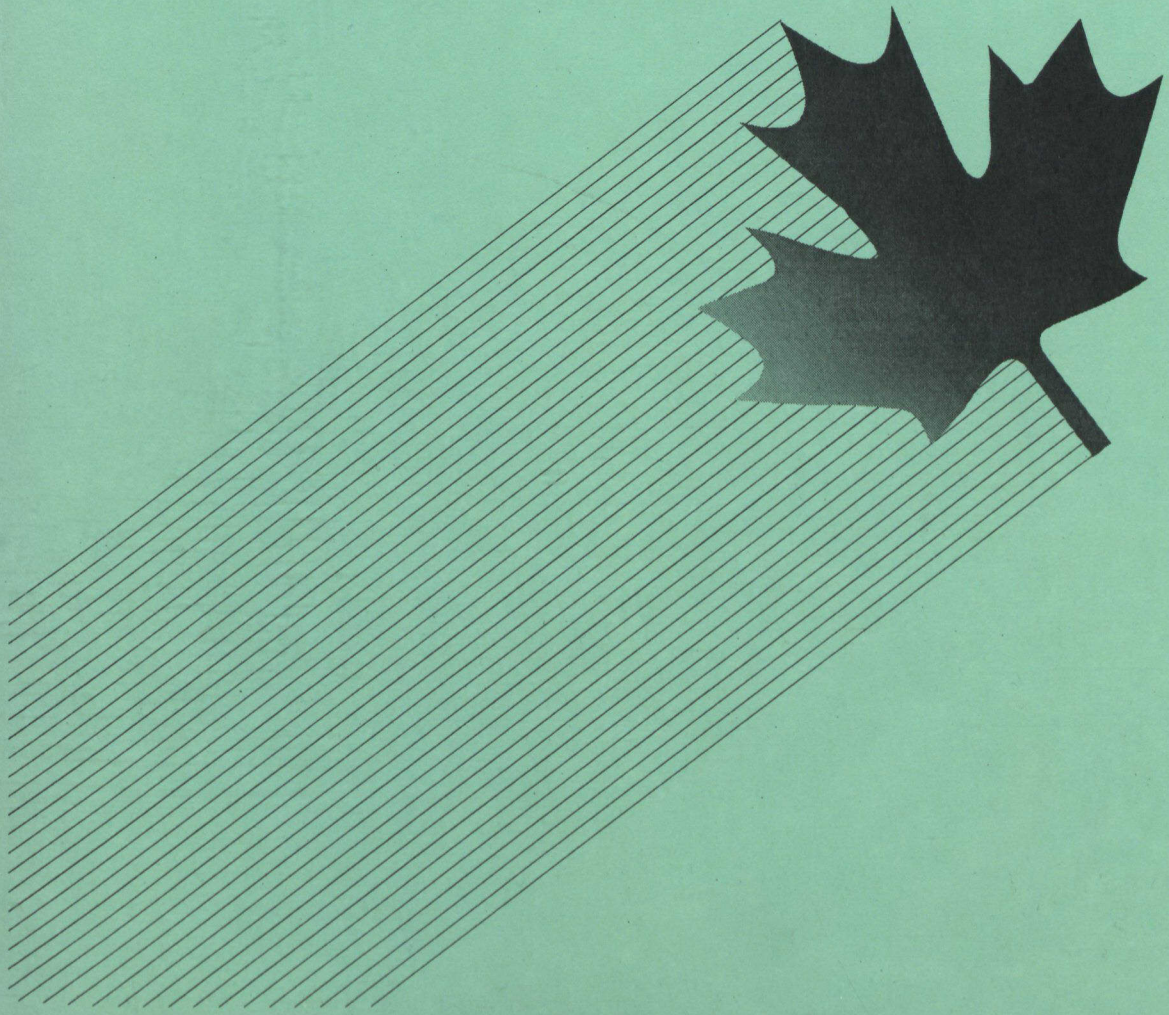


.6255625x (F)

doc
CA1
EA679
93G46
FRE

Examen des perspectives du marché mondial

Porc



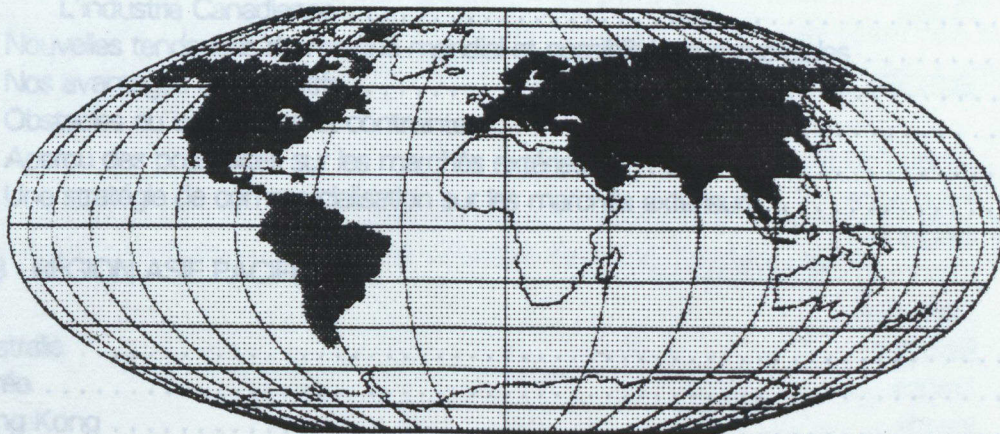
JUN 24 1994
JUN 24 1994

TABLE DES MATIÈRES

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

EXAMEN DES PERSPECTIVES DU MARCHÉ MONDIAL

POUR LE SECTEUR DU PORC



Publié par:

SECRETARIAT DE LA LIAISON SECTORIELLE (TOS)
SECTEUR DE LA PROMOTION DU COMMERCE INTERNATIONAL
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA

en collaboration avec

CANADA PORC INTERNATIONAL

et AGRICULTURE CANADA

Novembre, 1993

Foreign Affairs and
International Trade

Affaires Étrangères et
Commerce International



CANADA PORC INTERNATIONAL
CANADA PORC INTERNATIONAL

43-267-831

TABLE DES MATIERES

Avant-propos	i
Résumé	ii
SECTION A - LE PORC CANADIEN DANS UN CONTEXTE GLOBAL	
1 - Description du secteur	1
Le marché mondial	1
L'industrie Canadienne	2
2 - Nouvelles tendances du marché mondial et possibilités commerciales	5
3 - Nos avantages comparatifs	8
4 - Obstacles au commerce et contraintes	8
5 - Aperçu des possibilités sur les marchés extérieurs	11
6 - Une stratégie de commercialisation sur les marchés extérieurs	15
SECTION B - RÉGION ASIE PACIFIQUE	
Australie	18
Corée	22
Hong Kong	26
Indonésie	30
Japon	33
Malaisie	40
Nouvelle-Zélande	44
Philippines	46
Singapour	49
Taiwan	53
Thaïlande	55
AMÉRIQUE LATINE ET ANTILLES	
Argentine	57
Barbade	59
Brésil	62
Chili	66
Colombie	68
Costa Rica	71
Cuba	72
Guatemala	76
Jamaïque	78
Mexique	81
Panama	94
Pérou	96
Porto Rico	99
République Dominicaine	103
Trinité-et-Tobago	104

Venezuela	107
-----------------	-----

RUSSIE, EUROPE CENTRALE ET DE L'EST

Hongrie	114
Pologne	119
République Tchèque	124
Roumanie	127
Russie	130

EUROPE DE L'OUEST ET AFRIQUE

Afrique du Sud	135
Allemagne	138
Belgique	142
Communauté Européenne (CE)	145
Danemark	149
Espagne	153
France	155
Irlande	159
Italie	161
Norvège	165
Pays-Bas	167
Portugal	171
Royaume-Uni	174
Suède	176

Annexe A: Les foires et salons dans le monde

Annexe B: Personnes-ressources au gouvernement fédéral

AVANT-PROPOS

Cette ÉTUDE DU MARCHÉ MONDIAL DU PORC a pour objet de fournir aux intervenants de l'industrie canadienne du porc les renseignements qui les aideront à élaborer des stratégies d'exportation vers les principaux pays importateurs. La présente étude donne un aperçu de l'industrie du porc au Canada et de la place qu'elle s'est taillée sur les marchés extérieurs. Une grande place y est réservée aux profils par pays des possibilités commerciales, fournis par les délégués commerciaux canadiens à l'étranger.

Le Canada s'est bâti une réputation enviable comme producteur, transformateur et exportateur. Les exportations canadiennes de porc ont totalisé 275 000 tonnes en 1991. Les adresses des bureaux commerciaux canadiens et de certains des principaux importateurs dans chaque pays sont reproduites à la fin des profils. Les États-Unis, le Japon, le Mexique, Cuba et la Russie. Le Canada se classait en 1991 au septième rang mondial des producteurs de porc, avec une production de 1,13 million de tonnes métriques.

Les États-Unis ont été le plus gros importateur de porc jusqu'en 1991, année où le Japon leur a pris cette place avec des importations de plus de 500 000 tonnes. On s'attend à ce que la demande japonaise en produits importés se maintienne et à ce que les États-Unis deviennent d'ici peu un exportateur net de porc. Ainsi, le Canada se doit d'exploiter chaque nouveau marché prometteur, comme par exemple le Mexique.

Si le Canada veut maintenir ou accroître ses exportations de porc, il devra renforcer la position qu'il occupe sur les marchés étrangers autres que celui des États-Unis. À cette fin, il faudra préserver les conditions actuelles d'accès aux marchés mondiaux. Pour faciliter l'accès à de nouveaux marchés, le Canada doit rechercher massivement la réduction des droits de douane et des contingents d'importation partout où ces deux barrières se dressent. Il y a lieu également d'étudier la possibilité d'établir de nouveaux modes de financement qui permettent d'exploiter des créneaux stables (comme en Russie) et d'augmenter nos exportations de porc.

L'industrie et le gouvernement doivent poursuivre les campagnes de promotion collective sur les marchés extérieurs cibles. En raison de ses normes sanitaires rigoureuses et de ses méthodes reconnues en matière d'élevage, de classement, d'inspection et de contrôle, l'industrie canadienne du porc s'est acquise une réputation mondiale pour sa viande de grande qualité et la fiabilité de ses approvisionnements.

Nota :

Malgré le soin apporté à la préparation de l'étude, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) ne peut garantir que l'information présentée est exacte ou exempte d'erreurs ou d'omissions.

RÉSUMÉ

Bien que la part du Canada du marché mondial des produits agro-alimentaires ait augmenté légèrement, les exportations totalisant 13,3 milliards de dollars en 1992, notre part des exportations de produits à valeur ajoutée reste faible.

Le Canada se classe au troisième rang des exportateurs de porc avec 16 % du marché mondial. La Communauté européenne (CE) arrive en tête avec 26 % (en 1992). Grâce aux relations étroites entre maisons de commerce et exploitants d'abattoirs, le Canada s'est bâti une réputation enviable comme producteur, transformateur et exportateur. Les exportations canadiennes de porc ont totalisé **275 000 tonnes en 1992, pour une valeur de 665 millions de dollars**, et étaient destinées à 58 pays différents. Les principaux marchés d'exportation du Canada sont les États-Unis, le Japon, le Mexique, Cuba et la Russie. Le Canada se classait en 1991 au septième rang mondial des producteurs de porc, avec une production de 1,13 million de tonnes métriques.

Les États-Unis ont été le plus gros importateur de porc jusqu'en 1991, année où le Japon leur a pris cette place avec des importations de plus de 500 000 tonnes. On s'attend à ce que la demande japonaise en produits importés se maintienne et à ce que les États-Unis deviennent d'ici peu un exportateur net de porc. Ainsi, le Canada se doit d'exploiter chaque nouveau marché prometteur, comme par exemple le Mexique.

Si le Canada veut maintenir ou accroître ses exportations de porc, il devra renforcer la position qu'il occupe sur les marchés étrangers autres que celui des États-Unis. À cette fin, il faudra préserver les conditions actuelles d'accès aux marchés mondiaux. Pour faciliter l'accès à de nouveaux marchés, le Canada doit rechercher inlassablement la réduction des droits de douane et des contingents d'importation partout où ces deux barrières se dressent. Il y a lieu également d'étudier la possibilité d'établir de nouveaux modes de financement qui permettent d'exploiter des créneaux stables (comme en Russie) et d'augmenter nos exportations de porc.

L'industrie et le gouvernement doivent poursuivre les campagnes de promotion collective sur les marchés extérieurs cibles. En raison de ses normes sanitaires rigoureuses et de ses méthodes reconnues en matière d'élevage, de classement, d'inspection et de contrôle, l'industrie canadienne du porc s'est acquise une réputation mondiale pour sa viande de grande qualité et la fiabilité de ses approvisionnements. C'est grâce à ces avantages que les entreprises canadiennes ont pu accroître leurs exportations de porc, et c'est cette qualité de produits qu'il faut continuer à promouvoir sur les marchés extérieurs.

Le présent document contient un relevé détaillé des possibilités commerciales dans 46 pays, et fournit notamment les noms et adresses de certains principaux importateurs et acheteurs.

Bien que le porc du Canada du marché mondial des produits agro-alimentaires ait augmenté légèrement, les exportations totales ont 13,3 milliards de dollars en 1992. Notre part des exportations de produits à valeur ajoutée reste faible.

Le Canada se classe au troisième rang des exportateurs de porc avec 16 % du marché mondial. La Communauté européenne (CE) arrive en tête avec 28 % en 1992. Grâce aux relations étroites entre nations de commerce et exploitants d'épaves, le Canada s'est bâti une réputation enviable comme producteur transformateur et exportateur. Les exportations canadiennes de porc ont totalisé 275 000 tonnes en 1992, pour une valeur de 982 millions de dollars, et étaient destinées à 55 pays différents. Les principaux marchés d'exportation du Canada sont les États-Unis, le Japon, le Mexique, Cuba et la Russie. Le Canada se classait en 1991 au septième rang mondial des producteurs de porc, avec une production de 1,13 million de tonnes métriques.

Les États-Unis ont été le plus gros importateur de porc jusqu'en 1991, année où le Japon leur a pris cette place avec des importations de plus de 500 000 tonnes. On s'attend à ce que la demande japonaise en produits importés se maintienne et à ce que les États-Unis deviennent d'ici peu un exportateur net de porc. Ainsi, le Canada se doit d'explorer chaque nouveau marché prometteur, comme par exemple le Mexique.

Si le Canada veut maintenir ou accroître ses exportations de porc, il devra renforcer la position qu'il occupe sur les marchés étrangers autres que celui des États-Unis. À cette fin, il faut préserver les conditions actuelles d'accès aux marchés mondiaux. Pour faciliter l'accès à de nouveaux marchés, le Canada doit rechercher inlassablement la réduction des droits de douane et des contingents d'importation partout où ces deux parties se dressent. Il y a lieu également d'étudier la possibilité d'établir de nouveaux modes de financement qui permettraient d'exploiter des créneaux stables (comme en Russie) et d'augmenter nos exportations de porc.

L'industrie et le gouvernement doivent poursuivre les campagnes de promotion collective sur les marchés extérieurs cibles. En raison de ses normes sanitaires rigoureuses et de ses méthodes reconnues en matière d'élevage, de classement, d'inspection et de contrôle, l'industrie canadienne du porc a acquis une réputation mondiale pour sa viande de grande qualité et la fiabilité de ses approvisionnements. C'est grâce à ces avantages que les entreprises canadiennes ont pu accroître leurs exportations de porc et c'est cette qualité de produits qu'il faut continuer à promouvoir sur les marchés extérieurs.

SECTION A

1. DESCRIPTION DU SECTEUR

La réputation de l'industrie canadienne du porc est bien établie sur les marchés étrangers. On apprécie ses produits que l'on achète dans 58 pays.

LE MARCHÉ MONDIAL

En 1991, le Canada se classait au septième rang mondial avec une production de 1,129,000 tonnes de porc. Selon les statistiques du ministère américain de l'Agriculture (USDA), les douze principaux pays producteurs de porc en 1991 étaient les suivants :

DOUZE PLUS GRANDS PRODUCTEURS DE PORC (1991)

PAYS	MILLIERS DE TONNES (Poids de carcasse)
Chine	24 523
CE	13 751
États-Unis	7 257
CEI	5 634
Pologne	1 966
Japon	1 483
Canada	1 129
Taiïwan	1 126
Brésil	1 100
Hongrie	965
Mexique	820
Ancienne Tchécoslovaquie	810

Source : World Livestock Situation, USDA.

LES GRANDS PAYS EXPORTATEURS

Les échanges commerciaux de porc sont les plus intenses entre les douze pays de la Communauté européenne (CE), les Pays-Bas et le Danemark étant les plus gros fournisseurs. La CE représente un concurrent redoutable sur les marchés mondiaux : en 1992, les pays membres ont exporté un total de 493 000 tonnes de porc. Le Danemark est le chef de file mondial dans l'exportation de porc congelé et transformé et a été dans le passé le plus gros exportateur de produits transformés vers les États-Unis (bien que ses ventes y aient diminué ces dernières années). Les Pays-Bas pourraient

occuper une grande place sur les marchés mondiaux maintenant qu'on les considère exempts de fièvre aphteuse.

Le Canada est le troisième exportateur de porc dans le monde; grâce aux relations étroites entre maisons de commerce et exploitants d'abattoirs, notre pays s'est bâti une réputation enviable comme producteur, transformateur et exportateur. La proximité des États-Unis a beaucoup contribué à en faire le principal client du Canada. Sa réputation grandissante dans le secteur du porc lui a permis de pénétrer dans des marchés comme le Japon, qui étaient à la recherche de produits à valeur ajoutée de qualité supérieure. Grâce à des exportations de plus de 250 000 tonnes année après année, le Canada s'est assuré le troisième rang parmi les exportateurs mondiaux de porc.

Voici la répartition en 1992 des exportations canadiennes de porc par catégorie de produits :

Porc frais et réfrigéré	48 %	320 millions \$
Porc congelé	34 %	227 millions \$
Porc transformé	14,5 %	95 millions \$
Abats	2 %	14 millions \$
Graisse de porc	1,5 %	10 millions \$

Exportateur de porc de longue date, le Canada possède toute l'infrastructure nécessaire, notamment les maisons de commerce, les services de transport et nombre de services connexes. À cette infrastructure s'est ajoutée en 1991 une agence de promotion des exportations, Canada Porc International.

L'INDUSTRIE CANADIENNE L'ÉLEVAGE

En 1992, quelque 30 000 fermes familiales, la plupart spécialisées, ont commercialisé 16 millions de porcs. Les produits de la vente de porcs, soit 1,75 milliard de dollars, représentaient cette année-là environ 30 % des ventes de toutes les espèces de bétail. L'élevage de porcs est un élément très important dans l'économie du pays.

	Nombre de fermes porcines au Canada	Nombre de têtes par ferme
1981	55 800	177
1985	36 500	268
1990	30 000	322

Le Canada a l'avantage de produire des céréales en grande quantité, qui lui permettent d'en tirer des provendes à coût raisonnable. Les provinces de l'Ouest sont responsables d'un tiers de la production canadienne de porcs, alors que l'Ontario et le Québec se partagent la plus grande part des deux tiers restants. Le porc canadien est réputé pour sa faible adiposité.

L'industrie et le gouvernement fédéral collaborent étroitement dans le cadre de l'inspection de la viande et des programmes sanitaires. Comme le cheptel canadien est exempt des principales maladies du porc, son exportation respecte facilement les normes de santé et d'inspection des pays importateurs.

Les méthodes canadiennes d'élevage, de mise en marché et de contrôle des porcs sont uniques et très efficaces. Les intervenants de l'industrie, des éleveurs aux exploitants d'abattoirs, conjuguent leurs efforts dans l'ensemble du pays et composent un secteur bien structuré qui a été en mesure d'obtenir des résultats génétiques du plus haut niveau. Le Canada possède des animaux reproducteurs supérieurs qui ont acquis une réputation mondiale et sont protégés de telle sorte que les 500 éleveurs de sujets reproducteurs puissent en assurer un approvisionnement fiable de qualité supérieure.

Les offices provinciaux de commercialisation se chargent de mettre en marché les porcs de manière ordonnée et efficace et sont responsables de la vente de presque tous les porcs destinés au marché canadien. Le Conseil canadien du porc regroupe en une fédération nationale les groupements de commercialisation des éleveurs dans les dix provinces, avec pour mandat de favoriser la communication entre les producteurs, le gouvernement, les exploitants d'abattoirs, les distributeurs et les autres intervenants du secteur.

Le Canada a été l'un des premiers pays à établir un système national de classement des carcasses de porc, utilisant des sondes électroniques qui permettent d'évaluer les carcasses d'après des mesures objectives de la quantité de graisse et de la teneur en maigre. L'emploi de la sonde électronique a permis d'accroître la précision du classement et d'en réduire la variabilité. De plus, le dépistage des substances à l'état de traces est très efficace au Canada, produisant un taux de conformité de 99,6 à 100 %.

Un porc normal produit les coupes primaires suivantes :

Coupe	% des coupes totales
Jambon	34 %
Longe	24 %
Épaule	23 %
Flanc	19 %

L'ABATTAGE ET LA TRANSFORMATION

L'industrie de l'abattage et de la transformation de la viande emploie environ 33 000 personnes dans 523 usines soumises à l'inspection gouvernementale. Six usines canadiennes, dont cinq au Québec et une en Ontario, sont agréées pour exporter vers la CE. Le tableau suivant indique la production de l'industrie canadienne de l'abattage et de la transformation, ainsi que les importations et les exportations.

	1991	1992
		(Chiffres préliminaires)
(en milliers de tonnes)		
Production de porc	1 129	1 200
Importations	15	10
Approvisionnement intérieur total	1 144	1 210
Exportations	266	300

Source : World Livestock Situation, USDA.

La restructuration dans l'industrie de l'abattage et de la transformation a eu pour résultat d'améliorer la gestion des usines, d'en réduire le nombre et de les moderniser. Les transformateurs ont trouvé de nouveaux créneaux dans certaines activités spécialisées d'abattage et de découpage. À l'heure actuelle, 16 usines abattent 94 % des têtes. Chacune de ces usines peut traiter plus de 10 000 porcs par semaine, au rythme de 300 à 600 têtes à l'heure. De plus, on dénombre 25 usines possédant une capacité de transformation de moins de 10 000 porcs par semaine, à un rythme de moins de 300 têtes à l'heure.

L'industrie canadienne de l'abattage et de la transformation est concurrentielle grâce au matériel de pointe utilisé pour l'immobilisation et la fente, la sonde électronique, le découpage, le désossage et le conditionnement.

Les abattoirs sont sous-utilisés dans toutes les provinces; le taux d'utilisation varie de 73 % au Manitoba à 87 % en Alberta. Les entreprises canadiennes ont la capacité d'accroître leurs exportations sans pour autant nuire à l'approvisionnement intérieur.

L'une des tendances dans le secteur de la transformation a été d'articuler la transformation autour d'un seul type de produits. Au Canada, les usines de

transformation se sont surtout spécialisées dans la production de bacon et de jambon. En plus des petites usines spécialisées, nombre de grands transformateurs canadiens sont complètement intégrés, de l'abattage à la transformation.

LA CONSOMMATION

Le porc arrive au deuxième rang parmi les viandes consommées au Canada, avec 34 kg par personne. Bien que la consommation de porc soit demeurée la même au cours des cinq dernières années, les consommateurs ont changé leurs attitudes et leur mode de vie. Ils choisissent des aliments plus sains et de plus petites portions, ce qui se traduit par une demande en porc maigre offert en petites portions dans un emballage pratique.

RECHERCHE ET TECHNOLOGIE

Les programmes de soutien du gouvernement et de l'industrie en matière de recherche appliquée assurent la qualité et l'innovation dans l'élevage du porc et la transformation de ses produits au Canada.

Parmi les produits mis au point au Canada, mentionnons le logiciel EBV (valeur d'élevage espérée), programme pour micro-ordinateur conçu par l'université de Guelph qui sert à déterminer les traits de rendement supérieur comme la faible adiposité, le taux de croissance, l'indice de conversion alimentaire et la prolificité.

Une autre première a eu lieu au Canada : les universités de Toronto et de Guelph ont récemment mis au point une sonde ADN servant à déterminer les caractéristiques génétiques. Bien que la sonde soit actuellement au stade expérimental, on octroie des licences puisque des pays étrangers se sont déjà montrés intéressés.

