

## Exportation d'embryons au Maroc : une petite société canadienne fait sa marque

Une petite entreprise canadienne a réalisé une première en vendant au Maroc un produit de haute technologie : des embryons de bovins Holstein. L'Agence canadienne de développement international (ACDI) et le gouvernement du Québec ont facilité cette vente en acceptant d'assumer les coûts de la formation de techniciens marocains au Canada et en déléguant un vétérinaire à Casablanca pour qu'il supervise l'implantation de 173 embryons. L'opération a été couronnée de succès : le pourcentage de veaux venus à terme a été élevé, à la grande satisfaction

des Marocains, ce qui devrait déboucher sur de nouvelles ventes.

L'entreprise en question, le Service canadien d'exportation d'embryons, de Masson (Québec), avait établi des contacts avec des fonctionnaires du ministère marocain de l'Agriculture en 1988 à l'occasion du Salon international de l'Agriculture de Paris. Elle a par la suite entretenu les liens ainsi noués et sa persévérance a abouti à la signature d'un contrat avec le ministère marocain en 1990.

En 1990, deux techniciens du Maroc venaient au Canada suivre une formation

de huit semaines et en juin 1991, un vétérinaire canadien se rendait trois semaines au Maroc pour diriger l'implantation des embryons.

Les taureaux issus de ces embryons de Holstein canadiens seront mis à contribution en insémination artificielle; de leur côté, les génisses viendront améliorer le cheptel de bovins laitiers de ce pays d'Afrique du nord.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à : John Nutbey, Service canadien d'exportation d'embryons, Masson (Québec). Tél. : (819) 986-6313. Télécop. : (819) 986-6545

## LES STRATEGIES COMMERCIALES — Suite de la page 1

par l'amélioration des relations qu'ils entretiennent.

La Fédération réunit les ressources et crée des partenariats verticaux et horizontaux afin de pouvoir développer efficacement des marchés. La *Canada Beef Export Federation* croit détenir la clé du succès de ces partenariats.

Pour plus d'information, s'adresser à : Ted Haney, Directeur des opérations canadiennes, CANADA BEEF, Calgary. Tél. : (403) 274-0005. Télécop. : (403) 274-5686

### Canadian Dehydrators Association

La *Canadian Dehydrators Association* et ses membres ont fait une percée sensible sur le marché des fourrages des pays côtiers du Pacifique. La demande de produits fourragers de grande qualité pour nourrir des cheptels grandissants au Japon, en Corée et à Taiwan a donné naissance à une industrie qui contribue à la croissance du commerce agro-alimentaire avec le Canada. Les membres de l'Association exportent chaque année pour quelque 65 millions de dollars de produits vers les pays côtiers du Pacifique.

Un des facteurs clés du succès que connaît le secteur depuis ces dernières années a été l'élaboration d'une stratégie de développement de marchés : l'Association oriente ses efforts vers des marchés précis et conçoit des activités afin de tirer profit des possibilités décelées ou de surmonter les obstacles à l'expansion du commerce.

La stratégie leur a permis de mieux coordonner les activités et de mieux utiliser les ressources humaines et financières.

Pour plus d'information, s'adresser à Bryan Davidson de la *Canadian Dehydrators Association*. Tél. : (403) 450-0169 ou télécopieur (403) 450-0604.

### Purebred Swine Breeders Association of Canada

Grâce à leur stratégie de mise en marché, les exportateurs canadiens de porcs de race et de porcs hybrides s'installent sur le marché mexicain, avec des exportations de 1 200 animaux par mois en 1992, en hausse de façon sensible par rapport aux valeurs d'il y a trois ans.

La *Purebred Swine Breeders Association of Canada* et sa contrepartie en Alberta ont mis au point une stratégie à l'intention de leurs membres afin d'augmenter sensiblement leur part de ce marché en rapide expansion. Le pôle de leurs activités est une série de colloques dont le but est de mieux renseigner les éleveurs mexicains sur les avantages des porcs de race et des porcs hybrides canadiens.

Pour plus d'information, s'adresser à : Bill Young, *Purebred Swine Breeders Association of Canada*. Tél. : (613) 731-5531. Télécop. : (613) 731-6655

## L'avenir de l'agro-alimentaire au Canada

Donald McQ Shaver, l'un des principaux exportateurs canadiens de volaille de reproduction, offre ce conseil aux producteurs canadiens du secteur agro-alimentaire. « Faites et refaites vos budgets afin de tirer le maximum de chaque dollar dont vous disposez pour servir les intérêts des activités d'exportation du secteur privé ». Étant donné la tendance mondiale à la libéralisation des échanges commerciaux et l'accroissement de la demande internationale, ce conseil vaut son pesant d'or.

