

Corée

Boeuf : les normes canadiennes sont acceptées

La Corée vient tout juste d'ouvrir ses portes à une fraction importante de la production canadienne de boeuf, ce qui permettra à nos exportateurs de tirer parti d'un marché qui est appelé à croître de plus de 40 % au cours de la présente décennie.

L'annonce a en été faite après que les fonctionnaires de Séoul eurent accepté la norme canadienne AA au terme d'essais portant sur des carcasses qui avaient été fournies par l'entremise du Fonds pour l'expansion des exportations. Plus tôt au cours de l'été, l'organisme coréen des produits d'élevage avait accepté la norme canadienne AAA, qui ne correspond qu'à environ 10 % de la production canadienne de boeuf.

Elwood Hodgins, directeur adjoint des Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires à Agriculture Canada, a déclaré que le gouvernement avait collaboré étroitement avec la Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf au cours des deux dernières années afin de faire reconnaître la norme canadienne AA. Ensemble, les deux catégories représentent quelque 50 % de la production canadienne.

« On ne pouvait vraiment se contenter de moins que l'acceptation de la norme AA, a affirmé M. Hodgins. Elle rendra notre industrie beaucoup plus concurrentielle sur ce marché face aux États-Unis. »

La Corée utilisait depuis nombres d'années les normes américaines relatives au boeuf, ce qui bloquait en pratique l'accès au boeuf canadien. Il y a trois ans environ, nous avons effectué certains envois, mais l'expérience a mal tourné.

« Nous estimons que nos catégories sont supérieures, et quiconque analyse le produit en conviendra, a ajouté M. Hodgins. Mais du point de vue de

l'acheteur, le fait qu'elles n'étaient pas reconnues fournissait l'échappatoire rêvée pour annuler un marché déjà conclu. »

M. Hodgins a souligné que la révision de la politique coréenne fournissait un excellent exemple de concertation entre l'industrie et le gouvernement.

« Notre ambassade en Corée et nous-mêmes, ici, aux Programmes internationaux, n'avons ménagé aucun effort et saisi toutes les occasions de rappeler aux Coréens l'importance d'accepter nos normes », a rappelé M. Hodgins.

En visite en Corée, en septembre dernier, celui-ci a rencontré les fonctionnaires coréens, qui ont alors accepté de soumettre nos carcasses à des essais. Par la suite,

Ted Haney, directeur des Opérations canadiennes au sein de la Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf, a rencontré des fonctionnaires coréens pour leur fournir les carcasses nécessaires.

« C'est grâce à cette concertation que nous avons pu arracher un accord des Coréens », a conclu M. Hodgins.

La consommation coréenne de boeuf a progressé de 184 % de 1970 à 1989, et elle est appelée à croître de 3,38 à 5,7 kg par habitant, soit de 267 000 tonnes, d'ici à l'an 2001.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à Elwood Hodgins, Division des programmes internationaux, Agriculture Canada. Tel.: (613) 993-6671. Fax: 995-0949.

SUCCÈS — Suite de la page 1

jus de raisin désaromatisé. Ce succès de Golden Valley sur les marchés extérieurs s'explique par une recherche et un développement innovateurs et une commercialisation efficace.

Forte de sa percée sur le marché américain des aliments de spécialité, évalué à quelque 27 milliards de dollars, **Stone County Specialties Inc.**, de Don Mills (Ontario), est bien positionnée pour tirer parti de la croissance prévue dans ce secteur au cours de la présente décennie. Sa gamme de moutardes préparées douce (*Honeycup*) et forte lui a valu la part du lion du marché américain des moutardes importées et permis de réaliser des ventes dans chacun des 50 États. On prévoit que le marché des aliments de spécialité croîtra de 10 % par année tout au long de la présente décennie.

Nature's Path Foods, de Delta (Colombie-Britannique), exporte la moitié de ses céréales biologiques pour petit déjeuner en

Europe, au Moyen-orient et dans la région du Pacifique, et elle espère faire mieux encore en collaborant avec le nouveau B.C. Food Marketing Council. La certification des céréales biologiques profite aux petites entreprises canadiennes et assure de meilleures recettes à nos producteurs.

Inniskillin Wines Inc., de Niagara-on-the-Lake (Ontario), fait oeuvre de pionnier pour ce qui est d'assurer la promotion de ses produits dans les concours internationaux et d'imposer ses normes à l'ensemble du secteur.

Riese-Vertmont, de La Ronge (Saskatchewan), peut se targuer d'une progression de ses ventes de riz sauvage de 1 000 % depuis trois ans grâce à l'exploitation de nouveaux marchés en Europe, aux États-Unis et dans la région de l'Asie et du Pacifique. Pas moins de 90 % de ses ventes sont réalisées sur les marchés étrangers, dont 60 % en Europe.



AgExport est publié en anglais et en français à titre de supplément de CanadExport, par 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 veuillez communiquer avec Richard Cathcart, Direction des programmes internationaux, Ottawa, télécop. : (613) 995-0949.

Vol.1, N° 2 • 15 février, 1993