2. NOUVELLES TENDANCES DU MARCHÉ MONDIAL ET POSSIBILITÉS COMMERCIALES

LE MARCHÉ MONDIAL DE L'AGRO-ALIMENTAIRE

Plus la productivité mondiale de l'agriculture augmente, plus la concurrence est vive dans le commerce international des produits agricoles. La valeur des échanges commerciaux de produits agro-alimentaires sur le marché mondial a connu une croissance continue, passant de 209 milliards de dollars américains en 1985 à 325 milliards en 1990. Les exportations canadiennes dans ce secteur s'élevaient en 1990 à 11 milliards de dollars, soit 3,5 % du marché mondial. Elles sont passées à 13,3 milliards en 1992,

augmentant ainsi leur part du marché mondial des produits agro-alimentaires, quoique ces exportations de produits à valeur ajoutée restent faibles. Le porc constitue une part considérable des exportations canadiennes dans ce secteur, soit environ 5 %.

LE MARCHÉ MONDIAL DU PORC

De toutes les viandes, celle du porc est la plus consommée au niveau mondial. Même si la production intensive de porc se fait surtout dans l'hémisphère Nord, les pays producteurs présentent de bonnes occasions de marché parce que la demande intérieure en produits de qualité supérieure ou en coupes de choix est à la hausse. Il existe de nombreux pays où le porc n'est pas consommé, ou très peu, en raison de croyances religieuses, ce qui limite les possibilités d'y accroître les exportations de porc.

Pendant quinze années, jusqu'en 1990, le volume et la structure des exportations n'ont pas beaucoup varié. Le Danemark dominait le marché mondial du porc. La Pologne et la Hongrie possédaient des marchés établis, tout particulièrement en Russie et aux États-Unis. Ce dernier pays était un importateur net dont les exportations, principalement des abats destinés à l'Europe, étaient peu élevées. Le Canada était présent en force sur le marché américain, comme il l'est encore aujourd'hui.

Les États-Unis ont été le plus gros importateur de produits du porc jusqu'en 1991, année où le Japon leur a pris cette place avec des importations de plus de 500 000 tonnes.

On s'attend à ce qu'au Japon la demande en produits importés continue de s'accroître. Le Mexique apparaît comme un nouveau marché prometteur. La taille de son économie augmente rapidement, tout comme les revenus des travailleurs et la demande des consommateurs. La CEI était en 1991 un gros importateur de porc (454 000 tonnes), provenant principalement d'Europe de l'Est. Cependant, les difficultés économiques ont miné le pouvoir d'achat à court terme des nouveaux pays de la région, qui doivent s'en remettre au crédit pour leurs importations. Par ailleurs, les producteurs locaux ne pourront répondre en 1993 qu'à 70 % des besoins des usines de transformation en Russie.

Il convient de prendre note de la présence accrue des États-Unis sur le marché mondial, surtout au Japon, dans les pays du littoral du Pacifique et au Mexique. Mentionnons également la production et la consommation croissantes en Chine, ainsi que les exportations chinoises vers les marchés d'Asie du Sud-Est et de Russie orientale, où elles pourraient dominer le segment de la viande de porc à bas prix. Enfin, les exportations de la Pologne et des pays de l'Europe de l'Est ont baissé de beaucoup.

PRINCIPAUX EXPORTATEURS ET IMPORTATEURS DE PORC
(Chiffres préliminaires de 1992)

<u>EXPORTATIONS</u>	<u>TONNES</u>	<u>IMPORTATIONS</u>	<u>TONNES</u>
CE	493 000	Japon	690 000
Taïwan	300 000	CEI	316 000
Canada*	275 000	États-Unis	293 000
États-Unis	185 000	Hong Kong	202 000
Chine	150 000	CE	90 000
Pays baltes	116 000	Mexique	50 000
Hongrie	110 000	Pologne	40 000

Source : World Livestock Situation, USDA.

* Source : Exportations canadiennes du porc, Agriculture Canada et Statistique Canada.

LA POSITION DE L'INDUSTRIE CANADIENNE

Le porc canadien est une viande de qualité supérieure renommée parce qu'elle est maigre et saine. Les exportations canadiennes de produits du porc, porcs vivants exceptés, totalisaient 665 millions de dollars en 1992 et étaient destinées à 58 pays.

En 1992, les dix principaux marchés d'exportation du Canada étaient les suivants (en millions de dollars) :

● États-Unis	434,6
● Japon	153,1
● Mexique	30,6
● Cuba	13,3
● Russie	6,9
● Australie	6,3
● Hong Kong	4,2
● Pologne	4,0
● Hongrie	2,7
● France	1,8
TOTAL	665 millions \$

En comparaison, les exportations canadiennes s'étaient élevées en 1991 à 595,1 millions de dollars et avaient été expédiées dans 54 pays différents. Elles continuent de dépendre du marché américain, même si elles se sont accrues sur les marchés d'outre-mer. Des exportations totales de porc canadien, 75 % étaient destinées au marché américain en 1991, proportion qui a baissé à 65 % en 1992.

3. NOS AVANTAGES COMPARATIFS

Une longue expérience a permis aux producteurs canadiens de mettre au point des produits de qualité supérieure. La viande de porc maigre et saine que le Canada exporte est appréciée dans de nombreux pays et devrait lui procurer un net avantage sur plusieurs de ses concurrents.

Le Canada peut assurer un approvisionnement fiable, une préoccupation des importateurs. Un approvisionnement régulier et la certitude, basée sur des contrôles reconnus, d'obtenir des produits alimentaires de qualité s'avèrent essentiels et constituent un atout précieux.

Les méthodes et les systèmes canadiens d'élevage, de mise en marché, de classement, d'inspection et de dépistage des substances à l'état de traces sont efficaces et réputés pour leur excellence technologique. Le Canada jouit d'une renommée enviable dans le domaine du contrôle des maladies du bétail.

La proximité et la connaissance du marché américain, ainsi que l'ouverture du marché mexicain dans le cadre de l'ALENA, constituent des atouts indéniables. Le Canada possède une vaste expérience de l'exportation et de l'expédition, connaît les besoins des acheteurs et des marchés étrangers et sait y répondre.

Pour ce qui est des prix, le Canada est concurrentiel sur la plupart des marchés, à l'exception peut-être des expéditions de viande de porc fraîche vers des pays éloignés, encore qu'il rivalise sans difficultés avec les producteurs européens sur le marché de l'Asie et du Pacifique.

4. OBSTACLES AU COMMERCE ET CONTRAINTES

JAPON

Le régime du prix plancher à l'importation pratiqué au Japon ne permet pas toujours aux exportateurs canadiens d'y commercialiser la combinaison de produits la plus profitable. À diverses périodes, les méthodes frauduleuses, utilisées par d'autres pays pour contourner ce même régime, a désavantagé le Canada. En tant qu'exportateur de porc congelé de première qualité, le Canada tente d'obtenir l'assurance que les modifications au régime

découlant des négociations commerciales multilatérales ne nuiront pas aux exportateurs canadiens de porc sur le marché japonais.

Les importations japonaises de porc réfrigéré représentent 25 % des importations totales du pays et ont le taux de croissance annuel le plus élevé, soit près de 20 %. À l'heure actuelle, quelques usines canadiennes possèdent le matériel nécessaire pour produire du porc réfrigéré. Un certain nombre de grands transformateurs japonais dominent une large part du commerce de la viande; il pourrait être difficile de trouver de nouveaux acheteurs japonais sans déplaire aux clients actuels.

Il semble que le Japon soit le marché cible par excellence de tous les exportateurs, et la concurrence y sera intense. Rappelons qu'en 1992 les Pays-Bas ont été autorisés à exporter du porc au Japon. La Belgique, la France, l'Allemagne et la Pologne sont en train de négocier avec le Japon et devraient obtenir l'accès à ce marché d'ici la fin de 1993. Ce n'est pas la première fois que pareil phénomène survient sur le marché japonais de la viande; si les pays producteurs dépendent d'un seul grand marché, ils s'exposent à des fluctuations de prix considérables. Le Japon subissant les effets d'un ralentissement économique, rien n'indique avec certitude que la consommation de porc y augmentera indéfiniment. Si le gouvernement japonais devait intervenir de quelque manière pour protéger ses producteurs, le Canada réagira énergiquement afin de préserver ses droits.

MEXIQUE

Le Mexique est un marché relativement nouveau et les exportateurs canadiens n'en connaissent pas encore très bien le réseau de distribution, pas plus que le Mexique ne connaît la capacité d'approvisionnement du Canada. Le principal obstacle à la croissance des exportations canadiennes de porc vers le Mexique est le droit de 20 % imposé actuellement, qui devrait être aboli sur dix ans dans le cadre de l'ALENA.

On se demande si le Mexique est capable de continuer à absorber de plus grandes quantités de porc importé. Dans le cadre de l'ALENA, les exportateurs de porc canadiens seront avantagés, car ils pourront soit expédier directement leurs produits sur le marché mexicain, soit répondre à la demande dans le nord des États-Unis, puisque les producteurs américains exporteront davantage vers le Mexique. Les plus optimistes sont d'avis que les revenus des Mexicains augmenteront et que la consommation de viande rouge dépassera largement la production nationale. Quoi qu'il en soit du courant de libéralisation au Mexique, les producteurs mexicains ont toujours réussi à convaincre le gouvernement de prendre des mesures protectionnistes; le Canada entend continuer à faire valoir ses droits.

RUSSIE, EUROPE CENTRALE ET EUROPE DE L'EST

Dans cette région, le plus gros obstacle au commerce demeure la pénurie de devises fortes et les problèmes de convertibilité. De plus, compte tenu des bouleversements structurels survenus en Russie et dans d'autres pays de la région, le plus grand flou subsiste quant aux importateurs et aux canaux de distribution.

COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE

En raison des mesures de restriction des importations, en particulier le prélèvement variable à l'importation et le prix d'écluse, et de la directive communautaire sur l'inspection des usines de viande des pays tiers, le Canada a été, à toute fin pratique, exclu du marché de la CE pour les coupes de porc et les produits transformés depuis plus de dix ans. Les exportations canadiennes de porc vers la CE s'élevaient à 17 400 tonnes en 1982, mais seulement à 3 787 tonnes d'abats en 1992.

AUSTRALIE

Les producteurs australiens continuent d'exercer des pressions sur les transformateurs et les détaillants pour qu'ils ne s'approvisionnent qu'en Australie, et insistent aussi auprès des services australiens d'inspection et de quarantaine pour faire interdire les importations canadiennes de porc pour des motifs sanitaires.

CORÉE

Dans une perspective de stabilisation des prix intérieurs, le régime d'importation actuel est basé sur des fourchettes de prix pour les porcs vivants. Les importations ne sont autorisées que dans le cadre d'appels d'offres lancés par la Fédération coréenne des coopératives de bétail (NLCF), lorsque les fluctuations des prix sur le marché intérieur du porc vivant justifient une telle mesure. On est en train de libéraliser les règles régissant l'importation de porc frais et réfrigéré plus rapidement que celles touchant le porc congelé, qui intéressent le plus les producteurs canadiens.

CHINE

Les tendances actuelles nous amènent à nous interroger sur la puissance économique croissante de la Chine et l'influence qu'elle pourrait exercer sur le marché mondial du porc. Le cheptel porcin chinois (370 millions de têtes en 1993) connaît la plus forte croissance au monde et la Chine arrive au cinquième rang mondial des exportateurs. Les données sur le commerce chinois sont difficiles à obtenir et sont souvent peu fiables. Cependant, si la Chine pouvait éliminer dans certaines régions la fièvre aphteuse et d'autres maladies, elle pourrait non seulement dominer les marchés de Russie et d'Asie du Sud, mais également entrer en force sur le marché japonais. La production nationale augmente rapidement et l'efficacité des transformateurs chinois s'améliore au rythme des importations de technologie occidentale. De toute évidence, une plus grande consommation par habitant absorbera

une grande part de la croissance de la production chinoise, mais, une fois celle-ci stabilisée, la Chine se tournera vers l'exportation. Le porc canadien est de beaucoup supérieur en qualité au porc chinois et peut être concurrentiel sur les marchés que viserait la Chine, puisqu'il est destiné à un segment différent du marché que le produit chinois moins coûteux.

AUTRES PAYS

Aux Philippines, seules les entreprises de transformation peuvent obtenir, auprès du Conseil national d'inspection des viandes du ministère de l'Agriculture, une licence d'importation aux seules fins d'importer du porc destiné à la transformation. Pareille contrainte peut avoir pour effet de limiter l'accès au marché.

Les exportateurs canadiens de porc vers Taïwan font face à des droits de douane élevés, à un régime restrictif de licences d'importation et à l'interdiction d'importer des abats.

Parmi les principaux obstacles à l'expansion des exportations canadiennes vers Cuba, notons la nécessité de crédit à l'exportation et le manque de devises étrangères, situation qui ne devrait pas changer au cours des prochaines années.

L'Argentine refuse systématiquement l'entrée aux produits canadiens, soutenant que le porc canadien présente des risques de transmission de maladies au cheptel local, même si Agriculture Canada a pu démontrer que l'importation de ces produits constituait un risque acceptable.

En résumé, l'industrie canadienne du porc a trouvé un grand stimulant dans l'expansion des exportations et poursuit ses activités avec le ferme engagement de répondre à la demande et du marché canadien et des marchés extérieurs. Tous les intervenants s'entendent sur l'importance des exportations dans l'industrie canadienne du porc : elles sont une partie intégrante de la production totale, et rien ne laisse prévoir qu'il en aille autrement dans un avenir prochain.

5. APERÇU DES POSSIBILITÉS SUR LES MARCHÉS EXTÉRIEURS

ÉTATS-UNIS

Pendant les années 1980, quand les États-Unis venaient au premier rang mondial des importateurs de porc, le Canada s'est taillé une place enviable sur ce marché. Aujourd'hui, toutefois, le secteur américain du porc vivant et de la viande de porc se dirige rapidement vers l'autosuffisance et deviendra un exportateur net de porc dans un proche avenir. Pareil renversement de tendance est accéléré par les regroupements des entreprises d'élevage, de

transformation et de conditionnement, qui toutes réalisent des gains de productivité.

La qualité du porc canadien lui procurait un avantage sur le marché américain qu'il est en train de perdre, car les éleveurs américains importent de plus en plus du matériel génétique du Canada et de l'Europe. À terme, voilà qui aura pour effet de rendre plus difficile l'accès au marché américain du porc et de ses produits. Les États-Unis demeurent néanmoins le principal marché du Canada, qui y expédie 65 % de ses exportations totales de porc.

Atteignant une consommation par personne de 31 kg, le porc est devenu un produit très en demande aux États-Unis parce qu'il est vu comme l'une des viandes de choix par les consommateurs soucieux de leur santé. Les coupes de viande maigre seront les plus recherchées; les coupes contenant plus de gras seront plus difficiles à vendre. Les consommateurs exigent des viandes qui sont présentées de manière pratique ou même originale. Les viandes maigres qui ont bon goût se vendront bien.

En janvier 1993, le ministère américain de l'Agriculture a publié la version finale de ses règles sur l'étiquetage nutritionnel des viandes et des volailles. À partir de juillet 1994, une nouvelle étiquette nutritionnelle devra être apposée sur la plupart des produits transformés à base de viande et de volaille. Il y aura des différences considérables entre les normes américaines et canadiennes d'étiquetage. Les allégations relatives à la santé seront permises sur les étiquettes aux États-Unis, ce qui n'est pas le cas au Canada. Indiquer les portions sur les étiquettes deviendra obligatoire; les produits d'imitation pourront porter le nom courant ou générique s'ils répondent à des exigences minimales de teneur. Il est très important que les fournisseurs canadiens comprennent bien les nouvelles règles d'étiquetage avant d'exporter leurs produits sur le marché américain.

Les États-Unis sont à l'heure actuelle le seul marché où le Canada vend toute la gamme des produits du porc. Pendant des années les produits du porc canadiens entraient facilement aux États-Unis. Les produits primaires ont toujours été expédiés en grandes quantités vers les États-Unis, parce que la mise en marché était davantage axée sur le volume que sur le positionnement du produit.

Si les exportateurs de porc canadiens veulent accroître leurs expéditions de produits transformés sous leur marque, ils devront adopter de nouvelles méthodes de commercialisation. L'exportation de tels produits sur le marché américain n'est pas chose facile. Une entreprise qui offre un produit unique ou différent pourra plus facilement être inscrite sur la liste des fournisseurs des distributeurs américains. Le marché des États-Unis est très concurrentiel et les exportateurs canadiens ont éprouvé des difficultés à faire inscrire leurs

produits sous leur marque auprès des distributeurs américains. De plus, il faut avoir suffisamment de capital pour soutenir le lancement de nouveaux produits dans un tel marché.

Les possibilités offertes à court terme aux exportateurs canadiens demeurent intéressantes. Le Canada est depuis longtemps un fournisseur du marché américain, offre un produit de qualité supérieure et bénéficie d'un taux de change favorable. À long terme, les entreprises canadiennes pourraient tirer profit de leur situation géographique par rapport aux marchés du nord des États-Unis, si la production américaine continue de se déplacer vers le sud en raison de son climat moins rigoureux.

RÉGION ASIE-PACIFIQUE

Le Japon est le deuxième marché d'exportation du Canada après les États-Unis. On s'attend à ce que les importations de porc du Japon augmentent de 5 à 10 % par année, ce qui offre des débouchés considérables pour les exportateurs canadiens.

Le gouvernement d'Australie a levé en 1990 l'interdiction d'importer le porc congelé en provenance du Canada. La consommation intérieure de porc pourrait augmenter de façon modérée et l'on croit qu'il vaut la peine d'exploiter les possibilités du marché australien.

La demande en produits alimentaires est forte à Hong Kong et plus de 90 % des besoins en viande de porc sont comblés par les importations. Bien qu'il soit difficile pour les exportateurs canadiens de livrer concurrence à l'abondance de porc frais et peu cher provenant de Chine, Hong Kong offre certains débouchés pour le porc canadien de qualité supérieure, puisque de nombreux jeunes consommateurs sont moins sensibles au prix et plus soucieux de leur santé, et exigent des produits de qualité.

La république de Corée s'est engagée à ouvrir son marché aux importations de porc frais et réfrigéré, en 1993, et de porc congelé, en 1997. Le revenu par habitant augmente rapidement et la demande de porc est à la hausse. En raison d'une baisse de la production intérieure, le pays devra compter de plus en plus sur les importations une fois la libéralisation terminée.

Les Philippines sont l'un des plus importants producteurs de porc en Asie. À l'heure actuelle, les importations se limitent au porc destiné à la transformation et aux abats. Les transformateurs de viande importent actuellement 30 % de leurs besoins annuels en viande. Compte tenu des restrictions à l'importation, seul le porc peu coûteux destiné à la transformation offre des possibilités commerciales.

AMÉRIQUE LATINE ET ANTILLES

Le Mexique est un marché prometteur, car la production de porcs vivants et de viande de porc diminue en raison de ses coûts élevés. Les Mexicains préfèrent des coupes désossées de viande maigre et de la viande fraîche et réfrigérée plutôt que congelée. Dans ce marché en pleine croissance, le Canada pourrait accaparer au moins 50 % des importations mexicaines totales. L'ALENA devrait avantager les exportateurs canadiens, puisqu'ils auront plus facilement accès au marché mexicain.

Cuba, quatrième marché d'exportation du Canada, a acheté en 1992 plus de 13 millions de dollars de porc canadiens. Il s'agissait en grande partie de porc réfrigéré et congelé destiné à l'industrie touristique.

L'industrie du porc de Porto Rico ne satisfait qu'à 30 % sa demande intérieure. Le bureau commercial canadien juge que la part du marché du Canada pourrait doubler à court terme. On estime qu'environ 40 % des coupes de choix importées proviennent du Canada. La plupart des exportations canadiennes sont acheminées à Porto Rico via les États-Unis; Porto Rico souhaiterait que les exportateurs canadiens adoptent une attitude plus dynamique.

La Jamaïque, qui a acheté plus de 650 tonnes de porc canadien en 1992, pourrait devenir un marché plus intéressant lorsque les droits de douane seront réduits de 45 à 30 % en 1993. À l'heure actuelle, le Canada détient un quasi-monopole sur les importations de porc jamaïquaines et on ne s'attend pas à ce que la situation change dans un proche avenir.

EUROPE CENTRALE ET EUROPE DE L'EST

Même si l'Europe centrale et l'Europe de l'Est produisent du porc depuis longtemps, le processus actuel de libéralisation politique et économique offre des possibilités commerciales à court et à moyen terme dans bon nombre de pays de cette région. La production intérieure de porc de la Russie a chuté de 20 %, et les fournisseurs russes ne peuvent répondre qu'à 70 % des besoins de l'industrie de transformation. Les chefs de file de cette industrie souhaitent importer davantage de porc destiné à la transformation, ainsi que des produits transformés à bas prix.

La production intérieure a diminué en Pologne et en Hongrie. En Pologne, il existe des possibilités de vendre des produits de haute qualité (porc maigre) et des produits bas de gamme. On ne prévoit pas accroître les expéditions de porc canadien en Hongrie au cours des prochaines années, en raison de son degré d'autosuffisance et de la baisse de la demande intérieure causée par la récession.

MARCHÉS DES PAYS CONCURRENTS

En raison des mesures de soutien internes de la CE (prélèvement variable à l'importation et prix d'écluse), les produits du porc canadiens ne sont pas concurrentiels à l'heure actuelle; de plus, les fournisseurs d'Europe de l'Est continueront de profiter d'un avantage concurrentiel dans le marché communautaire grâce aux accords d'association qu'ils ont conclus. Si le Canada n'est pas capable de s'y trouver un créneau, on peut difficilement entrevoir des possibilités commerciales qui soient nombreuses et exploitables à long terme.

Le Danemark se classe parmi les plus grands exportateurs mondiaux de porc, de bacon et d'autres produits dérivés, et on s'attend à ce que la production augmente encore de 6 % cette année. Alors que le Danemark exporte ses produits de qualité supérieure, il importe généralement des marchandises de qualité moindre pour les vendre à prix réduits sur le marché intérieur. Néanmoins, il lui est de plus en plus difficile d'accroître ses exportations à l'extérieur de la CE. Le Japon demeure le principal marché cible.

Taiïwan arrive en tête des exportateurs de porc vers le Japon, mais il semble qu'il lui en coûte chaque année de plus en plus cher pour se conformer à la réglementation en matière de protection de l'environnement. Si les coûts reliés aux contrôles environnementaux montent en flèche, une baisse des investissements est à prévoir dans la production porcine. Les exportateurs canadiens pourraient alors profiter de la situation.

6. UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION SUR LES MARCHÉS EXTÉRIEURS

Pénétration du marché

La stratégie de commercialisation à long terme dans ce secteur doit tenir compte de la demande changeante, des nouveaux concurrents et des changements démographiques. Le porc canadien occupe depuis longtemps une grande place sur le marché américain, qui absorbe 65 % des exportations canadiennes de porc. La proportion est énorme, et on s'attend à ce qu'elle diminue lorsque les États-Unis deviendront un exportateur net de porc. **Il est donc nécessaire que le Canada se taille une plus grande place sur d'autres marchés.** Il existe des possibilités d'expansion intéressantes dans les pays du littoral du Pacifique, en particulier au Japon, et au Mexique. Cependant, rien n'empêche d'explorer d'autres marchés dont le potentiel d'expansion paraît prometteur.

Promotion générique

Exportateur de porc de longue date, le Canada a imposé une image de fournisseur de viande maigre et saine de qualité supérieure, qu'est venue renforcer la création, en 1991, d'une agence de promotion des exportations,

Canada Porc International. Il doit continuer à promouvoir la qualité de ses produits sur les marchés étrangers afin d'aider les exportateurs canadiens à entrer sur de nouveaux marchés ou à consolider leurs parts actuelles.

Accès au marché

Le Canada doit préserver les conditions actuelles d'accès aux marchés extérieurs. Les initiatives en ce domaine porteront sur le maintien des conditions actuelles et l'élimination des barrières tarifaires (droits de douane, contingents tarifaires et contingents à l'importation) et non tarifaires, comme les mesures sanitaires, afin de faire en sorte que les exportateurs canadiens de porc n'en subissent aucune discrimination. En réduisant ou en aplanissant certains de ces obstacles au commerce, les services canadiens seront en mesure d'ouvrir de nouveaux marchés pour ses exportateurs de porc.

Améliorer la diffusion de l'information sur les marchés

L'industrie a fait part de la nécessité d'améliorer la diffusion de l'information commerciale et des renseignements sur les développements et les possibilités de commercialisation du porc sur les marchés étrangers. Un plus grand nombre d'initiatives gouvernementales fourniront au secteur privé, y compris aux associations industrielles, de l'information sur l'état du marché, les tendances de la consommation, les facteurs d'accès au marché, les canaux de distribution et les contacts d'affaires dans le secteur du porc.