Nos exportations représentent 22 % de notre PNB, et 8 % des exportations proviennent de l'agro-alimentaire.

En 1990, les échanges mondiaux au titre de l'agriculture ont atteint le chiffre record de 208 milliards de dollars US, après avoir enregistré une croissance moyenne de 7 % pendant cinq années consécutives. Cette croissance est surtout attribuable à la demande de produits agro-alimentaires axés sur les besoins du

consommateur, lesquels ont maintenant dépassé les importations mondiales de produits en vrac traditionnels.

En 1991, plus de la moitié des exportations agro-alimentaires canadiennes de 11 milliards de dollars étaient constituées de produits à valeur plus élevée; cela inclut les produits axés sur les besoins des consommateurs comme les préparations alimentaires et les boissons et les produits intermédiaires tels que le bétail et les aliments pour niveaux. Les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires à valeur plus élevée ont augmenté - mais presque exclusivement en raison de gains réalisés aux États-Unis. Sur le marché américain, les exportations agro-alimentaires canadiennes ont augmenté au rythme annuel de 9,6 % depuis 1988, ce qui a donné lieu à un accroissement de la part de nos exportations sur ce grand marché et à une dépendance accrue à cet égard.

À l'extérieur de ce marché, la situation

est tout à fait différente. En effet, 93 % de nos exportations de produits en vrac, tels que le blé, sont destinées à d'autres marchés que les États-Unis tandis que seulement 20 % de nos exportations répondant aux besoins des consommateurs vont au-delà du marché nord-américain. Ces exportations ont chuté de 4,8 % et ce, bien que la majorité de la croissance internationale ait lieu sur les marchés des pays côtiers du Pacifique, d'Amérique latine et d'Europe.

Ces tendances nous amènent à poser la question suivante : "les producteurs canadiens profiteront-ils des possibilités de vendre des produits à valeur élevée sur les marchés étrangers?" Le succès que remportent ces produits aux États-Unis et l'excellente réputation internationale dont jouissent les exportations canadiennes de céréales et d'oléagineux permettent de supposer qu'ils seraient parfaitement capables de le faire.

## Publications à l'intention des exportateurs aux É.-U.

Le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur du Canada (AECEC) se prépare à publier une série de trois ouvrages sur les exportations agro-alimentaires aux États-Unis qui sera fort utile aux exportateurs canadiens.

*Le Guide des marchés agro-alimentaires et des produits de la pêche aux États-Unis à l'intention des exportateurs canadiens* vise à aider les transformateurs qui veulent augmenter leurs ventes aux États-Unis. On y trouve des conseils pratiques sur la mise en marché des aliments aux États-Unis, de l'information sur les réseaux de distribution et les formalités réglementaires, que gagne à connaître l'exportateur débutant, ainsi que des survols des principaux marchés américains.

*Le Guide des foires commerciales aux États-Unis - secteur de l'alimentation - 1993-1993* donne la liste des foires et

expositions commerciales régionales et nationales aux États-Unis.

Enfin, les actes d'un colloque national intitulé *Comment faire affaire avec les distributeurs et les courtiers américains en produits alimentaires*, qui s'est tenu le mois dernier, résument les points saillants de ce programme parrainé par AECEC. Les participants y ont entendu

entre autres des représentants de la National Food Brokers Association de Washington et de la National Food Distributors Association de Chicago.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à : Peter Egedy, Direction de la promotion du commerce et de l'investissement des États-Unis, AECEC. Tél. : (613) 991-9483. Télécop. : 990-9119.

## Club export agro-alimentaire du Québec

Au Québec, des sociétés de transformation des aliments, des agriculteurs et des chefs de file du mouvement coopératif ont mis en commun leurs compétences pour effectuer une percée sur les marchés d'exportation. La concertation de leurs efforts a débouché sur la création du Club export agro-alimentaire du Québec.

Celui-ci a établi d'étroites relations de travail avec le Centre de recherche et de développement alimentaires de Saint-Hyacinthe afin d'aider les exportateurs à adapter leurs produits aux besoins des marchés d'exportation. D'autres partenariats conclus avec les ministères et organismes provinciaux et fédéraux devraient permettre de découvrir de nouveaux créneaux sur divers marchés. Une foule d'autres initiatives sont en gestation.

(Voir page IV — Le Club.)

AGEXPORT

AgExport est publié en anglais et en français à titre de supplément de *CanadExport*, par la Direction des programmes internationaux de la Direction générale du développement agro-alimentaire (Agriculture Canada).

Les articles peuvent être reproduits avec mention de la source. Pour de plus amples renseignements sur AgExport, veuillez communiquer avec Richard Cathcart, Direction des programmes internationaux, Ottawa, (613) 993-6671; télécop. : (613) 995-0949.