

La politique agricole de l'UE est l'un des principaux facteurs déterminant la composition des exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers la RFA. Les contingents et les droits de douane limitent les ventes de certains de nos produits de base et réduisent sensiblement la compétitivité de la plupart des aliments transformés d'origine canadienne.

Avant d'expédier, les producteurs de viandes doivent subir le fastidieux processus conduisant à l'autorisation et à l'inscription auprès de l'UE. Les fournisseurs

d'aliments transformés, pour leur part, doivent se conformer à la réglementation, compliquée et rigoureuse, de la RFA et de l'UE en matière d'additifs et d'étiquetage. Les frais élevés de transport, la force du mark et le coût des services, relativement élevés en Allemagne,

font des études de marché et des promotions commerciales des opérations fort coûteuses.

Plus de 65 % des produits agroalimentaires importés en RFA proviennent d'autres pays de l'UE. Grâce à une commercialisation active, d'importants fournisseurs hors de l'UE (p. ex. les États-Unis, le Brésil, la Turquie, les pays d'Europe de l'Est, l'Argentine et la Chine) se sont taillé une part intéressante du marché allemand. Le Canada se classe autour du 15^e rang parmi les producteurs agroalimentaires hors-UE fournissant la RFA, ses expéditions atteignant quelque 15 % de celles des États-Unis, qui viennent en première place.

Objectifs quinquennaux

Voici les principaux objectifs à atteindre dans le secteur agroalimentaire :

- lancer sur le marché allemand de nouveaux produits canadiens prêts à la vente au détail;
- faire connaître les capacités canadiennes en matière de conditionnement de produits vendus sous marque de distributeur;
- développer les ventes dans le segment de l'hôtellerie, en croissance rapide;
- organiser des promotions d'aliments canadiens dans les hôtels et les restaurants.

Activités

Dégustation de vins canadiens	Dégustation de vins canadiens en Allemagne, date à déterminer
BIO Fach	Février 1998, Francfort Foire internationale des aliments et autres produits organiques
Equitana	Mars 1999, Essen Foire mondiale des sports équestres
Semaines canadiennes	Juin 1997, magasins à rayons Karstadt, partout en Allemagne Promotion des produits alimentaires canadiens
ANUGA	Du 11 au 16 octobre 1997 et octobre 1999, Cologne Salon international de l'alimentation (plus grand événement mondial du genre)

BRAU	13 au 15 novembre 1997, Nuremberg Foire commerciale européenne de la bière et des autres boissons
ISM	Du 1 ^{er} au 5 février 1998, Cologne Foire internationale de la confiserie et de la biscuiterie
INTERZOO	Mai 1998, Nuremberg Foire internationale des aliments et fournitures pour animaux familiaux. Participation d'entreprises canadiennes organisée par PIJAC Canada
Eurotier	Novembre 1998, Hanovre Foire internationale de l'élevage

Pêches

Aperçu

Comptant 80 millions d'habitants et affichant une consommation annuelle par habitant de 14,6 kg, l'Allemagne est un important marché dont les importations s'élèvent à un million de tonnes et les exportations, à 409 000 tonnes. La consommation intérieure se chiffre à 1,2 million de tonnes. La consommation, qui était de 10,5 kg à la fin des années 70, révèle une tendance à la hausse à long terme.

En 1995, la valeur des importations allemandes de produits de la pêche s'élevait à 3,5 milliards de marks, dont 37,9 millions en provenance du Canada. Les données statistiques canadiennes révèlent que les exportations de produits de la pêche vers l'Allemagne sont tombées de 17 300 tonnes d'une valeur de 48 millions de dollars en 1988, à 8 00 tonnes d'une valeur de 32 millions de dollars en 1995. La valeur moyenne de ces exportations s'est accrue de 2,78 \$/kg à 3,90 \$/kg, ce qui confirme un accroissement de la consommation de produits haut de gamme.

Le marché allemand des produits de la pêche est caractérisé par une forte demande de poisson de la mer du Nord (hareng, maquereau, goberge et morue). Les produits les plus recherchés sont le hareng et, plus récemment, la goberge de l'Alaska qui occupent ensemble plus de la moitié du marché. La hausse des revenus est à l'origine d'une consommation accrue de produits de luxe tels que le homard et les crevettes. Chez les consommateurs moins riches des NL, on note une augmentation de la demande d'espèces moins chers. La consommation varie entre 25 kg dans les zones côtières et seulement 4 kg en Bavière. Les supermarchés sont à l'origine de 27 % des ventes de produits de la pêche frais et de 75 % des ventes de produits congelés. Les marchands de poisson classiques occupent encore une part importante du marché, soit plus de 45 % des ventes de produits de la pêche frais.

Principales entreprises

Contrairement à ce qui se passe dans d'autres pays d'Europe, il n'existe pas en RFA de marché central du poisson où les prix sont négociés et qui sert de plaque tournante de la distribution. La plupart des

" La consommation de poisson per capita a augmenté de 40 % en 20 ans "