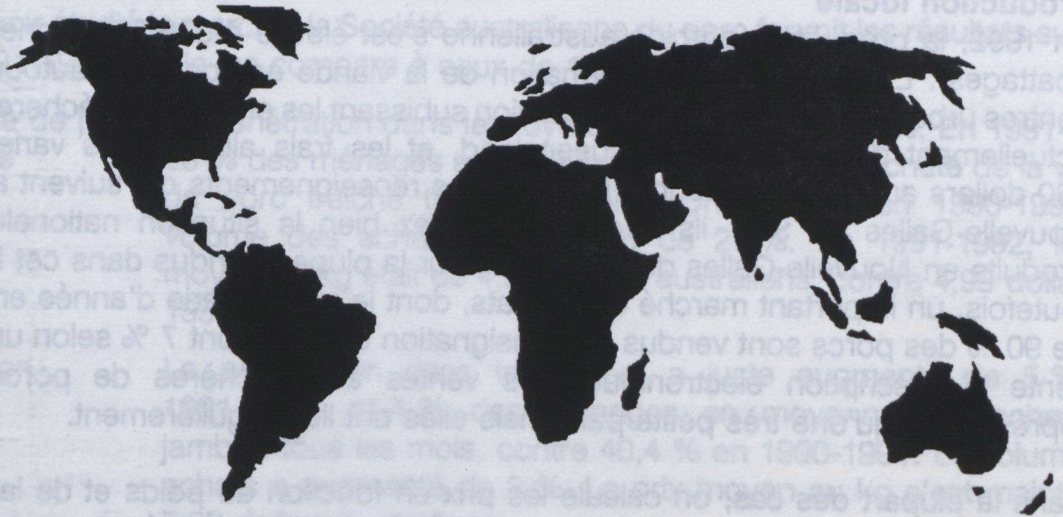
SECTION B

POSSIBILITÉS COMMERCIALES DANS LES PAYS ÉTRANGERS

Des questionnaires ont été envoyés à 45 missions dans les principaux pays importateurs et exportateurs de porc (à l'exception des États-Unis). Les renseignements recueillis ont été présentés et résumés sous forme de profils par pays afin de mettre en évidence les possibilités commerciales dans chacun d'entre eux. La présente section traite de la production locale, des politiques gouvernementales, des importations et exportations, de l'accès au marché, du transport et des canaux de distribution; on y trouvera les noms et adresses des principaux importateurs et acheteurs.

SECTION B

RÉGION ASIE PACIFIQUE



AUSTRALIE

En Australie, l'année de la viande commence en octobre et se termine en septembre et c'est sur cette base que les statistiques ci-dessous ont été établies, sauf indication contraire. L'industrie australienne du porc a connu des difficultés ces dernières années. Le prix de vente des porcs sur le marché a subi des pressions importantes en raison de la baisse des revenus des consommateurs, des prix plus avantageux des autres viandes et de l'accroissement de la production. L'arrivée de viande de porc canadienne a modifié les prévisions de l'industrie (elle a augmenté la concurrence). La sécheresse qui a sévi en 1991-1992 a fait grimper les prix intérieurs des grains fourragers et elle a augmenté le coût de l'élevage porcin. Selon l'ABARE (Bureau australien de la statistique), la production porcine s'est accrue de 4 % environ au cours de 1991-1992 pendant même que l'industrie du porc continuait de réduire le cheptel. Au cours de ces dernières années, le nombre de truies a baissé d'environ 8 %. Cette baisse a, toutefois, entraîné une réduction de la capacité de production de l'industrie. En conséquence, on s'attend à une diminution de la consommation de viande de porc en 1992-1993, ce qui va augmenter les pressions à la hausse sur le prix des porcs. Les présentes normes sanitaires imposées aux importations, mises à part les contrariétés résultant des formalités administratives supplémentaires, ne devraient pas avoir d'effet important sur les importations.

Production locale

En 1992, la production porcine australienne s'est élevée à 326 000 tonnes (4 990 000 abattages). L'industrie de transformation de la viande est localisée autour des grands centres urbains. Les niveaux de production subissent les effets de la sécheresse, qui sévit actuellement dans le sud du Queensland, et les frais alimentaires varient de 120 à 260 dollars australiens la tonne. Bien que les renseignements qui suivent aient trait à la Nouvelle-Galles du Sud, ils dépeignent assez bien la situation nationale. Les porcs produits en Nouvelle-Galles du Sud sont pour la plupart vendus dans cet État. Il existe, toutefois, un important marché entre États, dont le niveau varie d'année en année. Plus de 90 % des porcs sont vendus en consignment directe, dont 7 % selon un système de vente à description électronique. Les ventes aux enchères de porcs vivants ne représentent qu'une très petite part, mais elles ont lieu régulièrement.

Dans la plupart des cas, on calcule les prix en fonction du poids et de la qualité de la carcasse après abattage. Les principaux éléments pris en considération pour le calcul des prix sont le poids en carcasses parées et l'épaisseur de la couche de graisse. La plupart des porcs sont vendus dans la fourchette des 60 à 75 kg en poids de carcasses parées et ils ont une couche de gras dorsal de 8 à 15 mm. On attache maintenant de plus en plus d'importance à l'évaluation objective de la qualité des carcasses, étant donné que les acheteurs et les consommateurs exigent des carcasses avec plus de viande et moins de gras. L'industrie de transformation commence à utiliser comme base de paiement le rendement en viande maigre. Ces dernières années, les coupes ont eu tendance à venir de porcs plus lourds et moins gras, ceci à la suite de la promotion dite «New Fashioned

Pork» (le porc nouvelle façon). Les coupes faisant l'objet de cette promotion proviennent de porcs de 60-65 kg en poids de carcasse parée.

En 1988, on a lancé une campagne intitulée «Cameo Hams» (jambons Caméo) (orientée vers le haut de gamme du marché des jambons). Un «jambon Caméo» est un jambon d'environ un kg ayant subi un contrôle de qualité de haut niveau. On ne peut produire ce genre de jambon que sous licence. Depuis cette promotion, les grandes entreprises de transformation ont eu tendance à fournir des jambons plus petits, de 3 ou 4 kg, souvent désossé pour faciliter la coupe. La «Pig Research and Development Corporation» (Société de recherche et de développement sur le porc) appuie toute une gamme de projets ayant trait à la qualité de la viande.

Consommation nationale

En 1992, la consommation de porc par personne a été de 18,8 kg. Des études de consommation révèlent une connaissance spontanée chez 38,6 % et inspirée chez 63,3 % des consommateurs, niveaux qui ne le cèdent en rien à ceux obtenus pour le boeuf et l'agneau. Les consommateurs ont réagi positivement au slogan de positionnement du produit, à savoir «L'autre viande blanche». [Rapport annuel de la Australian Pork Corporation (Société australienne du porc) — Pour en obtenir un exemplaire, prière d'écrire directement à cette société dont l'adresse figure dans la liste des contacts industriels ci-dessous.]

Après avoir étudié le marché, la Société australienne du porc fournit les résultats suivants pour 1991-1992 et elle les compare à ceux de 1990-1991 :

- **Viande de porc fraîche** La pénétration dans les foyers a augmenté de 25 %. En 1991-1992, 28 % des ménages australiens en moyenne ont acheté de la viande de porc fraîche tous les mois, contre 23 % en 1990-1991. Le volume des achats s'est accru de 27 %. En 1991-1992, le prix moyen au kg était de 4,98 dollars australiens, contre 4,99 dollars en 1990-1991.
- **Jambon** La pénétration dans les foyers a juste augmenté de 5 %. En 1991-1992, 41,4 % des ménages en moyenne ont acheté du jambon tous les mois, contre 40,4 % en 1990-1991. Le volume des achats a augmenté de 6 %. Le prix moyen au kg s'est maintenu à 7,68 dollars australiens.
- **Bacon** La pénétration dans les foyers s'est accrue d'un peu plus de 8 %. En 1991-1992, 37,2 % des ménages en moyenne ont acheté du bacon tous les mois, contre 35,2 % en 1990-1991. Le volume des achats a juste augmenté de 13 %. En 1991-1992, le prix moyen au kg s'est maintenu à 6,90 dollars australiens, contre 6,85 dollars en 1990-1991.

La publicité télévisée a mis en vedette «L'autre viande blanche» ainsi que la «bénédiction» donnée par la Fondation australienne du coeur, et elle a présenté une variété de plats et de coupes de porc.

Exportations

En 1991-1992, l'Australie a exporté 6 191 tonnes, dont 3 708 tonnes de viande de cochon sauvage. Durant cette période, les exportations vers le Canada se sont élevées à 17,5 tonnes pour un montant de 50 800 dollars australiens. Pour le porc, il n'y a pas d'incitations spéciales à l'exportation, mais les exportateurs peuvent, s'ils réunissent les conditions nécessaires, profiter de programmes généraux tels que ceux pour l'amélioration du commerce extérieur, l'octroi de subventions pour le développement du marché d'exportation ou encore la formation à la commercialisation et la mise en oeuvre de nouvelles techniques de marketing en agriculture. L'industrie australienne du porc n'a pas été, jusqu'ici, un grand exportateur, mais certains de ses membres voient dans les marchés d'exportation un moyen d'assurer la stabilité de leur industrie à l'avenir.

Importations

L'Australie importe principalement des coupes du milieu, des quartiers avant et arrières, ainsi que des cuisses désossées.

En 1991/1992, les importations s'établissaient comme suit :

	Tonnes	Montant (en milliers de \$ AUS)
Canada	4 003	13 930
Nouvelle-Zélande	44	309
Danemark	14	63
Singapour	1	5
Japon	2	20

La plupart des importations se font maintenant par l'intermédiaire d'un courtier qui se charge de la vente à l'utilisateur. Quelques petites entreprises de transformation font leurs achats directement.

Accès au marché

Il n'y a ni tarif ni droits de douane qui s'appliquent au porc canadien. Le contrôle vétérinaire est strict et seul le porc congelé est admis. En ce qui concerne l'étiquetage et l'emballage, le produit doit également être conforme aux exigences du code national des normes alimentaires.

Transport et distribution

L'Australie a un excellent réseau de transport et de distribution. Les produits peuvent être acheminés par air ou par mer.

Débouchés offerts aux produits canadiens

La consommation de porc australien pourrait augmenter modérément. Comme les douanes australiennes (avec la confirmation des autorités antidumping) n'ont pu trouver aucune preuve à l'encontre du Canada concernant des subventions indues ou des

pratiques de dumping (bien que l'affaire ait maintenant été portée devant la cour fédérale) et que certains transformateurs continuent à vouloir acheter du porc canadien (si les prix sont compétitifs), on peut dire que les débouchés méritent d'être exploités.

Les producteurs australiens continuent d'exercer des pressions sur les transformateurs et les détaillants pour les obliger à s'approvisionner uniquement en Australie, ainsi que sur les services australiens d'inspection vétérinaire pour leur faire interdire les importations de porc canadien pour des raisons sanitaires.

Associations industrielles:

Australian Pork Corporation
Level 5, Suite 502
174 Pacific Highway
P.O. Box 207
St. Leonards, NSW 2065
S'adresser à : M. Ray North,
directeur général
Tél. : (011-61-2) 439-3688
Télec. : (011-61-2) 438-3913

Pig Research and
Development Corporation
3rd Floor, Industry House
Brisbane Ave.
Barton, ACT 2600
P.O. Box 4804
Kingston, ACT 2604
S'adresser au : Dr. Mark
Taverner,
directeur exécutif
Tél. : (011-61-6) 272-5139
Télec. : (011-61-6) 272-5879

Australian Pig Industry Council
Level 5, Suite 502
174 Pacific Highway
P.O. Box 207
St. Leonards, NSW 2065
S'adresser à : M. Jim Jessup,
cadre de direction
Tél. : (011-61-2) 439-3688
Télec. : (011-62-2) 438-3913

Pork Council of Australia
19 Green Square House
Jardine St.
P.O. Box 4410
Kingston ACT 2604
S'adresser à : M. Martin
Teasdale,
cadre de direction
Tél. : (011-61-6) 239-7838
Télec. : (011-61-6) 295-6946

Pour un complément d'information :

**Haut-commissariat du
Canada**
Commonwealth Avenue
Canberra ACT 2600
Tél. : (011-61-6) 273-3844
Télec. : (011-61-6) 273-3285
S'adresser à: Mme Rana
Pudifin
Première Secrétaire
(Commercial)

CORÉE

Production nationale

La croissance de la production porcine est la plus rapide de tous les secteurs de l'élevage. Ainsi, en décembre 1991, le nombre de porcs s'élevait à 5 046 029, soit 11 % de plus que les 4 528 000 de décembre 1990. En septembre 1992, ce total a atteint

5 634 344. En 1991, 8 454 356 porcs ont été abattus, contre 6 846 444 durant les neuf premiers mois de 1992. Le 23 décembre 1992, l'approvisionnement en porcs s'élevait à 8 811 têtes par jour.

Du fait de la croissance du cheptel et des achats insatisfaisants du gouvernement, le porc affichait le 20 décembre 1992 un prix de 98 000 won (158 \$) pour 90 kg, soit une chute considérable par rapport au record de 186 000 won enregistré en juillet 1992. L'Association des producteurs de porc de Corée a été fondée en 1974 afin d'améliorer la productivité du secteur. Elle regroupe 2 500 éleveurs professionnels possédant plus de 50 porcs.

Les eaux usées produites par les activités d'élevage (notamment de porcs) sont les effluents les plus toxiques de Corée. Le gouvernement a accordé des crédits de 45,7 milliards de won pour le traitement de ces eaux.

Politiques gouvernementales

En 1988, le ministère de l'Agriculture coréen a affecté 7,6 milliards de won sur trois ans à 457 producteurs pour permettre d'améliorer les installations d'élevage. En 1992, ce programme a été étendu à 1 500 fermes et augmenté à 45 milliards de won. Cette même année, le ministère a sélectionné quelques producteurs de porc désireux d'intégrer leurs activités et qui recevront une enveloppe annuelle de 13 milliards de won. Le ministère a également financé la modernisation de cinq abattoirs sélectionnés. Afin d'établir une zone de stabilité des prix du porc, le ministère a mis de côté 110 milliards de won du Fonds de promotion du bétail.

Importations

Les importations de la Corée au cours du premier semestre 1992 furent les suivantes :

	Tonnes	\$ US (CAF)
Porc frais ou réfrigéré		
Australie		
É.-U.	3	4 764
Total	59	39 749
	62	44 513
Autres (pieds de porc, etc.)		
Canada		
Danemark	32	23 702
É.-U.	61	120 485
Total	287	409 999
	380	554 186

La Corée importe de deux façons :

- Des quotas d'importation, administrés par la Fédération nationale des coopératives de bétail (NLCF) qui procède par adjudication. Les quotas sont accordés et déterminés en fonction des prix nationaux lorsqu'ils dépassent le seuil pré-établi.

- Un accord selon lequel les entreprises de transformation coréennes ne peuvent importer que si les prix nationaux dépassent le seuil pré-établi et pour un montant équivalent à leurs exportations vers le Japon.

En 1990 et 1991, les importations de porc ont respectivement représenté 0,5 % et 3,4% de la production nationale.

Exportations

En 1991, le prix des exportations de porc s'élevait à 5 242 \$ US par tonne de porc congelé et à 6 744 \$ US par tonne de porc réfrigéré.

Accès au marché

Les importations de porc frais et réfrigéré seront libéralisées en 1994, celles de porc congelé en 1997. Le tarif douanier est de 30% de la valeur CAF.

Transport et distribution

Le porc coréen passe par le réseau de distribution suivant :

Éleveurs de porcs - négociants - abattoirs - marchés de gros - grossistes - boucheries (magasins) - consommateur.

Contacts gouvernementaux et sectoriels

Bureau du bétail Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche

Tél. : (011-82-2) 503-7171
Télé. : (011-82-2) 500-2644

Fédération nationale des coopératives de bétail (NLCF)
Tél : (011-82-2) 485-3142
Télé. : (011-82-2) 486-6760

IMPORTATEURS

Korea Cold Storage Company

(Hannang Ham & Sausage Manufacturer)

#13-8 Noryangjin-dong
Tongjak-ku, Seoul
Tél. : 822-815-9331

Télé. : 822-812-8808

Mr. Lee Chan-Sun,
Manager of Livestock Dept.

Mr. Choi Jung-Sik,
Manager of Production

Mr. Bae Kyung-Hyon,
Deputy Manager

Mr. Yang Jun-Ho,
Manager of Purchasing Dept.

Lotte Ham & Milk Co., Ltd.

#339 Shinsadong,
Sochoku, Seoul

Tél. : 822-593-0122

Tél. : 822-534-7663

Mr. Choi Jae-Sun,
Manager of Trade

Mr. Lim Byung-Sung,
Manager (Purchasing)

Mr. Kim Kyu-Sik,

Manager (Overseas)

Mr. Lee Tae-Jong,

Director (Meat Processing)

Mr. Kim Hak-Kon,

Manager (Planning)

Usine: #140-15 Songjung-dong, Chongju City, Chungbuk

Tél. : 82-431-65-4451

Télé. : 82-431-65-4454

Mr. Kim Kyung-Woo,

Factory Manager

Mr. Kim Jae-Hyun,

Production Manager

Dr. Yi Song-Sop

Jin-Ju Ham Co., Ltd.

#1002-2 Sadangdong

Tongjak-ku, Seoul

Tél. : 822-585-1501

Télé. : 822-587-7709

Mr. Han Jong-Hyuk,

Trading Manager

Mr. Park Sang-Moon

(Trade)

Mr. Kim Yong-Ha

(Marketing)

Usine: #150 Yoosanri,

Yangsan-eup, Yangsankun

Tél. : 051-463-5407

Télé. : 0523-82-0518

Mr. Moon Yong-Duck,
Director

Mr. Chung Kyu-Hun,
Production Manager

Mr. Lee Kwang-Ok
(Purchasing)

Cheil Food & Chemical Inc
(Meat Processing Division)

#24-6 Moonbaedong

Yongsanku, Seoul

Tél. : 822-716-3132

Télé. : 822-712-7371

Mr. Nam Chang-Hyun,
Senior Managing Director

Mr. Ha Dae-Joong,
Planning Manager

Mr. Kim Bum-Jo,
Raw Material Manager

Mr. Kim Han-Tae,
Manager (Purchasing)

Usine: #34 Dokpyongri,

Majang-Myon, Ichonkun

Tél. : 0336-32-2771

Mr. Kim Jung-Won,
Director

Mr. Koh Kyu-Sok,
Production Manager

Ace Ham Corporation

#912-2 Sinjungdong

Yangchonku, Seoul

Tél. : 822-601-1106

Télé. : 822-601-1109

Mr. Kim Jong-Keun,
President

Nambu Ham Co., Ltd.

#121-159 Dangsandong-6 ka,
Yongdungpoku

Tél. : 822-672-3434

Télé. : 822-672-3122

Mr. Chung Yong-Sup,
President

Usine: #451-6 Mokokdong,
Songtan City, Kyunggido

Tél. : 0333-665-2131

Mr. Lee Woon-Ho,
Production Manager

Jinro General Food Co., Ltd
(Meat Processing Division)

#1446-1 Sochodong,

Sochoku, Seoul

Tél. : 822-521-6571

Télé. : 822-521-6116

Mr. Chung Chang-Woong,
Managing Director

Mr. Son Dong-Kwan,
Production Manager

Miwon Ham

(Cheil Farm Corporation)

#236 Hadaewondong,

Sungnam City

Tél. : 0342-752-3738

Télé. : 0342-753-6468

Mr. Cho Sung-Hwan,
President

Mr. Kim An-Kyu,

Managing Director

Mr. Park Seung-Hoon,
Production Manager

Dong Won Industries

(Meat Processing Division)

#5443-1 Sangdaewon-dong,

Sungnam City

Tél. : 822-234-0155

Télé. : 0342-44-9602

Mr. Noh Yoon-Sun,

Factory Manager

Mr. Cha Yong-Duk,
Production Manager

Dong Nam Meat Processing
Co

#300-3 Sungsu-2 ka,

Sungsudong, Sungdongku

Tél. : 822-499-1467

Télé. : 822-465-2966

Mr. Lee W.H., President

Mr. Lee Choong-Bok,
Managing Director

National Livestock
Cooperative Federation

#451 Sungnaedong,

Kangdong-Ku, Seoul

Tél. : 822-485-3142

Mr. Chang Joong-Myung,
Manager (Tender)

Mr. Oh Chong-Bae,

M a n a g e r
(Recommendation)

Jeil Universal

(Meat Processing Team)

#4-1 Mulaedong 5-ka,

Yongdungpoku, Seoul

Tél. : 822-633-6694

Télé. : 822-671-4338

Mr. Kim Young-Bae

Wooil International Inc
(Meat Trader)

18-27 Bangbaedong,

Sochoku, Seoul

Tél. : 822-582-2092

Télé. : 822-587-1698

Mr. Han Myung-Shik,
President

Min & Associates

Youngdong P.O. Box #304

Tél. : 822-569-0011

Télé. : 822-552-5522

Mr. Min Pong-Shik,
President

Key Hong Corporation

#398-5 Daebangdong,

Tongjakku, Seoul

Tél. : 822-823-2761

Télé. : 822-814-1513

Mr. Kim Jeong-Kwan,
President

Mr. Song Choong-Soon

Wendy's Korea

#71-2 Nonhyundong,

Kangnamku, Seoul

Tél. : 822-549-5601

Télé. : 822-548-6138

Mr. Park Young-Kyu,
Managing Director

National Service Company

#62-8 Shinsudong, Mapoku,
Seoul

Tél. : 822-715-4351

Télé. : 822-715-4353

Mr. Yi Jin-Seoung,
President

Mr. Kim Yong-Jin, Manager

Korea Federation of Meat
Purveyors
299 Hongikdong,
Sungdongku, Seoul
Tél. : 822-293-1671
Télé. : 822-295-3603
Mr. Lee Sung-Ho
Mr. Park Keun-Bae

Sung-Bu International Co
#242-51 Nonhyundong,
Kangnamku, Seoul
Tél. : 822-544-8377
Télé. : 822-546-2987
Mr. Park Kap-Yong,
President

Kyungwon Industry Co
#889-5 Daechidong,
Kangnamku, Seoul
Tél. : 822-569-6272
Mr. Chung H.Y., President

Hiway Trading Co
#1579-9 Sochodong,
Sochoku, Seoul
Tél. : 822-521-0167
Mr. H.W. Yoo, President

Soyeon Trading Co
#705-7 Yoksamdong,
Kangnamku, Seoul
Tél. : 822-556-0477
Mr. Kim Dong-Ho

Korea Tourist Hotel Supply
Centre (KTHSC)
255-5 Nungdong,
Songdongku, Seoul
Tél. : 822-452-6219
Mr. Yoo Hyo-Hee, Director

**Pour un complément
d'information:**

Ambassade du Canada
P.O. Box 6299
Séoul 100-662
Tél. : (011-82-2)
753-2605/753-7290
Télé. : (011-82-2) 755-0686
S'adresser à: M. Dan Daley
Conseiller commercial

HONG KONG

Hong Kong représente un marché de 5,8 millions de personnes. La demande en produits alimentaires y est forte et plus de 90% des besoins en porc sont importés.

Production nationale

La production nationale de viande porcine est négligeable.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement n'offre aucun programme d'aide pour augmenter la production.

Consommation intérieure

Les habitants de Hong Kong préfèrent le porc frais plutôt que congelé. Cette viande se consomme aussi bien à la maison que dans les restaurants ou les hôtels; elle se mange en steaks, grillée ou entre dans la préparation de soupes et de nombreux autres plats. Le porc est généralement perçu comme une viande agréable mais très ordinaire. Ses consommateurs peuvent rarement distinguer les différentes qualités de viande. De plus, la plupart d'entre eux croient que tout le porc distribué à Hong Kong provient de Chine.

Généralement, la viande porcine occidentale a une image de qualité supérieure. Cette image est notamment bien entretenue par les Américains qui se targuent de l'utilisation de viande américaine de haute qualité dans les chaînes de restauration-minute à la mode comme McDonald's, Burger King, Pizza Hut, etc. La viande de porc occidentale est cependant perçue comme étant plus chère que celle provenant de Chine.

