millions de consommateurs et permet d'avoir accès aux vastes marchés d'Europe de l'Est. Son propre marché offre des débouchés dans les produits alimentaires de base tels que les céréales (principalement le blé dur, l'orge et le maïs), le fourrage, la viande de porc et de volaille (y compris les abats), le poisson et les fruits de mer, les huiles, les fruits et les noix. D'autres débouchés se présentent dans les aliments transformés comme les aliments de spécialité ou les nouveautés alimentaires, les aliments ethniques, les produits congelés, pré-cuits ou prêts à servir, les aliments de collation, les produits de poisson et de fruits de mer, les aliments-santé et certains ingrédients alimentaires. Des possibilités d'investissement existent dans l'industrie polonaise de la transformation des aliments (p. ex. dans les industries de la viande, des légumes, des fruits, des produits laitiers, de la boulangerie et des boissons). Les grandes entreprises canadiennes présentes en Pologne sont McCain Foods, CSP Foods, Connors Brothers, Hybrid Turkey, Jamesway Incubator, Cuddy Farms, Shaver Poultry et Semex.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

D'importantes contraintes ainsi que des difficultés attendent les entreprises qui veulent entrer sur le marché polonais en raison de la forte concurrence des pays de l'UE; des droits de douane préférentiels accordés aux pays membres de l'UE et aux signataires de l'Accord de libre-échange centre européen (ALECE); du cadre de réglementation en évolution au fur et à mesure que les réglementations nationales

M. Georges Lemieux, délégué commercial principal
Ambassade du Canada, Mickiewiczova 6, 125 33 Prague 6, République tchèque
Tél. : (011-420-2) 7210-1800
Télééc. : (011-420-2) 7210-1894
Courriel : prgue@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague>

EUROPE CENTRALE : LES MARCHÉS DES 4V SERVENT DE TREMLIN

Il est judicieux de cibler le groupe des 4V et éventuellement de se servir d'un de ces pays comme tremplin pour distribuer des produits et des services dans les marchés environnants. D'ailleurs, la Pologne, la Hongrie, la République tchèque et la Slovaquie font activement la promotion de leur emplacement stratégique comme point d'accès aux marchés tiers, que ceux-ci se trouvent en Europe centrale, dans les Balkans ou en UE. Cela est particulièrement vrai dans le cas de la République tchèque et de la Slovaquie, qui bénéficient respectivement d'un accès privilégié à l'Allemagne et à l'Autriche. Les avantages liés à l'emplacement des 4V augmentent si l'on prend en considération les coûts de production et de main-d'œuvre modiques, l'excellente formation de celle-ci et les mesures incitatives à l'investissement.

sont harmonisées avec celles de l'UE; des mesures protectionnistes provisoires édictées en raison de la situation socio-économique; de la présence insuffisante des exportateurs et des produits canadiens; de la faible notoriété des technologies et des produits canadiens sur le marché polonais; et du peu de sensibilisation des entreprises canadiennes aux possibilités offertes par le marché polonais.

Principaux concurrents

Dans le secteur agroalimentaire, les principaux concurrents se trouvent en Europe, en particulier en Allemagne, en France, en Espagne, aux Pays-Bas, au Danemark et en Italie, ainsi qu'aux États-Unis et en Chine.

Autres sources d'information

ExportSource : <http://www.exportsource.gc.ca>
Foreign Agricultural Markets Monitoring Unit : <http://www.fapa.com.pl/fammu>
Governments on the WWW — Pologne : <http://www.gksoft.com/govt/en/pl.html>

Pour plus de renseignements, communiquer avec :
M^{me} Hanna Mroz, agente de promotion commerciale
Ambassade du Canada, Section des affaires commerciales,
ul. Matejki 1/5, 00-481 Varsovie, Pologne
Tél. : (48-22) 584-3354
Télééc. : (48-22) 584-3195
Courriel : wsaw-td@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/pl>

HONGRIE

La persévérance, la patience et la présence portent fruit sur ce marché dans les secteurs de la génétique animale et de la viande, ainsi que le démontrent les exemples suivants.

À la fin des années 1980, Semex Alliances, de Guelph (Ontario), a découvert un marché à créneaux pour les produits de génétique bovine de haute qualité et a établi une coentreprise avec Mezohegyes Allami Menesbirtok Rt., envoyant quatre taureaux canadiens à rendement élevé dans le Sud de la Hongrie et investissant du capital, du matériel de laboratoire et de la technologie. La Gene Bank Co. Ltd. de Semex, qui compte maintenant 12 employés, a 60 taureaux en production et couvre environ 13 % du marché local de la génétique bovine. L'entreprise dessert également les marchés de la Serbie, de la Macédoine, de l'Allemagne et de la Belgique, et s'attend à réaliser des ventes supplémentaires en Slovaquie et en Croatie. Au milieu des années 1990, Rio Alto Ranch International, propriété de trois sociétés albertaines, a commencé à approvisionner l'Ouest de la Hongrie en produits de génétique bovine de haute qualité. Son cheptel se composait de quatre taureaux de race Red Angus, trois vaches canadiennes Red Angus et 78 génisses hongroises de race tachetée achetées sur place. Le troupeau compte maintenant plus de 500 têtes, et ce nombre est appelé à augmenter.

