

RÉSUMÉ

Cet examen des perspectives du marché mondial a été entrepris afin d'aider le secteur des produits alimentaires à valeur ajoutée à reconquérir sa part des exportations mondiales de ses produits, et par le fait même, appuyer tout le secteur agro-alimentaire au Canada, et contribuer aux exportations par lesquelles on prévoit mener la reprise du Canada. La stratégie rassemble les avis de tous les participants qui influencent les exportations : les entreprises, leurs associations, les ministères fédéraux, les gouvernements provinciaux et leurs Conseils de mise en marché, les missions commerciales canadiennes, et le sous-comité de SPC du GCSCE. Il examine le secteur en reconnaissant que l'économie canadienne est très liée aux exportations agro-alimentaires, et met en lumière quelques défis auxquels le secteur est confronté.

L'examen couvre ensuite les principales perspectives de marché identifiées par l'industrie et les missions -États-Unis, Japon, Europe occidentale- et une brève discussion sur d'autres marchés possibles. Il couvre les tendances des marchés agro-alimentaires dans chacune de ces régions, de même que les exigences de base auxquelles doivent satisfaire les exportateurs.

La section suivante de l'examen couvre les avantages comparatifs de l'industrie, en notant particulièrement l'excellence de l'organisation industrielle, la proximité du Canada du marché américain et la réputation internationale dont jouissent déjà ses produits alimentaires. Les problèmes sectoriels de marché identifiés comprennent les problèmes non tarifaires de l'accès, la constance des approvisionnements et les entreprises inexpérimentées et mal financées.

La stratégie proposée aidera les producteurs de produits alimentaires à valeur ajoutée à profiter de leurs avantages comparatifs, à reconnaître leurs faiblesses et, de là, à choisir les marchés d'exportation les plus prometteurs. Elle propose un plan de travail qui incorpore les efforts du gouvernement fédéral, mené par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, en accord avec Agriculture et Agro-alimentaire Canada, et Industrie, Sciences et Technologie Canada, et par l'industrie et ses associations et par les exportateurs individuels. Le flot d'information amélioré sur les efforts de mise en marché internationale fournis par le Plan d'affaires du commerce international (PACI), et la Stratégie des perspectives commerciales (SPC), sont les composantes clés de cette stratégie.

Pour la gouverne des entreprises à la recherche du «quoi faire et quoi éviter» du marché d'exportation, une annexe au document inclut les avis et conseils d'agents commerciaux dans quelques missions commerciales importantes du Canada.