Importations

En 1992, Hong Kong a importé 2,79 millions de porcs vivants, évalués à 358 millions de dollars. Presque tous les animaux provenant de Chine ont été acheminés aux abattoirs gouvernementaux afin de pourvoir quotidiennement le marché national de porc frais. Le pays a également importé 472 579 tonnes de viande et de produits à base de viande, pour une valeur de 870 millions de dollars, dont :

- 47 310 tonnes de porc, évaluées à 112 millions \$ (dont 900 tonnes, soit 1 170 000 \$, du Canada);
- 9 744 tonnes d'abats comestibles de l'espèce porcine, pour une valeur de 12,9 millions de dollars (dont 2 861 tonnes, soit 3,3 millions \$, du Canada).

Exportations

Hong Kong n'exporte pas de produits du porc.

Accès au marché

Les importations de produits alimentaires à Hong Kong ne sont pas soumises à des tarifs douaniers, ni à des règles sanitaires gouvernementales, à l'exception de la viande fraîche

ou congelée pour laquelle un certificat émis par Agriculture Canada doit accompagner l'expédition.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Vu l'abondance de porc frais et peu cher provenant de Chine, il est difficile d'être concurrentiel au niveau du prix et de faire accepter une viande de qualité supérieure. Cependant, du fait que de nombreux jeunes ont étudié dans les pays occidentaux ou adopté leurs styles de vie, Hong Kong offre certains débouchés au porc canadien de qualité supérieure. En effet, ces jeunes consommateurs disposent généralement d'un pouvoir d'achat plus élevé, sont moins sensibles au prix et plus soucieux de leur santé, donc, de la qualité des produits. Le porc canadien semble ainsi répondre à ces besoins.

Recommandations aux exportateurs canadiens

Il est souhaitable d'orienter les initiatives de commercialisation vers les institutions comme les hôtels et restaurants de luxe. Les exportateurs peuvent aussi s'adresser à la Dah Chong Hong (DCH), l'un des plus grands importateurs de viande de Hong Kong. DCH possède plus de 50 magasins au pays et a déjà fait preuve d'un grand dynamisme à promouvoir les produits congelés occidentaux. Le marché cible de DCH est le même que celui des viandes de qualité supérieure.

Principales foires commerciales

Il n'existe que deux foires alimentaires d'importance à Hong Kong. HOFEX est une foire qui attire les négociants en alimentation du monde entier et dont la prochaine édition est prévue pour 1995. Food Expo (11 au 15 août 1993) est une foire annuelle destinée aux consommateurs qui est organisée à chaque été par le Conseil de développement du commerce de Hong Kong.

Liste d'importateurs

Dah Chong Hong Ltd.
12/F., Hang Seng Bldg
77 Des Voeux Road C
Central, Hong Kong
Tél. : 523-7271
Télé. : 845-0222
Mr. H.F. Chu, Director

200 Connaught Road C.
Central, Hong Kong
Tél. : 547-6226
Télé. : 858-3093
Mr. E.A. Smulders,
Managing Director

9 Wang Kwong Road
Kowloon Bay, Kowloon
Tél. : 798-1299
Télé. : 796-0622
Mr. John Tai, Procurement
Manager

Eurasia Holdings Limited
Rooms 1101-3, 11/F
The Leader Commercial Bldg
54 Hillwood Road
Tsimshatsui, Kowloon
Tél. : 366-9309
Télé. : 721-5021
Mr. Peter Lee, Director

John D. Hutchison Trading
Ltd.
15/F., JDH Centre
On Ping Street
Siu Lik Yuen, Shatin
New Territories, Hong Kong
Tél. : 635-5555
Télé. : 635-0084
Mr. Daniel Leung, Director

Park'N Shop Limited
1-5 Wo Liu Hang Road
Fotan, Shatin
New Territories
Tél. : 606-8833
Télé. : 695-3664
Mr. Peter Dove,
Merchandising Director

Friesland Foods Limited
17/F., Shun Tak Centre

Lucullus Food & Wines Co.
Ltd.

Sims Trading Co. Ltd.
1-11 Au Pui Wan Street
Fotan, Shatin
New Territories
Tél. : 699-6213
Télé. : 691-7199
Mr. Ambrose Lo,
Food Service Manager

The Hong Kong Refrigerating
Co. Ltd.
47-51 Kwai Fung Crescent
Kwai Chung, New Territories
Tél. : 494-2233
Télé. : 489-8861
Mr. Michael R.A. Duck,
Manager

Wellcome Co. Ltd.
7016-7025 East, Roof Floor
ATL Centre
Berth 3, Container Terminal
Kwai Chung, New Territories
Tél. : 489-5888
Télé. : 489-9627
Mr. Josef Fieg, Buying
Manager
Mr. Andrew Vagg,
Merchandising Director

Bravona Trading Ltd.
Rooms 505-6, Sivercord
Tower 2
Tsimshatsui, Kowloon
Tél. : 722-5228
Télé. : 369-2604
Mr. Terry Chen,
Sales Manager

Etak International Ltd.
111 Hutchison House
10 Harcourt Road
Central, Hong Kong
Tél. : 526-2371
Télé. : 868-0055
Mr. Raymond K.T. Cheung,
Director

Goodwell Sam Cheong
Grocery Co. Ltd.
G/F., Heung Wah Industrial
Bldg

12 Wong Chuk Hang Road
Wong Chuk Hang
Aberdeen, Hong Kong
Tél. : 555-0371
Télé. : 873-1194
Mr. C. C. Lui,
General Manager

Mingson Industries Ltd.
G/F., Kwai Tak Industrial
Centre
Block 1
Kwai Chung, New Territories
Tél. : 428-1481/428-1121
Télé. : 480-4466
Mr. Andrew Lee,
Managing Director

N.Z.A. Meat Co. Ltd.
G/F
10 Fort Street
North Point, Hong Kong
Tél. : 566-5415
Télé. : 807-1352
Mr. Henry S.S. Ho, Director

Silco International Ltd.
Unit B, 4/F., Freder Centre
3 Mok Cheong Street
Tokwawan, Kowloon
Tél. : 764-3632/764-3644
Télé. : 764-0209/334-4429
Mr. Bernard Hofstein,
Director

William Y.W. Wong & Sons
Ltd.
3/F., Wings Tower
48 Bonham Strand W.,
Hong Kong
Tél. : 541-2041
Télé. : 854-0648
Mr. William Y.W. Wong,
Chairman & M.D.

Asia Agencies International
Ltd.
12/F, Hong Kong House
17-19 Wellington Street
Central, Hong Kong
Tél. : 522-3007-9
Télé. : 845-0669
Dr. C.T. Heuy

Asia Provisions Co. Ltd.
14-24 King Wah Road
North Point, Hong Kong
Tél. : 570-2321
Tlx: 752f23 ASIA HX
Mr. Y.W. Pun,
General Manager

Charmfield Limited
Suite 601, Lee Kar Building
4 Carnarvon Road
Tsimshatsui, Kowloon
Tél. : 721-8758
Télé. : 721-5529
Ms. Teresa Lai, Director

Cheerful Trading Co. Ltd.
21/F., World-Wide House
19 Des Voeux Road C
Central, Hong Kong
Tél. : 523-6131
Télé. : 868-0146
Mr. Frankie Li,
Manager, Food Dept.

Dunford Provisions Ltd.
First Floor
92 Connaught Road West
Sheung Wan, Hong Kong
Tél. : 540-1240
Télé. : 559-6728
Mr. Y.P. Lam,
Managing Director

Elite Fresh Food Co. Ltd.
Rooms 1407-8, Hong Kong
Plaza
186-191 Connaught RoadW.
Sheung Wan, Hong Kong
Tél. : 548-5597
Télé. : 559-0069
Mr. John T.W. Kwong,
Director

Harrisons & Crosfield (HK)
Ltd.

8/F., Tung Sun Commercial
Centre

194-200 Lockhart Road

Wanchai, Hong Kong

Tél. : 833-6636

Télé. : 572-6685

Mr. Cheng Shing, Manager,
Provisions Dept.

Hoi Fat Trading Development
Co.

14/F., Tung Lee Commercial
Bldg

91-97 Jervois Street

Sheung Wan, Hong Kong

Tél. : 544-8837

Télé. : 541-8992

Mr. Peter P.H. Wong, G.M.
& M.D.

Interworld Business
Promotion Ltd.

Block A, 4/F., Valiant Ind.
Centre

2-12 Au Pui Wan Street

Shatin, New Territories

Tél. : 699-8182

Télé. : 694-7415

Mr. Ibrahim (Abe) T. Hur,
Chairman

New Century Enterprises

11/F., OTB Building

259 Des Voeux Road C

Hong Kong

Tél. : 543-4661

Télé. : 541-6862

Mr. T. Chen, Manager

Ocean Pine Ltd.

20/F., Unit 2005A

Nan Fung Centre

Tsuen Wan, New Territories

Tél. : 493-0106

Télé. : 412-0573

Ms. Angie S.W. Hui,

Executive Director

Portia International Ltd.

Room 703, Pacific Place One

88 Queensway

Central, Hong Kong

Tél. : 840-1228

Télé. : 840-0534

Mr. Bernard Huey, Managing
Director

ASA Pacific (H.K.) Ltd.

Flat A7, 9th Floor

Po Yip Building

Tsuen Wan, New Territories

Tél. : 498-7381

Télé. : 413-6340

Mr. Matthew Leong,
Managing Director

Hon Kee Foodstuffs Co. Ltd.

1/F. 167 Tung Choi Street

Kowloon

Tél. : 390-5361

Mr. John W.S. Wong,
Managing Director

Hong Kong Frozen Food Co.

G/F., 68 Shanghai Street

(Near Liberty Cinema)

Mongkok, Kowloon

Tél. : 730-2292

Télé. : 735-3028

Mr. M.K. Chan

New World Trading Co.

5/F., 29 Hillier Street

Sheung Wan, Hong Kong

Tél. : 544-5995

Télé. : 544-6816

Mr. Au-Young Hon, Chairman

Vanney & Company

Room 1523, Central Bldg

Pedder Street

Central, Hong Kong

Tél. : 523-5814/523-2553

Télé. : 868-4431

Mr. H.P. Lim, M.D. & G.M.

Willy Hoover Limited

Unit 1, 1/F.,

International Bldg

20 Sheung Yuet Road

Kowloon Bay, Kowloon

Tél. : 799-8788

Télé. : 795-0929

Mr. Edmond Lee, General
Manger

Seibu HK Ltd., Seiyu HK Ltd.
Rooms 1305-6, Bond Centre

East Tower

89 Queensway

Hong Kong

Tél. : 868-3181

Télé. : 868-5926

Mr. Hiroo Matsuyama,
Managing Director

Oliver's Delicatessen

33/F., Windsor House

311 Gloucester Road

Causeway Bay, Hong Kong

Tél. : 576-8077

Télé. : 577-0420

Mr. Alexis Gavriloff,
General Manager

**Pour un complément
d'information:**

**Commissariat pour le Canada
G.P.O. 11142**

Hong Kong

Tél. : (011-852) 847-7414

Télé. : (011-852) 847-7441

INDONÉSIE

Production nationale

À des fins d'exportation, le gouvernement d'Indonésie a concentré ses fermes d'élevage de porc dans trois des 27 provinces du pays : Sumatra-Nord (10 fermes), Riau au centre de Sumatra (2 fermes) et Kalimantan occidental (1 ferme). En 1992, la production totale de ces 15 fermes s'élevait à 631 204 têtes. D'autres régions du pays telles que Bali, le nord de Suwalesi et l'Irian font l'élevage porcin seulement pour leur consommation.

Année	Cheptel porcin	Production porcine (milliers de tonnes)
1969	2 878 000	34,2
1973	2 622 000	41,2
1978	2 902 000	47,7
1983	2 248 000	93,9
1988	6 484 000	154,3
1989	6 936 000	136,3
1990	7 136 000	123,3
1991	7 612 000	110,1
1992 (est.)	8 062 000	114,4

La production porcine représente environ 10% de la production totale de viande du pays. Le taux de mortalité atteignait 13,85% en 1979. En 1992, on dénombrait 210 abattoirs de porcs en Indonésie.

Année	Prix du porc (\$/kg)
1986	1,86
1987	2,00
1988	2,32
1989	2,42
1990	2,70

Importations

En 1990 et 1991, les importations étaient constituées de produits transformés, comme suit.

	1990		1991	
	kg	\$ US	kg	\$ US
Jambons et coupes en contenants sous vide (16024110)	4 118	3 588	46 788	22 172
Jambons et coupes non en contenants sous vide (16024190)	10 730	3 349	8 304	7 176
Épaules et coupes en contenants sous vide (16024210)	1 271	928	326	307
Plats préparés à base de porc y compris les mélanges (16024911)	3 692	6 065	2 227	835
(16024912)	1 732 769	446 116	1 698 633	410 490
(16024913)	32 667	7 854	40 895	9 734
(16024919)	24 316	17 588	95 758	58 678
(16024991)	200	70		
(16024999)			278	82

Les statistiques indonésiennes révèlent qu'en 1990 l'Indonésie a importé du Canada 426 kg de produits du porc pour une valeur totale de 401 dollars américains. Les importations indonésiennes de produits du porc provenaient essentiellement de Chine, de Taïwan, de Malaisie, de Thaïlande et de Hong Kong, mais aussi, à l'occasion, des États-Unis, d'Australie et du Royaume-Uni.

Exportations

L'Indonésie exporte seulement des porcs sur pied à Singapour. En 1991, le pays a exporté 226 685 porcs, pour une valeur de 17 548 494 dollars américains, contre 211 287 en 1992, pour une valeur de 14 352 000 dollars. Les fermes d'élevage de porcs dans le nord de Sumatra ont exporté trois catégories de porcs : porcs d'abattage (80-100 kg), porcs d'allaitement (5-6 kg) et porcelets (25-35 kg). Les fermes des autres régions ont exporté seulement des porcs d'abattage.

* Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

L'Indonésie est un pays à prédominance musulmane. Les débouchés sont limités, et il est peu probable que les importations de porc augmentent de manière importante.

Accès au marché

Les droits applicables aux produits comme le jambon, le porc en flocons, les pieds de porc, les épaules, etc. s'établissent à 30% + TVA de 10%

Principales foires commerciales

La 8^e édition du Salon indonésien de l'emballage et de la transformation des aliments se tiendra du 16 au 20 novembre 1993.

Pour un complément d'information
Ambassade du Canada
P.O. Box 1052/JKT
Djakarta 10110
Tél. : (011-62-21) 510-709
Télec. : (011-62-21) 571-2251
S'adresser à: M. Tommy Ruslim
Agent commercial

Principales foires commerciales

Accès au marché
Les droits applicables aux produits comme le jambon, le porc en flocons, les pieds de porc, les épaules, etc. s'établissent à 30% + TVA de 10%

L'Indonésie est un pays à prédominance musulmane. Les déductions sont limitées, et il est peu probable que les importations de porc augmentent de manière importante. Déductions commerciales pour les produits canadiens

Exportations
L'Indonésie exporte seulement des porcs sur pied à Singapour. En 1991, le pays a exporté 226 635 porcs pour une valeur de 17 545 464 dollars néerlandais, contre 271 287 en 1992, pour une valeur de 14 352 000 dollars. Les jambons et élevages de porcs dans le nord de Sumatra ont exporté trois catégories de porcs : porcs d'élevage (80-100 kg), porcs d'alimentation (2-6 kg) et porcelets (25-35 kg). Les fermes des autres régions ont exporté seulement des porcs d'élevage

États-Unis, d'Australie et d'Amérique du Nord
de Taiwan, de Malaisie, de Thaïlande et de Hong Kong, mais aussi, à l'occasion, des importations indonésiennes de produits du porc provenant essentiellement de Chine, de Singapour et d'autres pays du Sud-Est asiatique.

1602499	1,07	1,07
1602498	6,25	6,25
1602497	6,25	6,25
1602496	6,25	6,25
1602495	6,25	6,25
1602494	6,25	6,25
1602493	6,25	6,25
1602492	6,25	6,25
1602491	6,25	6,25
1602490	6,25	6,25
1602489	6,25	6,25
1602488	6,25	6,25
1602487	6,25	6,25
1602486	6,25	6,25
1602485	6,25	6,25
1602484	6,25	6,25
1602483	6,25	6,25
1602482	6,25	6,25
1602481	6,25	6,25
1602480	6,25	6,25
1602479	6,25	6,25
1602478	6,25	6,25
1602477	6,25	6,25
1602476	6,25	6,25
1602475	6,25	6,25
1602474	6,25	6,25
1602473	6,25	6,25
1602472	6,25	6,25
1602471	6,25	6,25
1602470	6,25	6,25
1602469	6,25	6,25
1602468	6,25	6,25
1602467	6,25	6,25
1602466	6,25	6,25
1602465	6,25	6,25
1602464	6,25	6,25
1602463	6,25	6,25
1602462	6,25	6,25
1602461	6,25	6,25
1602460	6,25	6,25
1602459	6,25	6,25
1602458	6,25	6,25
1602457	6,25	6,25
1602456	6,25	6,25
1602455	6,25	6,25
1602454	6,25	6,25
1602453	6,25	6,25
1602452	6,25	6,25
1602451	6,25	6,25
1602450	6,25	6,25
1602449	6,25	6,25
1602448	6,25	6,25
1602447	6,25	6,25
1602446	6,25	6,25
1602445	6,25	6,25
1602444	6,25	6,25
1602443	6,25	6,25
1602442	6,25	6,25
1602441	6,25	6,25
1602440	6,25	6,25
1602439	6,25	6,25
1602438	6,25	6,25
1602437	6,25	6,25
1602436	6,25	6,25
1602435	6,25	6,25
1602434	6,25	6,25
1602433	6,25	6,25
1602432	6,25	6,25
1602431	6,25	6,25
1602430	6,25	6,25
1602429	6,25	6,25
1602428	6,25	6,25
1602427	6,25	6,25
1602426	6,25	6,25
1602425	6,25	6,25
1602424	6,25	6,25
1602423	6,25	6,25
1602422	6,25	6,25
1602421	6,25	6,25
1602420	6,25	6,25
1602419	6,25	6,25
1602418	6,25	6,25
1602417	6,25	6,25
1602416	6,25	6,25
1602415	6,25	6,25
1602414	6,25	6,25
1602413	6,25	6,25
1602412	6,25	6,25
1602411	6,25	6,25
1602410	6,25	6,25
1602409	6,25	6,25
1602408	6,25	6,25
1602407	6,25	6,25
1602406	6,25	6,25
1602405	6,25	6,25
1602404	6,25	6,25
1602403	6,25	6,25
1602402	6,25	6,25
1602401	6,25	6,25
1602400	6,25	6,25
1602399	6,25	6,25
1602398	6,25	6,25
1602397	6,25	6,25
1602396	6,25	6,25
1602395	6,25	6,25
1602394	6,25	6,25
1602393	6,25	6,25
1602392	6,25	6,25
1602391	6,25	6,25
1602390	6,25	6,25
1602389	6,25	6,25
1602388	6,25	6,25
1602387	6,25	6,25
1602386	6,25	6,25
1602385	6,25	6,25
1602384	6,25	6,25
1602383	6,25	6,25
1602382	6,25	6,25
1602381	6,25	6,25
1602380	6,25	6,25
1602379	6,25	6,25
1602378	6,25	6,25
1602377	6,25	6,25
1602376	6,25	6,25
1602375	6,25	6,25
1602374	6,25	6,25
1602373	6,25	6,25
1602372	6,25	6,25
1602371	6,25	6,25
1602370	6,25	6,25
1602369	6,25	6,25
1602368	6,25	6,25
1602367	6,25	6,25
1602366	6,25	6,25
1602365	6,25	6,25
1602364	6,25	6,25
1602363	6,25	6,25
1602362	6,25	6,25
1602361	6,25	6,25
1602360	6,25	6,25
1602359	6,25	6,25
1602358	6,25	6,25
1602357	6,25	6,25
1602356	6,25	6,25
1602355	6,25	6,25
1602354	6,25	6,25
1602353	6,25	6,25
1602352	6,25	6,25
1602351	6,25	6,25
1602350	6,25	6,25
1602349	6,25	6,25
1602348	6,25	6,25
1602347	6,25	6,25
1602346	6,25	6,25
1602345	6,25	6,25
1602344	6,25	6,25
1602343	6,25	6,25
1602342	6,25	6,25
1602341	6,25	6,25
1602340	6,25	6,25
1602339	6,25	6,25
1602338	6,25	6,25
1602337	6,25	6,25
1602336	6,25	6,25
1602335	6,25	6,25
1602334	6,25	6,25
1602333	6,25	6,25
1602332	6,25	6,25
1602331	6,25	6,25
1602330	6,25	6,25
1602329	6,25	6,25
1602328	6,25	6,25
1602327	6,25	6,25
1602326	6,25	6,25
1602325	6,25	6,25
1602324	6,25	6,25
1602323	6,25	6,25
1602322	6,25	6,25
1602321	6,25	6,25
1602320	6,25	6,25
1602319	6,25	6,25
1602318	6,25	6,25
1602317	6,25	6,25
1602316	6,25	6,25
1602315	6,25	6,25
1602314	6,25	6,25
1602313	6,25	6,25
1602312	6,25	6,25
1602311	6,25	6,25
1602310	6,25	6,25
1602309	6,25	6,25
1602308	6,25	6,25
1602307	6,25	6,25
1602306	6,25	6,25
1602305	6,25	6,25
1602304	6,25	6,25
1602303	6,25	6,25
1602302	6,25	6,25
1602301	6,25	6,25
1602300	6,25	6,25
1602299	6,25	6,25
1602298	6,25	6,25
1602297	6,25	6,25
1602296	6,25	6,25
1602295	6,25	6,25
1602294	6,25	6,25
1602293	6,25	6,25
1602292	6,25	6,25
1602291	6,25	6,25
1602290	6,25	6,25
1602289	6,25	6,25
1602288	6,25	6,25
1602287	6,25	6,25
1602286	6,25	6,25
1602285	6,25	6,25
1602284	6,25	6,25
1602283	6,25	6,25
1602282	6,25	6,25
1602281	6,25	6,25
1602280	6,25	6,25
1602279	6,25	6,25
1602278	6,25	6,25
1602277	6,25	6,25
1602276	6,25	6,25
1602275	6,25	6,25
1602274	6,25	6,25
1602273	6,25	6,25
1602272	6,25	6,25
1602271	6,25	6,25
1602270	6,25	6,25
1602269	6,25	6,25
1602268	6,25	6,25
1602267	6,25	6,25
1602266	6,25	6,25
1602265	6,25	6,25
1602264	6,25	6,25
1602263	6,25	6,25
1602262	6,25	6,25
1602261	6,25	6,25
1602260	6,25	6,25
1602259	6,25	6,25
1602258	6,25	6,25
1602257	6,25	6,25
1602256	6,25	6,25
1602255	6,25	6,25
1602254	6,25	6,25
1602253	6,25	6,25
1602252	6,25	6,25
1602251	6,25	6,25
1602250	6,25	6,25
1602249	6,25	6,25
1602248	6,25	6,25
1602247	6,25	6,25
1602246	6,25	6,25
1602245	6,25	6,25
1602244	6,25	6,25
1602243	6,25	6,25
1602242	6,25	6,25
1602241	6,25	6,25
1602240	6,25	6,25
1602239	6,25	6,25
1602238	6,25	6,25
1602237	6,25	6,25
1602236	6,25	6,25
1602235	6,25	6,25
1602234	6,25	6,25
1602233	6,25	6,25
1602232	6,25	6,25
1602231	6,25	6,25
1602230	6,25	6,25
1602229	6,25	6,25
1602228	6,25	6,25
1602227	6,25	6,25
1602226	6,25	6,25
1602225	6,25	6,25
1602224	6,25	6,25
1602223	6,25	6,25
1602222	6,25	6,25
1602221	6,25	6,25
1602220	6,25	6,25
1602219	6,25	6,25
1602218	6,25	6,25
1602217	6,25	6,25
1602216	6,25	6,25
1602215	6,25	6,25
1602214	6,25	6,25
1602213	6,25	6,25
1602212	6,25	6,25
1602211	6,25	6,25
1602210	6,25	6,25
1602209	6,25	6,25
1602208	6,25	6,25
1602207	6,25	6,25
1602206	6,25	6,25
1602205	6,25	6,25
1602204	6,25	6,25
1602203	6,25	6,25
1602202	6,25	6,25
1602201	6,25	6,25
1602200	6,25	6,25
1602199	6,25	6,25
1602198	6,25	6,25
1602197	6,25	6,25
1602196	6,25	6,25
1602195	6,25	6,25
1602194	6,25	6,25
1602193	6,25	6,25
1602192	6,25	6,25
1602191	6,25	6,25
1602190	6,25	6,25
1602189	6,25	6,25
1602188	6,25	6,25
1602187	6,25	6,25
1602186	6,25	6,25
1602185	6,25	6,25
1602184	6,25	6,25
1602183	6,25	6,25
1602182	6,25	6,25
1602181	6,25	6,25
1602180	6,25	6,25
1602179	6,25	6,25
1602178	6,25	6,25
1602177	6,25	6,25
1602176	6,25	6,25
1602175	6,25	6,25
1602174	6,25	6,25
1602173	6,25	6,25
1602172	6,25	6,25
1602171	6,25	6,25
1602170	6,25	6,25
1602169	6,25	6,25
1602168	6,25	6,25
1602167	6,25	6,25
1602166	6,25	6,25
1602165	6,25	6,25
1602164	6,25	6,25
1602163	6,25	6,25
1602162	6,25	6,25
1602161	6,25	6,25
1602160	6,25	6,25
1602159	6,25	6,25
1602158	6,25	6

JAPON

Ce marché se situe annuellement à environ 2 millions de tonnes en poids de carcasses parées et il est relativement stable depuis 1987. La production locale prend une part d'environ 70 % (il y a cinq ans, elle était de 80 %), tandis que les importations sont passées de 20 à 30 % durant les cinq dernières années. De 1988 à 1992, les parts combinées prises par Taïwan et le Danemark dans le total des importations japonaises de viande de porc ont fluctué entre 70 et 80 %. Au cours de la même période, celle du Canada est restée dans la fourchette des 5 à 9 % (5,8 % en 1992).

