

Progression prévue des produits agro-alimentaire en Chine

Le blé représente 95 % des exportations agricoles canadiennes vers la Chine, mais il existe néanmoins des possibilités d'accroître la demande des produits agro-alimentaires canadiens sur ce marché qui a totalisé 925,5 millions de dollars en 1991.

Quatrième fournisseur en importance de produits agricoles en Chine, le Canada n'occupe néanmoins que 5 % du marché agro-alimentaire de ce pays. Même si les grains non transformés représentent plus de 99,5 % de nos envois, nous ne fournissons que de 25 à 33 % du blé que la Chine importe.

La diversification des exportations canadiennes demeurera difficile en raison des obstacles réglementaires et structurels. Toutefois, si les réformes économiques progressent comme prévu, des ressources accrues seront affectées à la transformation alimentaire, ce qui stabilisera ou accroîtra la demande de certains produits canadiens.

L'évaluation du marché agro-alimentaire de la Chine effectuée par la Direction des programmes internationaux a permis de déceler six domaines prometteurs pour nos exportations agro-alimentaires; les voici :

- blé (on estime que le marché chinois recèle un potentiel de croissance en raison du plafonnement apparent des rendements, de la rareté croissante des terres exploitables et de la croissance démographique, qui s'accompagne d'un raffinement des habitudes de consommation);
- orge de brasserie (le Canada est bien placé pour tirer parti de l'expansion prévue de l'industrie brassicole chinoise);
- canola (le Canada peut exporter du savoir-faire et des techniques afin d'aider la Chine à améliorer ses méthodes de trituration, qui laissent à désirer à l'heure actuelle);
- pores de reproduction (ce secteur de grande envergure pourrait avoir besoin de matériel génétique canadien pour

améliorer la qualité de son cheptel);

- bovins de reproduction (le matériel génétique canadien pourrait contribuer à améliorer la productivité et les indices de consommation des troupeaux);
- immobilisations et investissements directs (l'amélioration du secteur du riz suppose des investissements au titre de l'aménagement de réservoirs, de l'irrigation, des engrais, des pailles plastiques et également des techniques de mouture de pointe).

Pour renseignements, s'adresser à Sally Jorgensen, Division des programmes internationaux, Agriculture Canada. Tél. : (613) 993-6671. Fax : (613) 995-0949.

Débouché : ventes d'embryons de bovins

Une fois de plus, un projet agricole canadien se traduit par de nouveaux débouchés à l'exportation : une société canadienne fabriquant des produits génétiques vient d'enregistrer l'une des plus importantes ventes d'embryons de bovins des dernières années.

Un projet de contrôle laitier mené par la Faculté d'agriculture de l'Université McGill avait préparé le terrain. Lorsque les fonctionnaires de l'État de Parana, au Brésil, se sont dits intéressés à améliorer la qualité génétique de leurs bovins, le Collège connaissait le travail de Boviteq et a fait se rencontrer les deux parties. Une année de négociations a suivi, puis, en mai dernier, une délégation ministérielle du Brésil a signé un contrat portant sur 700 embryons, une première pour cet État brésilien et ses neuf coopératives laitières.

Ce marché de 300 000 \$ US représentait l'une des deux principales ventes de Boviteq l'an dernier, l'autre répondant à une seconde commande de 400 embryons de la part de l'Espagne, qui devrait réitérer cette année.

Communiquer avec Sylvie Des Marchais, Directrice de la Commercialisation, Boviteq. Tél. : (514) 774-7949; télécop. : (514) 774-1740.

Un producteur de bleuets accroît sa part d'un marché en croissance

Vingt ans après avoir introduit le bleuet sauvage en Europe et au Japon, la société Oxford Frozen Foods surmonte les obstacles culturels à l'emploi de son produit. Ce producteur de la Nouvelle-Écosse cherche à convaincre les consommateurs japonais, par exemple, que la confiture de bleuet n'est pas la seule utilisation possible de ce petit fruit, même si sa cote de popularité la place au troisième rang de toutes les confitures. De même, en Allemagne, les bleuets sont souvent vendus maintenant en pots de verre comme garniture.

Loring Wilmot, directeur de la Commercialisation à Oxford Frozen Foods, signale qu'avec la collaboration des ressources en commercialisation de la Wild Blueberry Association of North America, sa société offre aux consommateurs divers produits, comme des muffins, afin de stimuler la demande.

« Notre courtier en Angleterre distribue des échantillons de produits de bou-

langerie afin de convaincre les entreprises de leur potentiel, explique M. Wilmot. Et, peu à peu, l'idée fait son chemin. Nous les appuyons ensuite par de la publicité.

« Le muffin aux bleuets n'est pas encore une vedette là-bas, conclut-il, mais sa vogue est croissante. »

La société a introduit le bleuet au Japon vers la fin des années 1960 et le début de la décennie suivante. Elle est devenue depuis le principal fournisseur de ce petit fruit en Europe, l'Allemagne représentant son principal débouché. En 1992, Oxford Frozen Foods a produit un tiers de la récolte nord-américaine; celle-ci a atteint 132 millions de livres, ce qui représente un bond de 300 % par rapport à la fin des années 1970.

