

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Comme il est peu probable que le Canada puisse être concurrentiel dans le domaine des produits du porc en grandes quantités, il doit trouver un créneau pour ce qui est du porc transformé à valeur ajoutée, comme le jambon et le bacon. Les statistiques démontrent que le marché des produits transformés se chiffre à environ 40 millions de dollars, soit près de 20% du marché total du porc. Cependant, la concurrence de l'Europe et des États-Unis est très vive dans ce marché; si le Canada veut y entrer, il devra établir des liens commerciaux en pratiquant des prix concurrentiels et de bonnes stratégies de commercialisation.

Compte tenu de la nature du marché singapourien, les produits du porc canadiens pourront difficilement faire leur marque à court terme. Toutefois, grâce aux efforts accrus et à une commercialisation de créneau, il est possible que certains produits canadiens puissent éventuellement percer. On reconnaît déjà que le Canada fournit des produits alimentaires de qualité supérieure, mais il doit projeter l'image d'un pays qui offre des produits à prix plus concurrentiels et répondant aux besoins de consommateurs qui demandent un bon rapport qualité-prix.

Principales foires commerciales

Il n'existe à Singapour aucune foire commerciale d'importance qui porte sur le porc ou les viandes. La principale foire régionale est le Salon asiatique de l'alimentation et de l'hôtellerie, qui se tient tous les deux ans à Singapour. La prochaine édition est prévue en avril 1994.

Accès au marché

Aucun tarif, droit ou quota ne s'applique aux importations de porc. Elles sont toutefois assujetties à la réglementation sur l'importation de la viande, qui exige un certificat sanitaire officiel émis par Agriculture Canada ainsi que des attestations que la viande provient d'abattoirs agréés par le gouvernement.

Transport et distribution

Singapour possède une excellente infrastructure, soutenue par des installations de dédouanement des plus modernes (expédition par air, par terre et par mer) qui permettent d'importer et d'exporter les produits rapidement. De vastes installations d'entreposage, y compris des entrepôts réfrigérés, sont réparties partout sur l'île en vue de soutenir la demande. Les voies de distribution courantes sont les principaux grossistes et distributeurs de viande qui importent les produits sans intermédiaire et les distribuent aux marchés, aux établissements de détail et aux collectivités.

Recommandations aux exportateurs canadiens

La promotion peut d'abord se faire au détail et dans les collectivités, où les divers produits du porc peuvent être présentés avec un éventail d'autres produits alimentaires canadiens. Le Haut-Commissariat organise généralement ce genre de promotions une fois l'an et les produits canadiens du porc peuvent en faire partie. Il est possible que le Haut-Commissariat envisage de participer au prochain Salon asiatique de l'alimentaire et