Production locale

En 1992, le Japon a produit 1 432 999 tonnes et abattu 19 130 950 porcs. Au mois de février 1993, il y avait au Japon 10 279 000 porcs. Les fermes d'élevage porcin étaient au nombre de 24 900 et elles avaient chacune, en moyenne, 431 porcs. Les frais alimentaires sont évalués à 80,11 dollars pour 100 kg et les coûts de production atteignent un total de 231,97 dollars.

Le marché s'élève à environ 2 millions de tonnes. Au cours des cinq dernières années (exercices financiers 1987-1991), il s'est situé dans la fourchette des 2 à 2,1 millions de tonnes. La production locale a légèrement baissé — de 1,6 à 1,5 million de tonnes, tandis que les importations ont augmenté régulièrement — de 400 000 à 600 000 tonnes. D'après les perspectives à long terme du Japon, la demande de viande de porc devrait atteindre de 2,2 à 2,4 millions de tonnes en poids de carcasses d'ici à l'an 2000, la part de la production locale devant être de 1,8 million de tonnes et celle des importations de 400 000 à 600 000 tonnes.

Pour l'exercice financier 1991, le taux d'autosuffisance a été de 71,5 %. Les producteurs nationaux se trouvent principalement dans les préfectures de Kyushu (Kagoshima) et de Miyazaki, ainsi que dans le district de Kanto (préfectures d'Ibaraki et de Gunma).

Politiques gouvernementales

Système de soutien des prix - Depuis 1961, le Japon possède un programme de stabilisation des prix fondé sur une fourchette de prix pour la demi-carcasse. Le gouvernement n'intervient que si les prix intérieurs dépassent la limite supérieure ou tombent en dessous de la limite inférieure. Pour l'exercice financier 1993 (avril 93-mars 94), le prix par kg de demi-carcasse sans peau a été fixé à 6,01 dollars (1 \$ CAN = 94 ¥) pour la limite supérieure et à 4,26 dollars pour la limite inférieure.

Consommation nationale

Pour l'exercice financier 1991, la consommation annuelle par personne a été de 16,1 kg en poids de carcasse. Contrairement au boeuf japonais, le porc a peu de caractéristiques mises en vedette dans la commercialisation et la vente. Dans certains cas, signalés par la presse japonaise, la viande de porc importée (du Danemark, de Taïwan ou des États-Unis) a dépassé la teneur limite officielle en résidus chimiques

agricoles. Les consommateurs japonais craignent donc, pour la plupart, que les produits importés ne soient pas sûrs, ce qui a un effet négatif sur des pays respectant les normes, comme le Canada. Afin de tourner la réaction des consommateurs à son avantage, l'industrie porcine japonaise s'est attaquée à la question de la salubrité des aliments. Étant donné que la part de marché de cette industrie est absorbée progressivement par le porc importé, certains fournisseurs nationaux se sont lancés dans la promotion de porcs exempts d'organismes pathogènes (E.O.P.S.) à l'intention des consommateurs inquiets.

Exportations

En 1992, les exportations se sont élevées à 78 tonnes, presque toujours du porc congelé et désossé, pour un montant de 145 000 dollars, dont 76 tonnes (132 000 dollars) vers Hong Kong et 1 tonne (11 000 dollars) vers la Corée du Nord. Comme le Japon n'exporte habituellement que des quantités très limitées, ces 78 tonnes représentent la plus grosse quantité exportée au cours des cinq dernières années. Étant donné la baisse de la production nationale et le gros volume des importations, il est peu probable que le Japon exporte de grosses quantités dans un avenir prévisible.

Importations

Les chiffres suivants représentent les importations de porc, en poids désossé, à l'exclusion des abats, sauf indication contraire. En 1992, le Japon a importé 479 080 tonnes en provenance de 21 pays pour un montant de 2 418 millions de dollars (en 1992, 1 \$ CAN = 126 ¥).

Porc réfrigéré	109 622 tonnes	607 millions de dollars
Porc congelé	369 458 tonnes	1 811 millions de dollars

La part du porc désossé s'élevait à 477 622 tonnes, soit 99,7 %, et celle du porc non désossé à 1 418 tonnes, soit 0,3 % (dont 10 tonnes de carcasses et de demi-carcasses).

	Réfrigéré (t)	% du total réfrigéré	Congelé (t)	% du total congelé	Total (t)	% des importations
Taiwan	75 886	69,2	140 912	38,1	216 797	45,3
Danemark	23	0,02	148 912	40,2	148 671	31,0
É.-U.	31 465	28,7	35 376	9,6	66 842	14,0
Canada	889	0,8	20 941	7,3	27 830	5,8
Corée du Sud	826	0,8	7 185	1,9	8 011	1,7

Ces importations valaient:

Taiwan	1 083 millions de dollars
Danemark	727 millions de dollars
États-Unis	373 millions de dollars
Canada	138 millions de dollars
Corée du Sud	42 millions de dollars

En 1992, le Canada a exporté 13 tonnes de viande congelée avec os. Les cinq principaux pays fournisseurs ont pris une part de 97,7 % du total des importations japonaises de porc, aussi bien en valeur qu'en quantité. Pour ce qui est des efforts de promotion déployés sur ce marché, c'est Taiwan qui est le plus discret, mais ses exportations de porc réfrigéré se sont étendues, ces dernières années, au secteur de la vente de détail (supermarchés). Jusqu'à présent, le Danemark n'a organisé aucune campagne de promotion particulière, mais l'industrie de transformation locale considère son porc congelé comme un article de base. Sur le total des importations de porc congelé, le Danemark se taille une part de marché d'environ 40 %, un peu plus que Taiwan. Il connaît de gros problèmes pour expédier sa viande de porc réfrigérée à cause de son handicap géographique, mais il semble vouloir envahir davantage encore le secteur de la transformation.

La «Meat Export Federation» américaine (USMEF) se lance régulièrement dans des opérations de promotion à l'intention des ménages et du secteur de la transformation. Avec l'ouverture de son bureau à Osaka il y a quelques années, elle a manifesté un intérêt croissant pour ce marché et elle a perfectionné ses pratiques. Pour ce qui est des ménages, la USMEF a mis en place une campagne de promotion permanente sur la viande de porc réfrigérée avec les chaînes de supermarchés, en ciblant la ménagère (séminaires de cuisine, concours publicitaires associés à ses efforts de promotion sur la viande de boeuf et faisant grand cas du boeuf et du porc américains).

Dans ses importations, le Japon a marqué une nette préférence pour la viande désossée au détriment de celle avec os en raison de la difficulté qu'il a à trouver de la main-d'oeuvre qualifiée. Plus récemment, il a aussi manifesté une désaffection pour la viande congelée en faveur de la viande réfrigérée, exactement comme pour le boeuf importé.

Importateurs

Les principales maisons de commerce qui importent du porc au Japon sont les suivantes :

- Itochu
- Marubeni
- Mitsui & C^o.
- Sumitomo
- Toshoku
- Kanematsu
- Mitsubishi
- Sumikin Bussan Kaisha
- Taiyo Fishery
- Zenchiku

Ces sociétés adhèrent à l'association japonaise des négociants en viande, autrefois spécialisée dans toutes les viandes sauf le boeuf. Depuis qu'en avril 1991 les importations de boeuf ont été libéralisées, cet organisme comprend également des importateurs de boeuf. L'automne prochain au plus tard, sera créé un organisme qui les regroupera tous.

Débouchés offerts aux produits canadiens

Le marché du porc offre des perspectives encourageantes. Ainsi, la demande va croître de 10 à 20 % pour atteindre un montant de 2,2-2,4 millions de tonnes d'ici à l'an 2000. Comme l'annonce d'une production locale de 1,8 million de tonnes a été déclarée trop optimiste, il devrait y avoir de la place pour des importations supplémentaires de porc. Sur le marché des importations de porc, le segment dont la croissance est la plus rapide est la viande réfrigérée, comme on l'a déjà signalé dans le passé à l'industrie canadienne du porc. Le Canada doit absolument tracer un plan de promotion par secteur, c.-à-d. les hôtels, restaurants et collectivités et le commerce de détail en plus du secteur de la transformation, et exploiter à fond les débouchés offerts à son porc congelé, jusqu'à ce qu'il puisse développer encore ses exportations de porc réfrigéré vers le Japon. L'étude approfondie menée en 1992 pour le compte de Canada Porc International sur les débouchés offerts au porc canadien dans le secteur japonais de la restaurations contient une foule de recommandations permettant d'obtenir les meilleurs résultats possibles à court et à long terme.

Grandes foires commerciales et autres opérations de promotion

Pour se faire connaître de l'industrie japonaise du porc, il est recommandé d'avoir recours aux expositions individuelles, par société ou par produit, qui se tiennent à l'ambassade à Tokyo et dans des marchés régionaux privilégiés. Il semble que Canada Porc International (CPI) pourrait tirer mieux parti du concept de la semaine canadienne de la viande. Pour être efficace, ce genre de manifestation doit être organisé régulièrement (pas nécessairement tous les ans), afin de mettre en vedette la viande de porc canadienne, ainsi que CPI et chacun de ses membres. En ce qui concerne les séminaires de promotion, il faut en organiser régulièrement, en ciblant un secteur donné (p. ex. la restauration) pendant une certaine période. Quant à la publicité en magasin, il serait bon que les exportateurs canadiens de porc accroissent leurs efforts progressivement, en parallèle avec le développement de leurs exportations de viande réfrigérée vers le Japon.

Accès au marché

● Prix plancher à l'importation

Le Japon a fondé son régime d'importation de porc sur un prix d'importation minimum appelé Prix plancher à l'importation. Au 1^{er} avril de chaque année, le gouvernement japonais fixe le prix maximum et le prix minimum des carcasses de porc. La moyenne de ces deux prix devient le prix minimum que doit rencontrer tout porc importé au Japon (483 ¥ en 1993). Si le produit est vendu à un prix inférieur au prix plancher à l'importation, les droits de douane s'élèvent à la différence entre ce dernier et la valeur

CAF, plus un taux tarifaire de 5 %. Si le produit est vendu à un prix supérieur au prix plancher à l'importation, on n'applique que le taux de 5 %. Pour importer des coupes de viande à bas prix, le gouvernement japonais autorise les importateurs à acheter une combinaison de coupes à bas prix et à prix élevé dont la moyenne est égale ou supérieure au prix plancher à l'importation.

- **Salubrité des aliments**

Le ministère japonais de la Santé et du Bien-être social met en oeuvre un programme d'inspections régulières visant à s'assurer que la teneur en résidus chimiques agricoles du porc importé ne dépasse pas les limites de tolérance. En outre, il se livre tous les ans à des inspections plus sévères pendant une période de contrôle spéciale qui dure environ trois mois. Les contrôles portent sur les antibiotiques, les sulfamides et d'autres produits chimiques agricoles, pour lesquels il n'y a aucune tolérance, ainsi que sur les pesticides tels que le DDT (5 ppm), la dieldrine (0,2 ppm) et l'heptachlore (0,2 ppm).

- **Étiquetage et emballage**

Les exigences de la loi sur la salubrité des aliments s'appliquent aux produits transformés.

- **Transport et distribution**

Les circuits de distribution japonais sont compliqués. Certaines sociétés fonctionnent comme importateur et distributeur, alors qu'il existe, par ailleurs, des distributeurs primaires et secondaires pour les importations atteignant des volumes importants. Les expéditions vers le Japon se font quasiment toujours par mer. Les principales sociétés de transport maritime sont les suivantes : Nippon Yusen KK, Lignes Mitsui OSK, Lignes Navix et Kawasaki Kisen Kaisha. Au Japon, presque tous les transports se font par camion. Les principales sociétés concernées sont les suivantes : Nippon Express, Transports Segno et Transports Yamamoto. La disponibilité d'entrepôts pour le porc réfrigéré et congelé ne pose de problèmes que pour les produits importés. Ceux-ci doivent en effet partager les installations disponibles avec les produits de la pêche importés, qui ont aussi pris de l'importance. Avec l'intérêt croissant pour le porc réfrigéré et, d'une manière générale, pour les importations de produits alimentaires réfrigérés, surtout ceux destinés aux points de vente au détail, il devient de plus en plus important de se choisir un ou plusieurs bons associés qui possèdent un réseau de distribution frigorifique bien agencé ou qui ont accès à de telles installations.

- **Circuits de commercialisation**

- **Circuits normaux d'importation et de distribution**

Importateurs-transformateurs de viande-détaillants-consommateurs

Importateurs-grossistes/commissionnaires-hôtels, restaurants, collectivités-consommateurs

Importateurs-grands supermarchés-consommateurs

Il y a de moins en moins d'intermédiaires dans les circuits de commercialisation (p. ex. importateurs-grands supermarchés). Les grandes entreprises de transformation de viande se mettent progressivement à faire leurs importations directement. La simplification du réseau de distribution japonais vient de ce que le consommateur japonais attache de plus en plus d'importance au prix. Dorénavant, il y aura vraisemblablement un nombre croissant de transactions directes entre les transformateurs japonais et les entreprises canadiennes d'abattage et de conditionnement de la viande. Ces dernières seraient alors en mesure de recevoir de grosses commandes en une seule fois, ce qui devrait permettre aux exportateurs canadiens de conclure un plus grand nombre de transactions.

Recommandations à l'intention des exportateurs canadiens

- Les négociants japonais tolèrent difficilement les fluctuations de l'approvisionnement, surtout s'il y a pénurie. En fait, si des situations de ce genre se répètent trop souvent à leur goût, le pays exportateur pourrait bien être catalogué comme un fournisseur peu fiable.
- À long terme, l'industrie canadienne du porc a tout intérêt à diversifier continuellement sa production.
- Les sociétés japonaises sont axées sur la qualité; elles cherchent la qualité supérieure et, ce qui leur paraît encore plus important, une qualité uniforme. À cet égard, l'image de marque du Canada est bonne, mais il reste toujours quelques détails à améliorer ou de nouvelles situations à affronter, telles qu'une pénurie de main-d'oeuvre qui forcerait les clients japonais à réclamer certains coupes déjà parées.
- Il est important de rester en rapport constant avec les négociants japonais locaux. Le meilleur moyen consiste à leur rendre régulièrement visite, mais aussi à inviter des représentants à venir voir des sociétés au Canada ou à assister aux congrès de l'industrie canadienne du porc ou à des congrès bilatéraux sur le commerce.
- Il faut adapter la promotion au marché japonais (la faire par exemple en langue japonaise) et aborder les préoccupations japonaises du moment, telles que la salubrité des aliments. Canada Porc International a rédigé quelques documents génériques dans cet esprit, mais il en faut d'autres, plus ciblés.

Contacts gouvernementaux:

Ministère de l'Agriculture, des
Forêts et de la Pêche
Division de la viande et des
oeufs
Bureau de l'industrie des
productions animales
(demande/approvisionnement)

Ministère de la Santé et du
Bien-être social
Division de la salubrité
vétérinaire
Bureau de l'hygiène du milieu
(résidus chimiques agricoles)

Division de la salubrité
alimentaire Bureau de
l'hygiène du milieu (loi sur la
salubrité des aliments)

Société de promotion de l'industrie des productions animales
Service de la viande (stabilisation-prix plancher à l'importation)

Contacts dans l'industrie:

Association japonaise des négociants en viande
Auparavant, c'était un organisme commercial représentant les négociants en viandes autres que le boeuf (les importateurs de viande de porc et de cheval, de poulets à griller, etc.). Depuis la libéralisation des importations de boeuf, cet organisme compte également des importateurs de boeuf parmi ses membres.

Association japonaise des chaînes de magasin (chaînes de supermarchés)

Association japonaise des services de restauration

Industrie des services de restauration, d'ordinaire des restaurants-minute et chaînes de restaurants

Coopérative japonaise des fabricants de jambon et de saucisses/

Association japonaise des transformateurs de viande

Fédération nationale des coopératives de fournisseurs de viande

Conférence japonaise de la viande

Organisme cadre des négociants en viande locaux.

Pour un complément d'information :

Ambassade du Canada

7-3-38 Akasaka

Minato-ku

Tokyo 107

Tél. : (011-81-3) 3408-2101

Télec. : (011-81-3) 3470-7280

S'adresser à: M. Ezio

DiEmanuele

Conseiller

Consulat général du Canada

B.P. 150

OSAKA Minami 542-91

Tél. : (011-81-6) 212-4910

Télec. : (011-81-6) 212-4914

MALAISIE

La Malaisie est un pays pluri-ethnique dont la religion officielle est l'Islam. Du fait de facteurs en partie religieux et culturels, le gouvernement malais encourage peu la production porcine. Ce secteur a cependant connu une croissance spectaculaire, faisant même de la Malaisie un pays exportateur de porc depuis 1981.

Production nationale

Depuis 1963, la Malaisie satisfait à ses besoins en porc. L'intensification de la production au cours des vingt dernières années lui a même permis de devenir en 1981 un exportateur net de porc. En 1990, le cheptel totalisait 2 240 000 porcs concentrés à 95% dans les principaux états producteurs situés sur la côte ouest de la péninsule malaise : Selangor (548 000), Perak (306 000), Negeri Sembilan (618 000), Penang (250 000), Johore (302 000) et Malacca (191 000). Beaucoup de ces fermes sont petites et dispersées dans des régions éloignées. Avec la mise en oeuvre de la Loi sur les élevages de porcs dans les états de Johore, Perak, Malacca et Negeri Sembilan, un grand nombre de petites fermes situées dans les centres urbains et leurs environs devraient disparaître.

Selon les prévisions, la production atteindra 3,8 millions de têtes en 1992, 4,2 millions en 1995 et 4,9 millions en l'an 2000. Elle continuera d'augmenter pour répondre à la demande nationale croissante ainsi qu'aux besoins provoqués par l'interdiction de l'élevage du porc à Singapour depuis 1989.

Cependant, une superficie limitée, l'établissement de zones d'élevage de porcs, le coût élevé des mesures de contrôle de la pollution ainsi que les facteurs culturels pourraient restreindre l'expansion future de ce secteur.

Politiques gouvernementales

Contrairement aux années 1960 où le gouvernement encourageait activement la croissance de la production de porc pour réduire la dépendance du pays envers les importations et préserver ses devises étrangères, l'industrie porcine ne bénéficie plus de politiques gouvernementales importantes. Il offrait alors aux éleveurs, dans le cadre du plan Pawah, des matériaux de construction, des porcs et parfois des terres publiques pour lancer des élevages.

Une politique majeure récente fut l'adoption de la Loi sur l'élevage du porc selon laquelle les éleveurs doivent traiter les eaux résiduaires avant de les déverser dans les rivières ou les canaux. Le purin de porc a été identifié comme la plus forte source de pollution organique industrielle du pays. D'après le ministère de l'Environnement, l'élevage de porc a généré à lui seul environ 44 % des polluants industriels.

Consommation intérieure

Selon les prévisions, la production répondra à la hausse de la demande intérieure et augmentera de 161 975 tonnes (2 945 000 têtes) en 1992 à 242 055 tonnes (4 401 000 têtes) en l'an 2000.

En Malaisie, les consommateurs de porcs (au nombre de 5,8 millions en 1992) comprennent toute la communauté chinoise (4,6 millions de personnes) et environ la moitié de la population non musulmane restante. On s'attend à voir leur nombre augmenter jusqu'à 6,8 millions en 1995 et 7,1 millions en l'an 2000.

De plus, du fait de la hausse du pouvoir d'achat, la consommation de porc par habitant devrait elle aussi augmenter, pour passer de 27,9 kg en 1992 à 28,6 kg en 1995 et 33,9 en l'an 2000. Un autre facteur favorisant la consommation de porc est la diminution relative des prix grâce à de nouvelles technologies comme l'utilisation de races parvenant plus vite à maturité ou la programmation linéaire permettant de minimiser les coûts de l'alimentation. Le porc reste encore la source de protéines la moins chère du pays, comparé à la viande de boeuf ou de mouton.

Même si l'on prévoit l'augmentation de la consommation de porc, les Malais ont de plus en plus tendance à préférer la viande blanche (volailles, lapin) à la viande rouge, pour des raisons de santé.

Importations

Pour favoriser l'industrie nationale, le gouvernement continuera de limiter les importations de porc. En 1990, les principales importations de la Malaisie furent les suivantes : (valeur exprimée en ringgits qui équivalait à 2,1 \$ le 16 février 1993)

Produits	Pays d'origine	Volume (tonne)	Valeur ('000RM)
● Jambons, épaules et coupes non désossés frais ou réfrigérés	Danemark	31	9
● Carcasses congelées	Australie	2	14
● Jambons, épaules et coupes non désossés congelés	Belgique	3	15
	Danemark	9	35
	Pays-Bas	3	15
	Singapour	2	12
● Autres coupes congelées	Australie	14	41
	Chine	9	21
	Danemark	3	15
	Inde	54	140
● Foie congelé	Australie	54	120
	Danemark	26	68

● Autres abats congelés	Australie	57	163
	Danemark	44	212
	Royaume-Uni	22	74
	É-U	90	205
● Jambons non désossés, salés, en saumure, séchés ou fumés	Danemark	5	48
	Belgique	1	7
● Bacon salé, en saumure, séché ou fumé	Danemark	10	111
	Pays-Bas	2	30
● Porc salé	Chine	17	95
● Jambons et coupes en contenants sous vide	Chine	3 027	10 230
● Jambons et coupes, autres qu'en contenants sous vide	Chine	30	82
	Danemark	4	13
● Épaules et coupes en contenants sous vide	Chine	32	151
	Danemark	5	42
● Autres coupes en contenants sous vide	Chine	1 650	34 015
	Danemark	37	177
	Hong Kong	49	123
	Suisse	29	49
	Allemagne	17	70
● Graisse de porc	Canada	461	970
	Chine	44	80

Exportations

La Malaisie exporte essentiellement des porcs vivants à Singapour (969 000 têtes en 1991). Cependant, en raison de la hausse de la demande intérieure, on prévoit la diminution de ces quantités qui passeront de 900 000 têtes en 1992 à 700 000 en 1995 et 500 000 en 2000.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Des débouchés commerciaux existent pour les abats, le lard, la graisse de porc et les produits transformés comme le bacon et les saucisses. Le prix reste cependant le facteur déterminant qui peut influencer la demande.

Accès au marché

La Malaisie n'a pas de tarifs douaniers.

Transport et distribution

L'accès est facile par voie aérienne et maritime. Les produits sont acheminés à partir de leur port d'entrée, par semi-remorque ou camion. Le pays est pourvu des installations d'entreposage et équipements de manutention appropriés.

