

Malgré sa petite taille, la Suisse possède un gros appétit pour les produits agroalimentaires importés — le marché à l'importation dans ce secteur est évalué à 8,2 milliards de francs suisses par année et presque 75 % de ces produits importés proviennent de l'Union européenne (UE). Il ne fait aucun doute que la part du Canada, qui n'est que de 1,2 %, pourrait y être beaucoup plus importante.

Structure du marché de l'alimentation au détail

Forts d'une part conjointe de 65 % de ce marché, estimé à 40 milliards de francs suisses par année, Migros et Coop occupent une position dominante. Les deux sociétés, dont le siège social est situé à Zurich (Migros) et à Bâle (Coop), vendent des produits de marque et de distributeur ainsi que des articles non alimentaires. Cependant, Migros favorise depuis toujours les marques de distributeur, ce qui ouvre des débouchés aux entreprises canadiennes possédant une expertise dans ce domaine. En outre, la Suisse compte un nombre considérable d'importateurs et de distributeurs de spécialités gastronomiques et d'aliments fins qui s'intéressent aux aliments importés.

Débouchés

Même si les droits d'importation en Suisse atteignent entre 5 % et 20 % sur certains

produits, le marché agroalimentaire y est ouvert aux importations du monde entier. Parmi les produits canadiens les plus susceptibles de s'y tailler une place, mentionnons les produits de créneau, les produits naturels et les spécialités à forte valeur ajoutée. La demande se main-

Les exportateurs canadiens de produits agroalimentaires doivent tenir compte de la réticence des Suisses face aux produits contenant des organismes génétiquement modifiés (OGM). On prévoit d'ailleurs une solide demande de produits sans OGM dans un proche avenir.

Aperçu du marché

L'agroalimentaire en Suisse

tient aussi pour des produits alimentaires typiquement canadiens, comme le blé dur, les légumineuses à grains, le poisson et les fruits de mer, les produits de l'érable, la viande de cheval, les oléagineuses, les fèves de soja, les grains et la nourriture pour animaux. Le whisky et la bière du Canada sont bien acceptés en Suisse, mais la percée des vins de l'Ontario et de la Colombie-Britannique demeure négligeable.

L'usine de l'exportateur de viande doit figurer sur la liste des installations agréées par les autorités de la Suisse et de l'UE; les produits devraient aussi être exempts d'hormones.

Obstacles

La principale contrainte ne découle pas tant des obstacles réglementaires que de la faible visibilité des produits agroalimentaires de consommation provenant du Canada. L'agroalimentaire d'importation est dominé à un point tel par les produits de l'UE ou des États-Unis et, de plus en plus, par un large éventail d'aliments ethniques qu'il n'est pas facile pour le Canada de conserver, encore moins d'étendre, sa petite part du marché.

Sites internet utiles

- Office fédéral de l'agriculture www.blw.admin.ch
- Information sur le secteur agricole www.agriculture.ch
- Office fédéral de la santé publique www.admin.ch/bag
- Association des organisations agricoles biologiques www.bio-suisse.ch
- Office vétérinaire fédéral www.bvet.admin.ch

Pour plus d'information, communiquer avec M. Werner Naef, agent de commerce, ambassade du Canada à Berne, tél. : (011-41-31) 357-3206, téléc. : (011-41-31) 357-3210, courriel : werner.naef@dfait-maeci.gc.ca internet : www.canada-ambassade.ch ou www.infoexport.gc.ca/ch *

Pour plus d'information concernant les débouchés offerts et les conditions de participation à la PLMA, communiquer avec M. Gilbert Arnold, Agriculture et Agroalimentaire Canada, téléc. : (519) 837-9782, courriel : arnoldg@em.agr.ca

Si vous voulez explorer le marché des épiceries aux Pays-Bas, communiquer avec M. Frits W. Zechner, agent de commerce, ambassade du Canada à La Haye, tél. : (011-31-70) 311-1665, téléc. : (011-31-70) 311-1682, courriel : frits.zechner@dfait-maeci.gc.ca internet : www.ocanada.nl *

L'alimentation au détail aux Pays-Bas

— Suite de la page 10

Les marques de distributeur sont-elles une option?

Chaque année, en mai, la section d'Amsterdam de la Private Label Manufacturers Association (PLMA) organise une foire commerciale. Il s'agit d'une occasion idéale de jauger le marché, spécialement en Europe; vous devez être membre de la PLMA pour y exposer vos produits. Mais encore une fois, il sera nécessaire d'envisager de mettre sur pied un mécanisme de distribution central si vous voulez répondre aux exigences des acheteurs des supermarchés, qui pourraient être répartis dans toute l'Europe.