Pour de plus amples renseignements, s'adresser à Loring Wilmot, directeur de la Commercialisation, Oxford Frozen Foods. Téléphone : (902) 447-2320; télécopieur : (902) 447-2577.

Fraisiers : une réussite aux États-Unis

Les fournisseurs canadiens de plants de fraisier ont investi le marché américain, les normes de qualité et de croissance rigoureuses de la Nouvelle-Écosse s'étant imposées dans la plus grande partie de ce segment. Les expéditions de cette province dépassent 20 millions de plants par année, et certains producteurs n'exportent pas moins de 60 % de leurs plants.

Grâce à son temps frais et à l'absence relative de maladies sur son territoire, la Nouvelle-Écosse s'est acquise la réputation de produire des plants rustiques et généreux qui donnent rapidement des fruits de qualité.

Les inspecteurs du gouvernement vérifient régulièrement si les fraisiers sont exempts de maladies et d'insectes avant de les certifier au moyen de l'« étiquette rouge » qui, selon le producteur Allison Woodworth, propriétaire de Appel Berry Farms à Berwick, est devenue un symbole de qualité.

« Il n'est pas suffisant d'établir des normes élevées, d'affirmer M. Woodworth, encore faut-il les faire respecter ».

La Nouvelle-Écosse produit à la fois la variété adaptée aux conditions nordiques et celle, de plus en plus en vogue, convenant aux régions situées plus au sud, qui est surtout écoulée en Floride. Cet État vient au second rang pour la production de fraises aux États-Unis, et, selon M. Woodworth, ses commandes de plants sont en hausse.

Livraison rapide, service à la clientèle et bonne manutention, voilà les facteurs qui ont aidé la Nouvelle-Écosse à conserver une position enviable sur les marchés, à côté de l'Ontario, de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick.

Communiquer avec Allan Sorflaten, Agriculture Canada. Téléphone : (902) 893-0050; télécopieur : (902) 893-9851.

Un éleveur fait la pluie et le beau temps sur le marché japonais du faisain

Lorne Neyedly estime que sa position dominante sur le marché japonais du faisain s'explique par le fait qu'il a renoncé à se diversifier et à s'attaquer à d'autres marchés. En concentrant ses efforts sur un seul créneau, il a réussi à transformer ce qui n'était qu'un passe-temps en 1981 en une entreprise florissante, Tartan Farms, qui réalise un chiffre d'affaires d'un million de dollars par année grâce à l'exportation de 58 000 faisans.

« Des occasions se sont présentées dans d'autres pays, a déclaré M. Neyedly, mais nous estimons qu'il vaut mieux mettre le paquet là où les chances de succès sont les meilleures. Je pense que beaucoup d'exportateurs en puissance oublient trop souvent ce principe. »

Avec l'aide du chef de renommée mondiale Takashi Murakami, de Winnipeg, Tartan Farms a effectué une percée sur le marché des grands restaurants au Japon, puis son nom a trouvé place dans deux ouvrages de référence bien connus de l'industrie. Peu après, le principal acheteur de faisans du pays a communiqué avec la société, et ses exportations ont monté en flèche.

Comme les exigences de qualité sont très élevées sur ce marché au Japon, Tartan Farms n'a rien ménagé pour maintenir les normes nécessaires. C'est ainsi que la société a mérité des éloges pour avoir réussi, à elle seule, à étendre l'utilisation du faisain au Japon. Tartan Farms utilise maintenant trois installations de transformation et recourt aux services de quatre éleveurs à forfait en Colombie-Britannique, au Manitoba et en Ontario.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec Tartan Farms. Téléphone : (204) 757-4532; télécopieur : (204) 757-4837.

Système d'enregistrement Holstein, clé de l'exportation génétique

Les possibilités d'exportation de notre matériel génétique Holstein en Amérique latine se multiplient du fait que le système canadien de classification et d'enregistrement tend à devenir un modèle pour l'industrie. Mis au point par l'Association Holstein du Canada, ce système s'est révélé un outil de commercialisation de premier ordre pour les produits génétiques canadiens, car il nécessite la présence sur place de classificateurs canadiens, qui ont ainsi l'occasion de faire connaître nos produits aux acheteurs.

« C'est un peu comme si on faisait clignoter votre nom devant le client, d'expliquer Alma Stevens, directrice de la Commercialisation internationale au sein de l'Association Holstein du Canada. Souvent, le client utilisait le système de classification américain, de sorte que c'est un classificateur américain qui se rendait sur place classer

ses bovins et faire en même temps la promotion du produit américain. La différence, désormais, c'est que nos classificateurs seront au cœur de l'action. »

L'Argentine et la République Dominicaine sont deux des pays qui ont adopté le système canadien, pour la classification dans le premier cas, et l'enregistrement dans le second. L'Argentine a par la suite acheté de nos produits génétiques, et la République Dominicaine a fait l'achat de bovins canadiens en 1992. La Colombie, le Brésil et l'Équateur adopteront tous le système canadien de classification et d'enregistrement cette année, tandis que la Bolivie fera sienne le système d'enregistrement de l'Association.

Pour en savoir plus, communiquer avec Alma Stevens, Association Holstein du Canada. Téléphone : (519) 756-8300; télécopieur : (519) 756-5878.