Liste des principaux importateurs

United Sino Trading Sdn Bhd
12 Jalan kemunting
Off Jalan Dawangi
50300 Kuala Lumpur
Tél. : 03-2984322
Télé. : 03-2922037
Mr. K.C. Chung, Manager

Xian Jiang Trading Sdn Bhd
27G Jalan Pandan Indah
11-23D Pandan Indah
55900 Kuala Lumpur
Tél. : 03-9849188
Télé. : 03-9826918
Mr. Chang Jim Jeng, Export
Manager

Yue Sang Cheong Sdn Bhd
44 Jalan Hang Kasturi
50050 Kuala Lumpur
Tél. : 03-2382592
Télé. : 03-2389310
Mr. K. C. Cheah, Manager

Deluxe Avenue Sdn Bhd
30-Jalan Batam 7
Taman Rakyat
56100 Kuala Lumpur
Tél. : 03-9820618
Télé. : 03-9837078
Mr. Lu Hok Ni, Manager

Hang Soon Trading Company
22-24 Jalan Sultan Iskandar
30000 Ipoh, Perak
Tél. : 05-540692
Télé. : 05-542477
Mr. Shit Meng Keong,
Manager

Perniagaan Keng Chew
15 Jalan SS21/34
47400 Petaling Jaya
Tél. : 03-7187459
Télé. : 03-7188266
Mr. Wong Lee Seow, Manager

Ben Foods (M) Sdn Bhd
6 Jalan SS13/6
Petaling Jaya
Tél. : 03-7345901
Télé. : 03-7345898
Mr. Koh Ngoo Teh, Manager

Natrad (M) Sdn Bhd
5A Jalan Jejaka 7
Taman Maluri, Cheras
55100 Kuala Lumpur
Tél. : 03-9851704
Télé. : 03-9854953
Mr. Lim Che Nguan, Manager

Makmur Malaysia Sdn Bhd
46-L Jalan 5
Off Jalan Chan Sow Lin
55200 Kuala Lumpur
Tél. : 03-2216087
Télé. : 03-2223277
Mr. C.H. Lee, Manager

Lucky Trading Sdn Bhd
10 Jalan Baba
Kuala Lumpur
Tél. : 03-2484234/6215427
Télé. : 03-2412336
Mr. W.K. See, Manager

Ng Kee Cold Storage Sdn Bhd
729 Jalan Sungai Rasa
Klang, Selangor
Tél. : 03-5591500
Télé. : 03-5509693
Mr. Simon Ng

**Pour un complément
d'information:
Haut-commissariat du
Canada
P.O. Box 10990
50732 Kuala Lumpur
Tél. : (011-60-3) 261-2000
Télé. : (011-60-3) 261-1270
S'adresser à M. Mohamed
Aziyen Che Din
Agent commercial**

NOUVELLE-ZÉLANDE

L'année statistique débute en octobre pour se terminer en septembre et les chiffres de production s'y conforment, à moins d'indication contraire.

Production nationale

	Truies reproductrices (au 31 janvier)	Total de porcs abattus (année terminant 30 sept)	Tonnes
1989	44 471	779 541	43 995
1990	44 665	749 054	42 261
1991	48 100	748 336	43 111
1992	NA	808 316	47 170

En comparant 1991/92 et 1990/91, la production s'est accrue de 7.9% dans le cas du nombre de porcs abattus et de 9.4% en tonnage. Cette augmentation en tonnage est le résultat d'un plus grand nombre de porcs abattus et d'une hausse de 0.78 kg du poids moyen. Durant les deux années précédant septembre 1992, le poids moyen par carcasse s'est accru de près de 2 kg.

1985, avec une production de 47 700 tonnes et 851 500 porcs abattus, est la seule année au cours des 30 dernières qui ait surpassé 1992. Les prix aux producteurs ont été de 12 à 15% inférieurs à ceux de 1991. Au 30 juin 1990, il y avait 233 620 porcs sur l'île du Nord, soit 0.4% de plus qu'en 1991, et 173 686 sur l'île du Sud, une augmentation de 7.2% par rapport à 1991.

Même s'il y avait 4 612 fermes avec des porcs en 1991, on évalue que 80% de la production porcine est la responsabilité de seulement 300 producteurs. Les troupeaux de plus de 1000 têtes comptaient 243 172 porcs en 1992.

Consommation intérieure

La consommation totale a été de 48 654 tonnes en 1991/92, pour une consommation per capita de 14.3 kg comparée à 13.6 kg en 1990/91, soit une hausse de 5.1%. Le porc comptait l'an dernier pour 16.7% de la consommation totale de viande.

Importations

À Noël et à Pâques, la production locale de porc ne répond pas à la demande des consommateurs et, par conséquent, la Nouvelle-Zélande a recours aux importations. Comme la viande achetée est destinée à l'industrie de la transformation, c'est en fait le prix qui détermine la source des importations. La transformation signifie également que la provenance du porc n'est pas indiquée et que le consommateur ne sait pas s'il achète un produit local ou importé.

Comme il fallait s'y attendre, une production domestique en hausse a entraîné une chute importante des importations. En 1991/92, les importations se chiffraient à 1 484 tonnes,

en baisse de 42% par rapport à 1991/90 où elles avaient atteint 2 568 tonnes. Le gros de ces achats provenaient d'Australie (58%) et du Canada (38%).

Accès au marché

Le tarif est de 0% pour le porc, frais, congelé ou réfrigéré (HS code 02.03) d'origine canadienne ou australienne. Le taux qui s'applique aux pays en voie de développement est de 10%, alors que le taux normal est de 12.5%. Aucune autre taxe ne s'applique.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Pendant de nombreuses années, le Canada a exporté vers la Nouvelle-Zélande et, selon le Conseil néo-zélandais du porc, les produits canadiens auront toujours leur place si leurs prix sont intéressants. Le Canada a vu sa part du marché diminuer il y a environ deux ans lorsque l'Australie, producteur très concurrentiel, a obtenu l'autorisation de vendre du porc en Nouvelle-Zélande.

Outre les prix, le porc canadien pose quelques problèmes pratiques aux entreprises de transformation néo-zélandaises, puisque les coupes sont plus grosses que celles de Nouvelle-Zélande et d'Australie. Au Canada, le poids à l'abattage est d'environ 90 kg, contre à peu près 60 kg en Nouvelle-Zélande et en Australie.

Association sectorielle

New Zealand Pork Industry
Board
P.O. Box 4048
Wellington
Tél.: (011-64-4) 385-4229
Télec.: (011-64-4) 385-8522
M. Dave Dobson, Gérant
général

Pour un complément
d'information:

Haut-commissariat du
Canada
P.O. Box 12-049
Wellington
Tél. : (011-64-4) 473-9577
Télec. : (011-64-4) 471-2082

Consulat du Canada
P.O. Box 6186
Wellesley St. Post Office
Auckland
Tél. : (011-64-9) 309-3690
Télec. : (011-64-9) 307-3111
S'adresser à: M. Keith
MacFarlane
Conseiller commercial

PHILIPPINES

Les Philippines sont un des principaux pays producteurs de porc d'Asie, ses fermes d'élevage allant des plus petites (10 têtes) aux plus grandes (85 000 têtes). Les producteurs de porc locaux exercent de fortes pressions pour interdire les importations de porc. À l'heure actuelle, les importations se limitent au porc destiné à la transformation et aux abats.

Production nationale

Comme les Philippines se composent de 7 100 îles, les producteurs de porcs sont éparpillés d'un bout à l'autre du pays. Au moins 40% de la production nationale provient de la région métropolitaine de Manille. En 1991, le cheptel porcin des Philippines atteignait 8 019 000 têtes, soit une augmentation de 4% par rapport à 1990. Depuis 1977, la production augmente au rythme de 1,8% par année. Le nombre de porcs abattus locale estime qu'en 1992 le nombre de porcs abattus a augmenté de 10% par rapport à 1991. Les entreprises de transformation de la viande sont concentrées dans la région métropolitaine de Manille.

Consommation intérieure

À l'heure actuelle, les consommateurs philippins ont une préférence pour la viande fraîche qui, selon eux, est meilleure que la viande congelée ou réfrigérée. Les consommateurs ont l'habitude d'acheter leur viande dans les boucheries.

Importations

Seules les entreprises de transformation sont autorisées à importer du porc, mais uniquement pour la transformation. À l'heure actuelle, les importations, qui s'effectuent par l'intermédiaire d'agents locaux, combrent 30% des besoins de ces entreprises qui semblent rechercher les produits les moins coûteux possibles.

En 1991, les Philippines ont importé 456 tonnes (462 000 \$ US) de porc destiné à la transformation, contre 1 177 tonnes (1,35 million \$ US) l'année précédente. Ses principaux fournisseurs étaient l'Allemagne (173 tonnes), les Pays-Bas (72 tonnes), le Danemark (55 tonnes) et Taïwan (45 tonnes). Cette année-là, les exportations canadiennes atteignaient 23 tonnes, contre 157 en 1990. Le gouvernement étudie actuellement la possibilité de lever les restrictions quantitatives et de hausser, à la place, le taux du droit applicable (actuellement de 20%).

Exportations

En 1991, les Philippines n'ont exporté que 5 900 tonnes de porc, vers Hong Kong, en majeure partie des produits transformés. Le gouvernement du pays encourage fortement les exportations, mais il existe des problèmes zoosanitaires qui ne sont pas réglés.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Compte tenu des restrictions qui pèsent actuellement sur les importations, les débouchés sur ce marché se limitent au porc à prix modique destiné à la transformation. Si ces restrictions sont levées, il sera difficile de percer le marché du porc pour la table, étant donné la préférence des consommateurs pour la viande fraîchement sortie de l'abattoir.

Accès au marché

Les droits applicables au porc sont de 20%. Seules les entreprises de transformation peuvent obtenir, auprès du Conseil national d'inspection des viandes du ministère philippin de l'Agriculture, un permis d'importation, mais aux seules fins d'importer du porc destiné à la transformation.

Liste des importateurs

CALIFORNIA MFG. CO. Km.
18, East Service Road
So. Superhighway
Paranaque, Manille
Tél. : (011-63-2) 828-7561
Télex : 63633 CALMAC PN
Contact : M. Jose Silerio,
vice-président directeur
général

FINEST FOOD PRODUCTS
404 Jaboneros St.
Binondo, Manille
Tél. : (011-63-2)
49-98-55/47-06-41
Contact : M. Chan Santos Kun
Biao, directeur adjoint

KING SUE HAM & SAUSAGE
CO., INC.
402 Tandang Sora St.
Caloocan, Manille
Tél. : (011-63-2) 35-85-75 /
35-86-89 / 35-85-48
Télex : 66170 MCC PN /
27954 TOTC PH
Contacts : M. King Sue,
directeur général
Mme Laura Tan,
directrice des achats

LIBERTY FLOUR MILLS, INC.
7th Floor, Liberty Bldg.
Pasay Road, Makati
Manille
Tél. : (011-63-2) 86-50-11
Télex : 66082
Contact : M. Felix Maramba,
président

PHILIPS FOODS
CORPORATION
622 Apelo Cruz St.
Pasay City, Manille
Tél. : (011-63-2) 833-6771 /
833-6772 / 833-6769
Télex : 63028 CSVEN PN
Contacts : M. Mariano Co,
directeur général
M. Philip Co,
directeur général adjoint

PUREFOODSCORPORATION
3rd Floor, Ortigas Bldg.
Ortigas Avenue
Pasig, Manille
Tél. : (011-63-2) 673-2081 /
673-1354 / 693-6779-80-81
Télex : 40696 PFC PM
Contacts : M. Renato G.
Buhain, président
M. Boots Nazareno, chef de
groupe - matières premières

RFM CORPORATION
8th Floor, RFM-RECON
Building
Pioneer St., Mandaluyong
Manille
Tél. : (011-63-2) 77-37-11 /
97-91-90 / 697-9190
Télex : 42288 REFLOUR PM
42045 REFLOUR PM
Contacts : M. Augusto L. de
Leon, président
M. Chito Ignacio, gestionnaire
principal
Manggahan Food Division

RENO FOODS, INC.
9 A. Juan St. San Juan,
Manille
Tél. : (011-63-2) 70-09-94 /
79-40-91
Télex : 22031 IMC PH
Contacts : M. Vicente Khu,
président
M. Alfred Khu, directeur des
achats/directeur général

UNIVERSAL ROBINA
CORPORATION
E. Rodriguez Ave., Bagong
Ilog
Pasig, Manille
Tél. : (011-63-2) 673-7523
Télex : 63828 CFCURC PN /
43125 CFCURC PM
Contact : M. Henry Go,
vice-président

**PHILIPPINE INTEGRATED
MEAT CORP.**

117 E. Rodriguez Avenue
Pasig,
Manille
Tél. : (011-63-2) 673-4391
Contacts : M. Dionisio
Papelerias, Adjoint au vice-
président
M. Joseph Yu, chef d'usine

EURO SWISS

74-31 Yakal St. Makati,
Manille
Tél. : (011-63-2) 815-1359 /
818-6271
Télex : PN45678 EUROCH
Contact : M. Werner Berger,
président

YCB FOOD CORPORATION

8410 Gomburza St.
Paranaque, Manille
Tél. : (011-63-2) 827-1961 /
821-1248 / 828-2041
Contacts : M. Eduardo Co,
président/directeur général
M. Remigio Pascua, directeur
des achats

SUNPRIDE FOODS, INC.

422 National Road
Barrio Talon, Las Pinas
Manille
Tél. : (011-63-2) 801-2053 /
801-2057 / 801-1141
Contact : M. Eduardo Yap,
directeur de succursale

R & L MEAT PRODUCTS

37 Santol St.
Quezon City, Manille
Tél. : (011-63-2) 62-18-91
Contacts : Mme Belen Jocson,
adjointe au marketing
M. Ramon Galindez, président

**B A V A R I A F O O D
PROCESSING PHILS. INC.**

Carmona, Cavite
Contact : D' Rodrigo A.
Inciong, président

**Pour un complément
d'information:**

Ambassade du Canada

P.O. Box 971

Makati Central Post Office

Makati, Manille

Tél. : (011-63-2) 815-9536

Télec. : (011-63-2) 810-1699

S'adresser à : M. Alan

Dacaney

Agent commercial

SINGAPOUR

La consommation de porc est assez élevée à Singapour, le marché des produits du porc étant estimé à 200 millions de dollars par année. Toutefois, les importations de porcs vivants destinés à l'abattage en représentent une grande part, puisque le pays n'a pas d'élevage porcin et doit importer tous les porcs vivants dont il a besoin. Dans le passé, les produits du porc canadiens n'y ont jamais été concurrentiels, en raison essentiellement de la préférence des consommateurs pour le porc frais et de la présence de produits provenant des pays voisins à prix beaucoup plus bas. Le Canada peut toutefois trouver à Singapour un créneau pour certains produits transformés, où l'Europe et les États-Unis sont les principaux concurrents.

Production nationale

Singapour a importé en 1991 environ 900 000 porcs, principalement de Malaisie, qui ont été abattus dans deux abattoirs gouvernementaux. Près de 20% de ces porcs sont vendus à l'encan où les prix sont déterminés par les forces du marché.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement a mis fin progressivement à l'élevage porcin à Singapour en vue de tirer le maximum de l'occupation des sols. Comme les terres sont rares, il est peu probable que la politique change. Cette politique profite directement aux éleveurs de porc des pays voisins comme la Malaisie et l'Indonésie.

Consommation intérieure

Aucun chiffre sur la consommation totale intérieure n'est disponible. Mentionnons néanmoins qu'en 1991 les importations de porc frais provenant principalement d'Europe ont totalisé 150 tonnes et que celles de porc congelé provenant surtout de la Chine, des Pays-Bas et d'autres pays d'Europe se sont élevées à 4 400 tonnes. Le porc abattu localement, soit 800 000 porcs en 1991, répond en grande partie à la consommation. Toutes les quantités susmentionnées s'appliquent à une population de 2,6 millions d'habitants dont au moins 25% ne consomment pas de porc en raison de leurs croyances religieuses. La communauté chinoise de Singapour (75% de la population) consomme beaucoup de porc. Le porc n'est pas considéré comme une viande de luxe, contrairement au boeuf et au mouton, et constitue un aliment de base dans la plupart des foyers.

Depuis l'importance récente accordée au régime alimentaire et au mode de vie sains, un nombre croissant de jeunes familles de Singapour réduisent leur consommation de viande, comme le porc et le boeuf. Cette nouvelle attitude ne devrait pas avoir de conséquences importantes sur la consommation de porc à court terme, mais la tendance semble indiquer qu'il y aura à long terme une réduction de la demande en produits du porc au fur et à mesure que les consommateurs prendront davantage conscience de ce qu'ils mangent et apprendront à faire des choix judicieux.

Importations

Singapour a importé en 1991 les produits du porc suivants auprès des principaux fournisseurs indiqués.

● Porc frais et réfrigéré	Pays-Bas	97 tonnes	143 000 \$
	Royaume-Uni	24 tonnes	37 000 \$
● Porc congelé	Chine	1 842 tonnes	5 900 000 \$
	Pays-Bas	1 061 tonnes	1 700 000 \$
	Danemark	378 tonnes	688 000 \$
● Abats frais, réfrigérés et congelés	Danemark	785 tonnes	1 200 000 \$
	Suède	207 tonnes	335 000 \$
● Jambon salé, fumé ou en saumure	Danemark	110 tonnes	713 000 \$
	Belgique	17 tonnes	46 000 \$
	États-Unis	14 tonnes	127 000 \$
● Bacon salé, séché, fumé ou en saumure	Danemark	382 tonnes	1 650 000 \$
	Suède	104 tonnes	398 000 \$
	États-Unis	33 tonnes	288 000 \$
● Jambon préparé ou en conserve	Danemark	84 tonnes	455 000 \$
	Belgique	70 tonnes	192 000 \$
	Pays-Bas	38 tonnes	383 000 \$
	États-Unis	22 tonnes	170 000 \$
● Pains de viandes	Chine	7 266 tonnes	14 300 000 \$
	Danemark	127 tonnes	275 000 \$
	Pays-Bas	48 tonnes	119 000 \$
● Autres produits du porc préparés ou en conserve	Chine	4 640 tonnes	14 700 000 \$
	Danemark	170 tonnes	275 000 \$
	Belgique	147 tonnes	367 000 \$
	États-Unis	66 tonnes	462 000 \$

Les produits importés du Canada en 1991 étaient des abats comestibles congelés, soit 24 tonnes évaluées à 33 000 \$, ainsi que d'autres produits classés dans la catégorie jambon et coupes préparés ou en conserve, soit 240 kg d'une valeur de 2 000 \$. Contrairement aux principaux produits de viande importés, comme le boeuf et le veau souvent considérés comme des viandes de luxe, les produits du porc ne font pas souvent l'objet de promotion de la part des importateurs. Cependant, quelques promotions de produits transformés comme le jambon et le bacon ont été organisées par des agences d'exportation américaines et européennes dans certains grands hôtels locaux.

Exportations

La valeur des produits réexportés de Singapour représente moins de 5 millions de dollars; il s'agit principalement de produits transformés expédiés dans la région, comme en Malaisie ou à Brunei.

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

de l'hôtellerie qui aura lieu en 1994 et où les produits canadiens du porc pourront être présentés.

Contacts gouvernementaux

Le ministère de la Production primaire est l'autorité locale en matière d'agriculture, et en particulier la Division de l'hygiène vétérinaire qui est chargée de l'inspection de la viande, du contrôle de la qualité et de la certification des importations de viande.

Veterinary Public Health
Division
Primary Product Department
5 Maxwell Road Unit 03-00
Tower Block, MND Complex
Singapour 106

S'adresser à : M. Chua Sin
Bin
Tél. : (011-65) 222-1211
Télé. : (011-65) 220-6068

Pour un complément d'information:

Haut-Commissariat du
Canada
Robinson Road, P.O. Box
845
Singapour 9016
Tél. : (011-65) 225-6363
Télé. : (011-65) 226-15411
S'adresser à : M. Francis
Chan
Agent commercial

TAIWAN

Production locale

En 1991, la production porcine de Taïwan a atteint 1,37 million de tonnes, chiffre presque record qui n'a quasiment pas changé en 1992, pendant que le niveau élevé des prix domestiques venait souligner la rentabilité de cette production. Bien qu'un tel niveau d'approvisionnement risque de surcharger le marché et pourrait entraîner un fléchissement des cours en 1993, on prévoit que les prix se maintiendront au-dessus du seuil de rentabilité. Pour 1993, on ne s'attend donc qu'à une faible baisse de la production.

Politique gouvernementale

La Loi sur l'ajustement de la politique porcine, que le gouvernement a adoptée en 1991 en vue de contrôler les déchets animaux, était supposée entraîner une réduction d'un tiers des abattages de porcs d'ici à 1997. Aussi longtemps, toutefois, que le contrôle des déchets semble assuré, il y a peu de chances que l'on songe à réduire le cheptel. Le 1^{er} janvier 1993, le gouvernement a renforcé ses normes en matière de traitement des eaux usées, mais il est déjà en train d'étudier les pétitions des producteurs réclamant un assouplissement des règlements.

Consommation intérieure

En 1991, la consommation par personne était de 37 kg. À Taïwan, on sert traditionnellement le porc en ragoût accompagné de légumes ou sous forme de saucisses, de viande séchée ou hachée. La consommation culmine le 1^{er} et le 15 de chaque mois lunaire à l'occasion de cérémonies religieuses.

Exportations

Taïwan exporte environ 30 % de sa production, presque entièrement à destination du Japon. Comme l'accroissement de la demande intérieure a fait grimper les prix et que les bas prix américains étaient plus concurrentiels au Japon, les exportations sont tombées du chiffre record de 226 908 tonnes en 1991 à 212 007 tonnes en 1992. Cette baisse n'a, toutefois, été constatée que dans les exportations de porc congelé, les ventes de produits frais/réfrigérés ayant, quant à elles, augmenté en 1992. Au fur et à mesure que son prix baissera en 1993, le porc taïwanais a des chances de devenir plus compétitif sur le marché japonais. Cette baisse, associée à un accroissement des importations japonaises, devrait entraîner une remontée des exportations taïwanaises. En 1993, celles-ci devraient progresser d'environ 5 % par rapport à 1992.

	Tonnes		Valeur (en millions de NT\$)	
	1991	1992	1991	1992
Canada	0	23	0	3
France	27	0	2	0
Japon	212 491	211 880	25 555	25 374
Corée	14 301	23	831	3
Corée du Nord	0	35	0	4
Philippines	69	0	2	0
Singapour	20	28	2	4

Importations

Les importations de saucisses et de conserves à base de porc se sont élevées à 680 000 dollars.

Accès au marché

Droits de douane	
frais/réfrigéré/congelé	20 %
transformé	40 %

Pour tous les produits du porc, il faut une autorisation du Conseil de l'Agriculture, Yuan exécutif, ainsi qu'une licence d'importation délivrée par la Régie du commerce extérieur.

Principale foire commerciale

Exposition internationale de produits et équipements alimentaires, Taipei Juin 1994

Pour un complément d'information:

Bureau commercial canadien

13th Floor

365 Fu Hsing North Road

Taipei

Tél. : (011-886-2) 713-7268

Télec. : (011-886-2) 712-7244

S'adresser à: M. David Wong

THAÏLANDE

Le gouvernement thaïlandais n'autorise pas l'importation de porc sur son territoire, à moins que la production locale ne le justifie, ce qui est très rare.

Production nationale

La Thaïlande compte un cheptel d'environ 7,9 millions de porcs. 816 029 porcs ont été abattus en 1992, produisant ainsi 672 000 tonnes. La Thaïlande est pratiquement auto-suffisante.

Politiques gouvernementales

Les prix du porc sur pied et de la viande de porc sont réglementés. Le Service du commerce intérieur du ministère du Commerce contrôle le prix de la viande au détail. Comme le porc est considéré comme un produit essentiel, on s'attend à ce que le gouvernement continue de jouer un rôle important dans l'établissement des prix.

Consommation intérieure

La consommation de porc s'élevait à 12 kg par habitant en 1992. Les Thaïlandais préfèrent le porc frais plutôt que le porc transformé.

Importations

La Thaïlande interdit l'importation de porc, mais dans de très rares occasions, autorisera l'importation de certaines quantités, et seulement les quantités nécessaires, afin de régulariser la production intérieure.

Exportations

Les exportations thaïlandaises de porc frais et congelé ont totalisé, en 1992, 1 243 tonnes destinées surtout à Hong Kong et à Singapour.

Accès au marché

Lorsque les importations sont autorisées, un tarif de 60% et une taxe de 7% sur la valeur ajoutée s'appliquent.

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada

C.P. 2090

Bangkok 10500

Tél. : (011-66-2) 237-4126

Télec. : (011-66-2) 236-7119

S'adresser à: M. Thawee Thaiprasithporn

Agent commercial

Accès au marché

Les tarifs douaniers pour le porc congelé sont de 5% sur le prix CAF auxquels s'ajoutent 10% pour la taxe statistique et 16% de TVA.