Canada Porc International (CPI), d'Ottawa, a obtenu des occasions d'affaires pour les exportateurs canadiens de viande au début des années 1990. En raison des capacités des usines hongroises de transformation de viande et de l'absence de fournisseurs de porc locaux compétitifs, les exportations canadiennes de viande ont atteint 9 600 tonnes par an en 1998. Celles-ci incluaient les têtes de porc, l'épaule « picnic » désossée, le flanc de porc et la tripe de bœuf. Le principal marché pour les produits finis était la Russie et, avec l'effondrement de l'économie russe en août 1998, les exportations hongroises vers la Russie ont connu une baisse spectaculaire, qui a entraîné un important repli des exportations de porc canadien à destination de la Hongrie. Cependant, le marché de la viande semble se redresser peu à peu. On estime que les exportations canadiennes ont atteint de 800 à 850 tonnes en 2001. Les exportateurs canadiens de viande ont également suscité de l'intérêt en Croatie. Le principal transformateur de viande du pays, Gavrilovic, de Zagreb, a récemment acheté du porc auprès d'un membre de CPI. La demande sur le marché croate de la viande s'élève à environ 15 000 tonnes de porc par an et 10 000 tonnes par an pour le bœuf. En outre, depuis trois ans, Pickseed Canada Inc., de Lindsay (Ontario), plante ses variétés de graines de fourrage sur des parcelles d'adaptation, car on prévoit améliorer les pâturages de Croatie pour permettre l'introduction des bovins à viande dans l'économie.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :
M. Bela Gyonyor, agent de commerce
Ambassade du Canada, Zugligeti út 51-53, 1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3353
Télééc. : (36-1) 392-3395
Courriel : bela.gyonyor@dfait-maeci.gc.ca
Site Web : <http://www.kanada.hu>



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La République tchèque a toujours été autosuffisante pour ce qui est des produits agricoles, mais les pénuries saisonnières de certaines denrées et l'impossibilité de se procurer quelques produits de spécialité se sont traduites par des importations représentant environ 25 % des produits agroalimentaires. Les importations de produits agroalimentaires ont représenté 5 % des importations de la République tchèque en 2000. Les catégories les plus importantes ont été les fruits, légumes et noix (14 %), les préparations comestibles (9 %), les aliments pour animaux de compagnie (9 %), le tabac et les produits de tabac (6 %), et les produits de meunerie (5 %). Selon les statistiques tchèques, la valeur des importations nationales de produits agroalimentaires en provenance du Canada s'est établie à 17,4 millions de dollars canadiens en 2000, soit 12 % des importations tchèques du Canada. Les denrées canadiennes qui ont connu le plus de succès ont été les lentilles et haricots (6 millions de dollars canadiens), les aliments pour chats et chiens (3,6 millions de dollars canadiens) et les préparations comestibles (3,5 millions de dollars canadiens). Certains produits agroalimentaires canadiens de haute qualité peuvent être concurrentiels, par exemple les bovins laitiers (génisses et taureaux Holstein, embryons et sperme), les bovins à viande (Simmental, Hereford, Aberdeen-Angus et Charolais vivants ou sperme), les porcs de reproduction (Landrace, Duroc et Yorkshire), les légumineuses à grain (en particulier les lentilles et les haricots), le soja, les poissons marins et produits de poisson, les aliments pour animaux de compagnie et la viande de porc ou de volaille (si les certificats sanitaires sont renégociés). Certaines entreprises canadiennes ont déjà mis sur pied des coentreprises rentables de génétique des bovins Holstein. De plus, une ferme de bovins à viande exploitée par une coentreprise a déjà fourni des Aberdeen Angus à 72 fermes (on compte maintenant 3 400 vaches Angus, toutes originaires du Canada). Le marché offre aussi des débouchés pour les produits alimentaires de spécialité uniques, les boissons alcoolisées, les concentrés de jus, le riz sauvage ou les mélanges de riz et le saumon fumé ou les autres produits de poisson si ces denrées sont proposées à prix concurrentiels, en particulier comparativement à ceux des fournisseurs européens ou asiatiques.