AMÉRIQUE LATINE ET ANTILLES



Agent commercial
S'adresser à: M. Thewissen
Télé. : (011-88-2) 230-7119
Tél. : (011-88-2) 237-4126
Bangkok 10200
C.P. 2090
Ambassade du Canada

ARGENTINE

Production nationale

On évalue à 4 ou 5 millions de têtes le cheptel porcin de l'Argentine, avec une plus forte concentration dans le sud de la province de Santa Fe.

Consommation intérieure

L'Argentine n'est pas un traditionnel consommateur de viande de porc fraîche. En effet, en 1989, la consommation totale par habitant s'élevait à seulement 5 kg par an. Le marché du porc consiste essentiellement en produits transformés tels viandes froides, jambons (cuits ou salés), saucisses, etc. Les Argentins achètent les produits en rayon et généralement dans des proportions limitées. Si un produit du porc n'est pas disponible, l'acheteur potentiel se tournera vers des produits du boeuf (peu chers et abondants). Le porc ayant toujours été plus cher que le boeuf, la consommation par habitant n'a pas augmenté depuis vingt ans.

Importations

La production de porc de l'Argentine suffit en grande partie à la demande du pays, et les importations ne dépendent que du facteur prix. L'Argentine, qui n'est pas un traditionnel importateur de viande de porc, a commencé en 1989 à acheter du porc congelé de l'étranger. Les importations ont comme unique objectif de faire baisser les prix parfois excessifs des produits nationaux.

En 1991, l'Argentine a importé au total 8 700 tonnes de viande de porc, soit 5 500 tonnes du Chili et 2 500 d'Allemagne. Les statistiques officielles ne font pas état d'importations au cours des quatre premiers mois de 1992. On estime toutefois que certaines quantités de viande porcine fraîche et congelée achetées au Brésil sont pas déclarées. L'importation de porc en Argentine est très récente et il n'existe donc pas d'importateurs traditionnels de produits de porc frais ou congelés. Depuis 1989, les importations sont surtout l'oeuvre d'une seule association.

Exportations

L'Argentine n'exporte pas de produits du porc.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Si ses prix sont compétitifs, le Canada pourrait à certaines périodes trouver en Argentine des débouchés pour ses produits. Actuellement, les autorités argentines n'autorisent pas l'entrée de porc canadien, pour des questions de santé des animaux. Le Canada ne peut pas envisager de démarches de commercialisation tant que ce problème n'aura pas été résolu. À ce moment-là, la demande argentine pourrait ne pas exister ou se retrouver dominé par les produits brésiliens à bas prix.

Accès au marché

Les tarifs douaniers pour le porc congelé sont de 5% sur le prix CAF auxquels s'ajoutent 10% pour la taxe statistique et 18% de TVA.

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Casilla de Correo 3898
1000 Buenos Aires
Tél. : (011-54-1) 805-3032
Télé. : (011-54-1) 806-1209
S'adresser à: M. Hans Glansdorp
Agent commercial

ARGENTINE

AMERIQUE LATINE ET ANTILLES

Production nationale
On évalue à 4 ou 5 millions de têtes le cheptel porcin de l'Argentine, la concentration dans le sud de la province de Santa Fe.

Consommation intérieure
L'Argentine n'est pas un traditionnel consommateur de viande de porc fraîche. En 1988, la consommation totale par habitant s'élevait à seulement 5 kg par an. Le marché du porc consiste essentiellement en produits transformés (saucisses, jambons (œufs ou saisés), saucisses, etc. Les Argentins achètent les produits en rayon et généralement dans des proportions limitées. Si un produit du porc n'est pas disponible, l'acheteur potentiel se tournera vers des produits du bœuf (œufs chers et disponibles). La porc ayant toujours été un produit de consommation grand public n'a pas augmenté de façon spectaculaire.

Importations
La production de porc de l'Argentine suffit en grande partie à la demande du pays, et les importations ne dépendent que du facteur prix. L'Argentine, qui n'est pas un traditionnel importateur de viande de porc, a commencé en 1983 à acheter du porc congelé de l'étranger. Les importations ont comme unique objectif de faire passer les prix parfois excessifs des produits nationaux.

En 1981 l'Argentine a importé 200 tonnes de viande de porc congelée. Les importations officielles ne dépassent pas 500 tonnes. On estime toutefois que certaines quantités de viande de porc ont été importées au Brésil, qui n'a pas déclaré.

L'importation de porc en Argentine est interdite et il n'existe donc pas d'importateurs traditionnels de produits de porc en Argentine. Toutefois, les importations sont surtout l'œuvre de sociétés associées.

Exportations
L'Argentine n'exporte pas de produits de porc.

Déboités commerciaux pour les produits canadiens
Si ses prix sont compétitifs, le Canada pourrait à certaines périodes trouver en Argentine des débouchés pour ses produits. Actuellement, les autorités argentine n'autorisent pas l'entrée de porc canadien pour des questions de santé des animaux. Le Canada ne peut pas envisager de démarches de commercialisation tant que ce problème n'aura pas été résolu. À ce moment-là, la demande argentine pourrait ne pas exister ou se retrouver dominé par les produits brésiliens à bas prix.

Accès au marché
Les tarifs douaniers pour le porc congelé sont de 5% sur le prix CAF auxquels s'ajoutent 10% pour la taxe statistique et 18% de TVA.

BARBADE

Grâce à une augmentation de sa production et à la stabilisation de la demande, la Barbade est rapidement en voie de devenir autosuffisante en porc. Ainsi, en 1992, le pays parvenait à satisfaire à 71% de la demande locale, contre seulement 38% en 1991. La Barbade limite ses importations au porc pour la transformation, et un permis est requis. Le pays peut donc autoriser les importations seulement dans les périodes où l'offre ne suffit pas à répondre à la demande locale. En 1992, le Canada a été le plus gros fournisseur de la Barbade en ce qui concerne le porc destiné à la transformation. Les statistiques qui suivent s'appliquent uniquement à la Barbade.

Production nationale

1991	19 850 têtes
1992	22 049 têtes

On évalue à environ 24 000 têtes le cheptel porcin de la Barbade. Les coûts des provendes représentent entre 65% et 70% des coûts de production. La production nationale a augmenté d'environ 10% par année depuis 1988.

	1991	1992	Var. (%)
Nombre total de porcs abattus*	19 850	22 049	11,1
Poids vif total (tonnes)	1 593	1 727	8,4
Poids moyen des porcs (kg)	80	78	- 2,5
Poids total des carcasses (tonnes)**	1 115	1 209	8,4
Carcasse moyenne (kg)	56	55	- 1,8
Nombre total de carcasses absorbées par les transformateurs***	6 639	8 380	26,2
Poids total des carcasses absorbées par les transformateurs (tonnes)	422	489	15,8
Poids moyen des carcasses (kg)	64	58	- 9,4
Carcasses absorbées par les transformateurs (% du total)	33	38	15,2
Poids absorbé par les transformateurs (% du total)	38	40	7,9
Poids du porc importé utilisé par les transformateurs (tonnes)	680	202	- 59,7
Poids total du porc transformé (tonnes)	1 102	691	- 37,3
Porc importé transformé (% du total)	62	29	- 53,2

	1991	1992	Var. (%)
Nombre total de carcasses sur le marché du frais	13 211	13 669	3,5
Poids total des carcasses sur le marché du frais (tonnes)	693	720	3,9
Poids moyen par carcasse (kg)	52	53	1,9
Carcasses sur le marché du frais (% du total)	67	62	- 7,5

* Nombre total de porcs abattus à l'abattoir de BMC, au marché public Six Roads et dans les abattoirs du nord du pays.

** 70% du poids vif total.

*** Données provenant d'un sondage.

Le gouvernement n'offre pas de programme de soutien des prix. Toutefois, les producteurs sont consultés avant que les importations ne soient autorisées.

Consommation intérieure

1991	693 063 kg	38% de produits locaux
1992	719 781 kg	71% de produits locaux

Si les consommateurs achètent plus de porc, c'est parce qu'on en a amélioré la qualité et la présentation. En 1989, le pays a enregistré une augmentation de 38,3% de la consommation de porc frais, et cette hausse s'est maintenue à environ 8% par année.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement n'offre ni programmes d'aide, ni subventions à l'industrie porcine de la Barbade. Toutefois, la BAS accorde des prêts aux producteurs.

Importations

Pour l'année 1991 (en tonnes) :

	Total	Canada	É.-U.
Porc frais, réfrigéré, congelé	593	511	82
Pieds de porc	181	129	52
Porc, salé ou en saumure	598	562	36
Abats	274	206	53

Exportations

Le pays a exporté des saucisses en très faibles quantités vers d'autres pays membres du CARICOM.

Accès au marché

La Barbade adhère au Tarif extérieur commun qui détermine le taux de droit applicable aux importations extra-régionales. Le porc frais, réfrigéré et congelé est importé en franchise de droit. Toutefois, son importation est réservée exclusivement aux transformateurs, et ceux-ci doivent détenir un permis. Les taux applicables sont de 35% pour le jambon et le bacon et de 5% pour le porc salé ou en saumure. Les produits doivent satisfaire aux exigences des ministères de l'Agriculture et de la Santé.

Transport et distribution

Les importations peuvent s'effectuer par tout genre de mode de transport aérien ou maritime. Une fois au pays, les produits sont acheminés par voie terrestre jusqu'à leur destination finale.

Liste des importateurs

Hipac Ltd.
Box 870E, Bridgetown
Barbados
Tél. : (809) 427-5621
Télec. : (809) 427-6938
Contact: Leslie Proverbs

Barbados Marketing
Corporation
Princess Alice Highway
Bridgetown, Barbados
Tél. : (809) 427-5250
Télec. : (809) 426-0694

Barbados Packers and
Canners Edghill
St. Thomas, Barbados
Tél. : (809) 425-0062

Pour un complément
d'information:

Haut-commissariat du
Canada
P.O. Box 404
Bridgetown
Tél. : (809) 429-3550
Télec. : (809) 429-3780
S'adresser à: Mme Charlotte
Hutson
Agent commercial

BRÉSIL

Production nationale

Avec ses 35 millions de porcs, surtout de race Landrace, Large White et Duroc, le Brésil détenait en 1992 le quatrième cheptel porcin du monde. Le sud du pays rassemble à lui seul 40 % du cheptel national et compte pour 88 % de l'abattage sous inspection fédérale. La production commerciale du Brésil est dominée par des entreprises de transformation implantées dans le sud et le sud-ouest.

On évalue la production brésilienne à un million de tonnes, soit 18 millions de porcs abattus. Le faible niveau de consommation annuel (8 kg par habitant) combiné à une profonde récession, qui s'est traduite par une répartition des richesses de plus en plus disproportionnée au cours des dix dernières années, n'ont pas encouragé les éleveurs à augmenter leurs troupeaux. Le Brésil ne réglemente pas les prix et n'offre pas de programmes d'aide aux producteurs.

Le rendement des carcasses, la teneur en gras et l'épaisseur du gras dorsal ne sont toujours pas considérés comme des facteurs clés de compétitivité, car il n'existe pas de système de classification fédéral des carcasses. Le secteur a quand même amélioré ses rendements de 1977 à 1987, lorsque des sociétés à intégration verticale ont commencé à dominer le marché, avec des porcs élevés dans des petites fermes (moyenne de 100 porcs chacune) bénéficiant d'une aide partielle pour l'alimentation et d'une assistance technique intégrale (inspections de santé et d'hygiène y compris).

Politiques gouvernementales

Les autorités fédérales ont mis sur pied un programme destiné à améliorer la santé du cheptel national. Ainsi, l'Office brésilien de la recherche (EMBRAPA) et Agriculture Canada collaborent déjà, d'une façon informelle, à travers la formation dispensée à des techniciens brésiliens à l'université de Guelph pour l'élaboration d'un système d'évaluation des carcasses semblable à celui du Canada. Le programme devrait être mis en place d'ici les deux prochaines années. L'introduction d'un système de classification des carcasses, calqué sur le modèle canadien, et évaluant le rendement, la teneur en gras et l'épaisseur du gras dorsal, pourrait entraîner l'augmentation du nombre de porcs d'élevage.

Consommation intérieure

Environ 30% du porc produit au Brésil est consommé frais, le reste sous forme de produits transformés, comme les jambons, viandes fumées, saucisses, etc. La consommation totale s'élève à 956 000 tonnes, soit 8 kg par an et par habitant. Le porc vient au troisième rang des préférences des consommateurs brésiliens, après le boeuf et la volaille. Les produits à base de volailles, 30% moins chers que ceux à base de porc ou de boeuf, sont en demande croissante. Au cours des 15 dernières années, la consommation de volailles a plus que doublé, alors que celle du boeuf et du porc a diminué de 30% et 18%, respectivement.

Pour encourager la consommation du porc frais, les producteurs devront améliorer l'aspect des coupes ainsi que leur présentation au détail. Le nombre croissant de femmes entrant sur le marché de l'emploi et préférant les produits prêts à consommer ou faciles à préparer porte à prévoir une augmentation de la consommation des produits transformés. Ainsi, la consommation devrait augmenter d'environ 25% pour atteindre 10 kg par habitant d'ici l'an 2 000.

Importations

Le Brésil est à toute fin pratique auto-suffisant et ses importations sont assez rares. Cependant, dans le cadre du plan Collor (1989-1990), le pays a acheté des quantités limitées de porc et d'abats congelés à l'Argentine, aux États-Unis et au Canada. Le Brésil n'importera probablement pas beaucoup de porc au cours des années à venir.

Exportations

Le Brésil est un pays exportateur net de porc :

1990	13 127 tonnes	22 200 000 \$ US
1991	17 312 tonnes	29 900 000 \$ US
1992	43 816 tonnes	73 500 000 \$ US

Les marchés à l'exportation du Brésil se répartissent comme suit (en %) :

	1990	1991	1992
Hong Kong	66	82	41
Îles Canaries	26	-	12
Argentine	-	-	35
Autres	8	18	12

Produits exportés :

- Frais ou congelés : filets, jambons, épaules, côtes, abats
- Transformés : jambons fumés

En 1992, les exportations de porc ont fortement augmenté, surtout du fait du taux de change favorable avec l'Argentine ainsi qu'en raison des bas prix sur le marché intérieur. Cherchant à percer les marchés d'Extrême-Orient (Singapour, Chine, Hong Kong et Japon) et d'Europe (Italie, Portugal, Hongrie et Pologne), le Brésil tente actuellement d'améliorer son statut vétérinaire. Depuis le début des années 1980, le pays n'a pas enregistré d'épidémie de peste porcine. De plus, l'introduction de la norme EOPS (exempt d'organisme pathogène) a amélioré l'image de la viande brésilienne. L'Association nationale de l'industrie porcine a élaboré un plan stratégique visant à augmenter ses exportations.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Le Brésil offre peu de débouchés commerciaux pour le porc canadien, sauf en périodes de pénuries. Dans ce cas, les fournisseurs potentiels sont les pays voisins, notamment l'Argentine et l'Uruguay, qui bénéficient des avantages prévus par l'accord Mercosur.

Foire commerciale

- FISPAL (22 au 25 juin 1993)

Accès au marché

- Tarif douanier 10%

Tous les pays sont soumis à ce tarif, sauf que les pays latino-américains signataires de l'accord ALADI qui jouissent d'une remise de 15%.

- Taxe sur la valeur ajoutée 18%

Cette taxe, calculée sur la valeur CAF augmentée du tarif douanier, est perçue au moment du dédouanement des marchandises.

- Certificats sanitaires et vétérinaires

Ces documents doivent certifier que les troupeaux sont exempts de maladies déjà disparues du Brésil, comme la peste ou le choléra du porc.

Liste des importateurs

Sudanisa Cia Indl De Alimentos
Rua Fortunato Ferrax,
529/569
05093 - Sao Paulo, SP
Tél. : 55 11 260 8612
Télé. : 55 11 833 3800
Mr. Joao Bellotti,
Director Cabanha Comercial

Bon-Beef Ind. E Com. De Carnes
Rua Nanuque, 652
05302 - Sao Paulo, SP
Phone: 55 11 261 1911
Télé. : 55 11 832 4339
Mr. Vasco Carvahô Oliveira Jr.,
President

Ceval Agro Indl SA
Rod. Jorge Lacerda, KM 20
89110 - GASPARG, SC
Tél. : 55 473 32 2176
Télé. : 55 473 31 2005
Mr. Antonio Yafelici

Sadia-Oeste Sa
Al. Tocantins, 525
06400 - Barueri, SP
Tél. : 55 11 420 4333
Télé. : 55 11 420 4394
Mr. Ademir Maraschin,
Director

Sola Sa Ind. Alimenticias
Av. Zoelo Sola, 1100
28800 - Tres Rios, RJ
Tél. : 55 242 52 0112
Télé. : 55 242 52 0755
Carlo Sola, President

Comrcio Industria Carnes Floresta
Rodovia SP-284 KM 519 - gua de Lavadeira 19600-00
Rancharia, SP
Phone: (55 182) 51-1800
Télé. : (55 182) 51-1034
MR. Paulo Roberto Custodio De Souza, Director

Frigorifico Bordon Sa
Rua Irineu Jose Bordon, 215
05120 - Sao Paulo, SP
Phone: 55 11 260 1011
Télé. : 55 11 832 4328
Mr. Geraldo Moacir Bordon,
President

Frisa Frig. Rio Doce S/A
Rua Marui Grande, 58
24110 - Niteroi, RJ
Phone: 55 21 719 4255
Téléc. : 55 21 718 5886
Mr. Arthur Arpini Coutinho,
Cabanha Comercial
Importadora E Exportadora
Rua Rodrigues Alves, 2623
95070 - Caxias Do Sul, Rs
Phone: 55 54 222 4448
Téléc. : 55 54 222 6944
Mr. Antonio Yafelici

Frigorífico Bertin Ltda.
Av. Brigadeiro Faria Lima,
1451-5 Andar
01451-000 - Sao Paulo, SP
Phone: 55 11 816 7577
Téléc. : 55 11 814 2542
Mr. Atalino Bertin, Director

Frigorífico Serra Grande
Fazenda Santana S/NR -
TUCUM
29141-720, Cariacica, ES
Phone: (55 27) 336 4545
Téléc. : (55 27) 336 4488
Mr. Eraldo Serrao

Frigorífico Taurus Ltda.
Rua Pedro Tipoli, 409
09400-00 Ribeirao Pires, SP
Tél. : (55 11) 459 3955
Téléc. : (55 11) 459 7888
Mr. Elson Jeronimo, Indl
Director

Importadora de Alimentos Do
Clear Ltda.
Rua Governador Sampaio, 144
- Centro 60055-050
Fortaleza, Ceara
Tél. : (55 85) 231-5449
Téléc. : (55 85) 231-4556
Mr. Manuel Pessoa de Araujo
Junio, Director

Organizacao Nossa Senhora da
Abadia Ltda.
Supermercado Mineiro
Rua Paracatu, 1385 - Santo
Augustinho
30180-091 Belo Horizonte, MG
Tél. : (55 31) 275-4242
Téléc. : (55 31) 275-2874
Mr. Walter Santana, Director

Perigao Agroindustrial S/A
Bairro Sao Cristovao
88665 - Capinzal, SC
Tél. : 55 495 33 0066
Téléc. : 55 495 33 0052
Mr. Paulo do Oliviera, Director

**Pour un complément
d'information:**

Ambassade du Canada
Caixa Postal 07-0961
70410 Brasilia D.F.
Tél. : (011-55-61) 321-2171
Téléc. : (011-55-61) 321-4529

Consulat Général du Canada
Caixa Postal 22002
01499 Sao Paulo SP
Tél. : (011-55-11) 287-2122/
287-2234/287-2601/287-2176
Téléc. : (011-55-11) 251-5057
Contact: Ms. Sonia Silva
Commercial Officer

CHILI

Production locale

En 1992, la population porcine du Chili s'est élevée à 1 762 637 têtes et le pays a produit 138 402 tonnes (en poids de carcasses). Depuis 1988, la production a augmenté de 10 %.

Année	Nombre de porcs	Production de viande de porc (tonnes)
1987	1 246 002	88 255
1988	1 383 607	100 113
1989	1 570 426	113 225
1990	1 666 679	123 171
1991	1 700 746	128 835
1992	1 762 637	138 402

En 1992, chaque truie a produit en moyenne 23 porcelets. L'indice d'efficacité alimentaire était de 3,1 et le rendement carcasse de 82 %. Le coût de production d'un porc vivant était de 0,80 dollar américain par kilo. Le Chili a du fourrage en abondance, en majorité du maïs et de la farine de poisson. Il dispose des connaissances nécessaires pour produire de la viande de porc maigre de bonne qualité. Le pays est autosuffisant. Les producteurs sont installés pour la plupart au sud et dans le centre du pays.

Consommation nationale

En 1992, la consommation par personne a été de 9,6 kg.

Année	Boeuf	Porc	Poulet
1988	15,6	7,0	8,5
1989	17,8	7,8	8,3
1990	19,1	8,7	8,6
1991	18,3	9,2	8,8
1992	15,8	9,6	11,6

Au Chili, la viande de porc a une image de marque positive. La consommation de produits de transformation du porc est en progression.

Exportations

Le Chili exporte presque uniquement de la viande de porc congelée (surtout des jambons) vers l'Argentine.

1992	6 054 tonnes	9 518 061 dollars américains
1991	7 544 tonnes	

Ces exportations à destination de l'Argentine sont plutôt stables et elles dépendent du prix atteint par la viande de porc brésilienne vendue à l'Argentine.

Importations

Le Chili n'a pas fait d'importations en 1992.

Accès au marché

Droits de douane 11 % sur la valeur CAF + 18 % de taxe à la valeur ajoutée

Débouchés offerts aux produits canadiens

Ils sont actuellement très limités, mais ils pourraient augmenter si les prix sont compétitifs. Les ventes directes aux supermarchés pourraient avoir un avenir prometteur.

Transport et distribution

Les produits peuvent être acheminés par air et par mer. Le Chili possède un bon réseau de transport et de bons entrepôts en nombre suffisant.

Grandes foires commerciales

EXPOAGRO 1993

Casilla (B.P. 40-D)

Santiago, Chili

Tél. : (011-56-2) 533-2838

Télec. : (011-56-2) 533-1667

Dates : 7 - 12 septembre 1993

Liste des principaux importateurs

Frigorífico Lo Valledor Sa.,
Av. Carlos Valdovinos 3460
Santiago
Tél. : 562-683-3003
Télec. : 562-683-3779

Frigorífico O'Higgins Sa
Camino A. Melipilla 8139
Maipu
Tél. : 562-557-8745
Télec. : 562-557-3747

Cecinas Super
San Pablo 9500
Santiago
Tél. : 562-643-1899
Télec. : 562-643-2295

Cecinas Winter Sa
Montréal 4561
San Miguel, Santiago
Tél. : 562-552-1970
Télec. : 562-643-2295

Cecinas San Jorge Sa
Miguel De Atero 2459
Quinta Normal, Santiago
Tél. : 562-775-1177
Télec. : 562-773-6611

Mitrax Sa
Av. 11 De Septiembre 2214
Of.99
Santiago
Tél. : 562-231-2085
Télec. : 562-231-1782

**Pour un complément
d'information:**

**Ambassade du Canada
Casilla 771**

**Santiago
Tél. : (011-56-2) 696-2256
Télec. : (011-56-2) 696-0738
S'adresser à: M. Pablo Serez
Agent commercial**

COLOMBIE

Les prix élevés de la viande de boeuf, attribuables à une pénurie (conservation des vaches dans le cycle de reproduction du bétail), contribuent d'habitude à faire hausser la demande pour le porc, les prix du porc suivant la même tendance. C'est ainsi qu'en 1992 la consommation de produits de la volaille et de la pêche a augmenté, ces produits étant offerts à des prix plus concurrentiels. Après avoir ouvert son économie aux marchés mondiaux, la Colombie a importé des produits de la volaille pour la première fois en 1992. Si les prix du boeuf continuent à augmenter en 1993, il est possible que le pays importe quelques milliers de tonnes de porc pour alléger la pression.

Production nationale

La production nationale s'élevait à 124 000 et 126 000 tonnes en 1991 et 1992, respectivement, et on prévoit qu'elle atteindra 129 000 tonnes en 1993. On évalue à quelque 3,5 millions de têtes le cheptel porcin de la Colombie, qui ne cesse d'augmenter en raison des prix élevés du porc. En Colombie, la production porcine accuse un retard considérable par rapport à la production bovine. Ces deux dernières années, les éleveurs ont gardé les vaches dans leurs troupeaux, ce qui a entraîné une hausse des prix du boeuf qui s'est répercutée sur ceux du porc. On prévoit que cette situation cessera à la fin de 1993, contribuant à augmenter l'offre de boeuf sur le marché et par conséquent fera baisser les prix du porc.

Deux importantes entreprises de transformation du porc contrôlent 90% du marché colombien : ZENU, qui possède des usines à Medellin et à Bogota, et RICA RONDA, située à Cali.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement n'offre pas de programmes particuliers visant à stimuler la production porcine. Toutefois, le Fonds de financement agricole (FINAGRO) consent des prêts aux producteurs à des taux d'intérêt comparables à ceux des prêts accordés à d'autres secteurs agricoles.

Consommation intérieure

En Colombie, la demande de porc, qui reste très faible, a toujours été satisfaite par la production locale. La consommation moyenne de produits de la viande par habitant est de 39 kg, dont 3,1 kg pour le porc. La consommation de porc pourrait facilement doubler si les prix étaient concurrentiels. Dans l'ouest du pays, la consommation de porc est trois fois plus élevée que la moyenne nationale. Depuis les deux dernières années, les prix élevés du porc ont fait baisser la demande, bien que la consommation de sous-produits ait considérablement augmenté.

On constate que les Colombiens consomment davantage de sous-produits du porc lorsque les prix du boeuf sont élevés. La consommation de porc demeurera faible jusqu'à la fin de 1993 et augmentera par la suite lorsque les prix du boeuf diminueront.

Pour les différents produits de la viande, la consommation actuelle s'établit comme suit : boeuf 55%, volaille 26%, porc 9% et poisson 10%. Ces deux dernières années, la consommation de volaille et de poisson a considérablement augmenté au détriment du boeuf et du porc, les prix de ces produits étant plus concurrentiels.

Importations

Par le passé, la Colombie n'importait pas de porc. Il y a sept ans, de grandes quantités de porcs sur pied ont été importées clandestinement du Venezuela en raison des subventions élevées sur les céréales que ce pays accordait. Ces subventions ont été supprimées. La Colombie a importé seulement du lard, de la peau et des tripes de porc du Venezuela, d'Espagne, des États-Unis et du Pérou, en 1991 et 1992.

Exportations

De petits chargements de porc, soit 1 000 carcasses réfrigérées par mois, ont été acheminés par camion en Équateur au cours des deux dernières années. Un incitatif à l'exportation, sous forme de certificat de remboursement d'impôt sur le revenu équivalant à 5% du prix FAB, sera éliminé en janvier 1994. La Banque d'exportation de Colombie (BANCOLDEX) ouvre des crédits spéciaux aux exportateurs.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Si les prix du boeuf augmentent, les importations de porc pourraient augmenter à court terme et ainsi faire baisser les prix du porc local.

Accès au marché

Taux de droit : 20% ad valorem

Le ministère de l'Agriculture doit approuver les importations. Comme les importations de volaille ne sont pas contingentées, on peut s'attendre à ce que les importations de porc ne le soient pas non plus.

Transport et distribution

La voie maritime est le mode de transport le plus simple pour le porc congelé et réfrigéré. On peut acheminer les produits par camions réfrigérés vers les grandes villes, bien que les installations de réfrigération dont celles-ci disposent soient plutôt limitées. Les coûts de réfrigération sont élevés dans les 15 principales villes du pays. À l'heure actuelle, il n'existe pas en Colombie de réseau établi de distribution des produits importés. Toutefois, on peut envisager soit de traiter avec des agents qui se chargeront de distribuer les produits aux supermarchés et aux principales boucheries dans les grandes villes, soit de les vendre directement aux supermarchés.

Contacts gouvernementaux

Dr. Jorge Tovar
Division Carnicos
Ministerio de Agricultura
Avenida Jimenez Nº 7-65
Santa Fé de Bogota
Tél. : (011-57-1) 334- 1199,
poste 418/419
Télé. : (011-57-1) 284-1775

Liste des importateurs

Distraves Ltda.
Carrera 24 NQ 51-32
Bucaramanga
Contact: Mme Claudia
Guzman, Gérant général
Tél: (011-57-7) 471-329
Télé.: (011-57-7) 471-297

Carnes Los Sauces Ltda.
Avenidas Boyaca NQ 54-06
Santa Fé de Bogota
Contact: M. Raul Castellanos,
Gérant général
Tél: (011-57-1) 295-4777
Télé.: (011-57-1) 295-6095

Supermarchés

Cadenalco S.A.
Calle 30A NY 65B-57
Medellin
Contact : M. German
Jaramillo, président
Tél. : (011-57-4) 265-1515
Télé. : (011-57-4) 235-6196

Carulla y Cia. S.A.
Carrera 68D NQ 21-35
Santa Fé de Bogota
Contact : M. Romano Vargas,
directeur de la
commercialisation
Tél. : (011-57-1)
292-4555 / 411-4288 ;
commercialisation :
(011-57-1) 292-4546
Télé. : (011-57-1) 411-4194

POMONA

Calle 109 NQ 6-70
Santa Fé de Bogota
Contact : M. Jaime Merino,
directeur général
Tél. : (011-57-1)
215-8118/215-8184/215-7981;
commercialisation :
(011-57-1) 215-8184
Télé. : (011-57-1) 611-0225

Supertiendas Olimpicas S.A.
Apartado 17516
Santa Fé de Bogota
Contact : M. Pablo Villalba,
directeur
Tél. : (011-57-1) 413-7075
Télé. : (011-57-1) 413-6180

Almacenes Exito S.A.
Apartado 3479
Medellin
Tél. : (011-57-4) 331-0544
Télé. : (011-57-4) 331-4792

Importateurs de produits alimentaires

Internaciones Ltda.
Carrera 4 NQ 55-45
Cali
Contact : M. Luis Perez,
directeur général
Tél. : (011-57-23)
471-884/471-879
Télé. : (011-57-23) 471-885

John Restrepo Cia.
Carrera 50 NQ 54-51
Medellin
Contact : M. Eduardo
Restrepo
Tél. : (011-57-4)
113-840/317-618

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Apartado Aero 53531/2
Bogota 2
Tél. : (011-57-1) 217-5152
Télé. : (011-57-1) 310-4509

S'adresser à: M. Carlos Van
Cottnem
Agent commercial

COSTA RICA

Production locale

En 1992, la population porcine était évaluée à 650 000 têtes et on a abattu cette année-là 250 000 porcs.

Politique gouvernementale

Le gouvernement donne des incitations à la production telles que des exemptions de droits à l'importation pour de l'équipement et des intrants. Il exige maintenant des contrôles environnementaux, mais, dans la pratique, ceux-ci ne sont pas encore respectés à grande échelle. Certains grands centres d'élevage porcin ont, toutefois, des installations de purification qui permettent le recyclage de l'eau.

Consommation nationale

En 1991, la consommation nationale a été évaluée à 15 000 tonnes au total, avec une consommation par personne de 5,3 kg. 15% de la production est consommée dans les ménages, tandis que les 85 % restants sont transformés en saucisses pour hot dogs, en jambon et autres produits fumés et transformés.

Exportations

En 1992, le Costa Rica a exporté 145 000 tonnes de porc congelé et de jambons traités vers Porto Rico et l'île de San Andrés.

Importations

Le Costa Rica n'est pas un importateur de porc par tradition, puisque sa production locale satisfait à la demande nationale.

Accès au marché

Tarif douanier 125% valeur CAF

Contacts gouvernementaux et industriels:

Ministerio de Agricultura y Ganaderia
B.P. 10094-1000
San Jose
Tél. : (011-506) 324496
Télec. : (011-506) 322103

Consejo Nacional de Produccion

B.P. 2205-1000
San Jose
Tél. : (011-506) 266033
Télec. : (011-506) 339660

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Apartado Postal 10303-1000
San Jose
Tél. : (011-506) 553522
Télec. : (011-506) 232395
S'adresser à: M. Manuel Ruiz
Agent commercial

CUBA

La sévère récession économique, officiellement baptisée «période spéciale», que subit actuellement Cuba a provoqué un manque de matières premières, réduisant ainsi la capacité de production et d'importation de Cuba. Cette situation a des répercussions sur tous les secteurs, dont celui de l'agriculture. Ainsi, l'industrie du porc a vu décroître ses activités d'abattage et de transformation. Pour répondre à la demande de porc congelé et transformé émanant de l'industrie du tourisme international et des résidents étrangers qui ont accès aux devises fortes, Cuba a été obligé d'acheter du porc à l'étranger. Les politiques d'achat du pays accordent une très faible priorité aux importations de ces produits pour sa population.

Production nationale

Les statistiques cubaines ne sont généralement pas à jour. De plus, du fait de la «période spéciale» d'austérité qui en est maintenant à sa troisième année, les données récentes n'ont pas été publiées. Les statistiques les plus récentes du Comité d'État de la statistique datent de 1989 et évaluent à 110 400 tonnes la production de porc et à 1 393 400 le nombre de porcs abattus. L'aggravation des conditions économiques s'est traduite par la chute de la production de porc qui, en 1991 et 1992, n'a probablement atteint que 10% 100 du niveau de 1989.

Toute la production est contrôlée par l'État, à l'exception des petites fermes privées dont les produits sont consommés par les éleveurs et vendus (illégalement) à la population locale. Ces activités sont cependant minimes et n'entrent pas dans les statistiques officielles du pays. Les principales usines de transformation sont situées à La Havane et à Camaguey. Bien que datant d'avant 1959, elles ont donné lieu à de vastes programmes d'amélioration et de modernisation par l'achat de machines provenant d'Italie et de l'ancienne Allemagne de l'Est.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement cubain n'offre pas de programmes d'aide à la production porcine. Les contrôles environnementaux, bien qu'existant en théorie, sont rarement appliqués. Les grands centres d'élevage porcins sont cependant dotés d'installations permettant le traitement des eaux.

Les programmes pour le bien-être des animaux, établis et mis en place par l'Institut de médecine vétérinaire et le ministère de l'Agriculture, sont largement respectés. Les experts cubains soumettent le cheptel porcine à des inspections sanitaires régulières ainsi qu'à des programmes de vaccination. Toutefois, du fait de la faible capacité d'importation de Cuba, l'achat de produits pharmaceutiques et vétérinaires s'est avéré plus difficile, ce qui a des effets sur la fréquence et l'application des programmes sanitaires. Malgré cette situation, le gouvernement cubain n'a pas rapporté de cas de mortalité animale attribuable à un manque de produits pharmaceutiques.

Consommation intérieure

L'annuaire statistique cubain de 1989 fait état d'une consommation intérieure de 67 100 tonnes de porc. Cependant, cette quantité ne reflète pas exactement la consommation de la population cubaine, car elle intègre les activités d'hôtellerie et de restauration. En fait, il est difficile d'évaluer le niveau de consommation actuel de la population cubaine, puisque les produits du porc ne sont plus distribués au détail depuis quatre ans. Cette viande se vend seulement par l'entremise de fermiers indépendants, du marché noir et d'individus qui, dans certaines banlieues cubaines, ont obtenu l'accord des autorités pour élever des porcs. (Certaines familles en élèvent même dans leur baignoire).

Le porc reste, avec le boeuf, la viande préférée des Cubains. Il est le principal ingrédient des mets traditionnels du pays et figure au menu de toutes les réceptions, célébrations importantes ou événements spéciaux. L'austérité économique et la pénurie dans les magasins n'auront probablement pas raison de ce comportement.

Importations

Pour des raisons sanitaires, Cuba n'importe du Canada que du porc congelé, principalement sous forme de demi-carcasses. Le produit est ensuite transformé et conditionné par les entreprises cubaines. La viande importée sert à la fabrication de divers types de salami, de saucisses pour hot-dogs et de porc haché, tandis que les coupes sont directement acheminés vers les hôtels et restaurants.

Selon Statistique Canada, les exportations canadiennes de viande porcine à Cuba au cours des neuf premiers mois de 1992 ont été les suivantes :

• Carcasses et demi-carcasses fraîches ou réfrigérées	2 tonnes	4 000 \$
• Jambons, épaules et leurs coupes non désossés, frais ou réfrigérés	22 tonnes	52 000 \$
• Coupes fraîches ou réfrigérées	0,3 tonne	2 000 \$
• Carcasses et demi-carcasses congelées	1 644 tonnes	3 600 000 \$
• Coupes congelées	349 tonnes	1 000 000 \$
• Poitrines et coupes salées/fumées	3,3 tonnes	35 000 \$
• Viande salée/fumée	3,5 tonnes	36 000 \$

Exportations

Cuba n'exporte pas de produits du porc.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Sur le marché du porc réfrigéré ou congelé, le Canada n'a pas vraiment de concurrents. Cependant ce sont des entreprises italiennes et néerlandaises qui approvisionnent Cuba en produits transformés comme le salami, les jambons, les saucisses pour hot-dogs et le bacon. On évalue ce dernier marché à 5 millions de dollars. Jusqu'à présent, les ventes de ce type de produits par le Canada n'ont jamais dépassé 120 000 \$. Pourtant,

devant l'excellente qualité des produits et les normes sanitaires exigeantes du Canada, les acheteurs cubains avaient indiqué à plusieurs reprises leur intention d'accroître leurs achats. Cette retenue pourrait s'expliquer par la tendance des acheteurs cubains à maintenir leurs relations avec les fournisseurs établis et reconnus.

Du fait de meilleurs services de transport et de coûts d'affrètement moindres que les producteurs européens, Cuba pourrait en 1993 augmenter ses importations de porc transformé en provenance du Canada.

Foires commerciales

Il est conseillé aux exportateurs canadiens de participer aux foires commerciales suivantes :

- ALIMEXPO Septembre 1994
- TECNOTUR Mai 1993
- Foire internationale de La Havane Novembre 1993

Accès au marché

Une fois que les acheteurs cubains ont passé commande, l'accès au marché ne pose aucun problème.

Transport et distribution

L'accès à Cuba peut se faire par voie aérienne ou maritime; le pays est pourvu des installations nécessaires à la manutention des chargements de produits congelés et transformés. À leur arrivée à l'aéroport de La Havane, les produits sont acheminés dans des installations d'entreposage appropriées, soit par camions réfrigérés, pour les denrées périssables ou congelées, soit par camions ordinaires, pour les produits en conserves. Puis les marchandises sont transportées des entrepôts aux magasins ou aux hôtels et restaurants.

Toutes les importations sont gérées par des agences d'État, qui font aussi office de distributeurs.

Bureaux gouvernementaux

Division des viandes
Ministère de l'industrie alimentaire
Avenida 41 n° 4455
La Havane

Recommandations aux exportateurs canadiens

Les entreprises canadiennes ainsi que leurs concurrentes italiennes, néerlandaises et dans une moindre mesure, espagnoles, ont participé avec succès aux principales foires commerciales tenues à Cuba en 1992. Elles ont également organisé des expositions

exclusives destinées aux acheteurs cubains. Tous les fournisseurs canadiens sont invités à participer aux foires cubaines du secteur de l'alimentation.

Les entreprises désirant pénétrer le marché cubain doivent absolument se munir de persévérance et de patience. Leurs représentants devraient se rendre au moins deux fois par an à Cuba afin d'entretenir les contacts déjà établis et de cerner les nouveaux besoins ou attentes. Les exportateurs ne doivent pas s'attendre à signer de contrat au cours des deux ou trois premières visites. En effet, les acheteurs cubains préfèrent prendre le temps d'analyser et de cultiver progressivement la confiance envers leurs nouveaux fournisseurs.

Liste des importateurs

Sociétés d'État important du porc

ALIMPORT

Infanta 16
Vedado, Ciudad Habana
Contact: Ana Vivian Gonzalez,
acheteuse
Tél. : (011-53-7) 7-4971 @ 79
Télé. : (011-53-7) 70-1274

International Trading House (ITH)

Calle 26 Esquina a 7ma
Avenida
Miramar, Playa, Ciudad
Habana
Contact: Lourdes Gutierrez,
Acheteuse principale
Tél. : (011 -53-7) 33-1404
Télé. : (011 -53-7) 33-1402

CUBALSE

(Importations pour le Corps
diplomatique)
Avenida Tercera y Final
La Puntilla, Miramar,
Ciudad Habana
Contact: Xiomara Ferrer,
acheteuse
Tél. : (011 -53-7) 33-2794
Télé. : (011 -53-7) 33-1263

Treviso Trading

Calle 2 nQ 106
Miramar, Playa, Ciudad
Habana
Contact: Roberto Gonzalez,
directeur
Tél. : (011 -53-7) 33-2287
Télé. : (011-53-7) 33-2409

ABATUR

Edificio 54, Planta Baja
Ciudad Camilo Cienfuegos
Habana del Este, Ciudad
Habana
Tél. : (011 -53-7) 65-6567
Télé. : (011-53-7) 33-8219

GAVIOTA

(importe le porc non
transformé par ALIMPORT et
transformé par Trevisto)
Calle 16 # 514
Miramar, Playa, Ciudad
Habana
Tél. : (011 -53-7) 81 -2908
Télé. : (011 -53-7) 33-2780

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Section commerciale
C.P. 500 (HVAN)
Ottawa (Ontario)
K1N 8T7

Tél. : (011-53-7)
33-2516 / 17 / 27
33-2382 33-2752

Télé. : (011-53-7) 33-2044
S'adresser à: M. Wayne
MacKenzie

Conseiller
commercial

GUATEMALA

Le Guatemala a pratiquement atteint l'auto-suffisance pour ce qui est de la viande de porc. Les très faibles quantités importées sont des produits spécialisés qui n'ont pas une forte incidence sur la valeur totale du marché ou les chiffres de consommation par habitant.

Production locale

1991	246 900 porcs pour 19 223 600 livres de viande
1992	325 000 porcs pour 24 375 000 livres de viande
1993	350 000 porcs pour 24 500 000 livres de viande (prévisions)

L'industrie de transformation est située dans la ville de Guatemala ou aux alentours.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement n'accorde pas de subventions ou d'autres types d'incitations aux producteurs, et son rôle se limite avant tout à établir et appliquer des mesures et des contrôles sanitaires.

Consommation intérieure

1991	9,4 millions d'habitants	2 livres par habitant
1992	9,7 millions d'habitants	2,5 livres par habitant
1993	10,0 millions d'habitants	2,4 livres par habitant

Les statistiques de la banque centrale pour les 13 dernières années indiquent que la consommation annuelle de porc par habitant a été relativement stable, un sommet de 3,5 livres ayant été atteint en 1980, et 1991 ayant enregistré le niveau le plus bas avec 2 livres. La viande de porc est trop chère pour la majorité de la population, qui mange surtout de la viande de boeuf (8,1 livres par habitant par an) et de la volaille (16 livres par habitant par an). Les conditions sanitaires et les préoccupations à ce sujet influent sur la consommation de porc.

Exportations

	Pays	Quantité (en kilos)	Valeur (CAF en \$US)
1990	El Salvador	10 939	18 591
1991	États-Unis	39 509	60 480

Importations

Dans le registre des Douanes, le porc figure sous la rubrique «Viande de porc, y compris le bacon frais, réfrigéré ou congelé» :

	Pays	Quantité (en kg)	Valeur (CAF en \$US)
1989	États-Unis	38 104	47 400
	Danemark	48	100
1990	États-Unis	36 741	42 391
	Pays-Bas	47	327
1991	États-Unis	18 751	18 364
	Danemark	204	273
1992	(6 mois) États-Unis	107 449	83 729

Accès au marché

Droit de douane de 30 % ad valorem CAF

Les étiquettes canadiennes sont acceptées.

Débouchés pour les produits canadiens

En ce moment, les débouchés sont très limités.

Transport et distribution

Le Guatemala dispose d'installations modernes pouvant desservir n'importe quel moyen de transport.

Liste des importateurs

Almacenes Paiz
1a, Avenida 8-01, Zona 10
Guatemala C.A.
Tél. : 321777 à 83
Télec. : (502-2) 321784
Télex : 5194 PAIZCO GU

Samaritana, S.A. (SERSA)
6a, Calle 4-17, Zona 1
Guatemala C.A.
Tél. : 539777-78-79
53702 à 84
Télec. : (502-2) 715697

Codicasa
5a Calle 1-10, Zona 1
Guatemala, C.A.
Tél. : PBX 720076
Télec. : (502-2) 332048

Dife S.A.
29 Calle 1-43, Zona 3
Guatemala, C.A.
Tél. : 716526
Télec. : (502-2) 711263

Pour un complément d'information:

L'Ambassade du Canada
B.P. 400
Guatemala City
Tél. : (011-502-2) 321411,
321413, 321426 ou 321418
Télécopieur : (011-502-2)
321419
S'adresser à: M. Hugo
Cerezo,
Agent commercial

JAMAÏQUE

Bien que l'industrie de la viande de la Jamaïque soit encore jeune, les importations de porc et produits à base de porc restent très rares et limitées aux cas de pénuries qui suivent généralement des périodes d'abondance. Même si le pays subvient presque entièrement à sa demande intérieure, l'approvisionnement est dépendant des intrants qui sont aussi importés, comme les matières premières des aliments du bétail par exemple.

Production nationale

En 1990, la production de porc s'est élevée à 7 394 tonnes, contre 4 740 en 1991.

Politiques gouvernementales

Les politiques gouvernementales n'ont aucun effet dans ce marché régi par l'offre et la demande. Le prix représente un facteur important et déterminant du niveau de la production annuelle de porc. Ainsi, en 1990, l'augmentation du prix de la nourriture pour animaux a entraîné la hausse des prix de vente, provoquant de ce fait un engorgement dont le marché commence seulement à se remettre.

D'importants programmes d'aide technique sont actuellement en oeuvre pour améliorer et moderniser les installations des éleveurs de porcs. Les éleveurs de boeufs et de volailles en bénéficient aussi. Les experts techniques semblent très optimistes quant aux progrès de l'industrie nationale. De plus, des mesures liées aux prix et aux matières premières importées ont été prises en vue d'assurer la stabilité du marché des aliments du bétail. Ce processus de développement s'étend aussi aux usines de nourriture pour animaux. La plupart des unités de production sont situées dans les zones rurales de l'île et, tout en n'étant pas à la fine pointe de la technologie, respectent les normes en vigueur.

Consommation intérieure

La demande en produits du porc varie selon les saisons. Ainsi, elle augmente au moment de Noël et de Pâques, quand les épaules et jambons traditionnels sont au menu, ou à l'occasion d'autres fêtes comme le carnaval. En dépit de l'aspect saisonnier de certains produits à base de porc, il semble qu'une demande annuelle régulière soit en train de se développer.

Exportations

La Jamaïque n'exporte pas de porc.

Importations

* Importations de 1991 (en tonnes)

	Total	Du Canada	D'autres pays	
● Jambons, épaules et leurs coupes non désossés frais ou réfrigérés	26	26	-	-
● Jambons, épaules et leurs coupes non désossés, congelés	22	22	-	-
● Autres produits congelés	168	165	É.-U.	3
● Pieds de porc	82	17	É.-U.	30
			Irlande	34
● Autres abats congelés	192	78	É.-U.	59
			Irlande	45
			R.-U.	10
● Bacon salé ou en saumure, séché ou fumé	3	3	-	-
● Autres viandes, salées ou en saumure	133	132	E.-U.	1

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Les grandes quantités de produits du porc que la Jamaïque importe proviennent essentiellement du Canada. Ce monopole virtuel ne semble pas menacé, d'autant plus que les fournisseurs américains réclament parfois au haut-commissariat du Canada des produits canadiens pour honorer certaines commandes fermes.

Au cours de ces dernières années, la demande de certains produits du porc a enregistré une croissance, en dépit du caractère saisonnier du marché. Le prix reste un sujet de préoccupation, car il dépend du cours de la monnaie jamaïquaine par rapport au dollar canadien ainsi que tarifs douaniers. La demande croissante de certains produits du porc, comme le jambon, assure des débouchés constants aux fournisseurs canadiens. De plus, de nouveaux distributeurs et importateurs font parfois leur apparition sur le marché.

Transport et distribution

Les importations peuvent s'effectuer par voies aériennes ou maritimes. Des moyens de transport appropriés permettent d'acheminer les produits de leur port d'entrée au lieu d'entreposage réfrigéré puis jusqu'au consommateur. Les canaux de distribution jamaïquaines sont semblables à celles du Canada.

Accès au marché

Tarif douanier

- La Jamaïque adhère au tarif extérieur commun qui détermine le tarif douanier de tous les produits importés dans la région CARICOM. Les taux qui s'appliquent sur les différents produits du porc sont les suivants :

● Jambons, épaules et leurs coupes non désossés congelés	30 %
● Abats comestibles, frais ou réfrigérés	5 %
● Abats comestibles congelés	5 %
● Pieds de porc	5 %
● Graisse de porc	5 %
● Jambon	45 %
● Bacon	45 %
● Autres viandes salées ou en saumure	5 %
● Autres	45 %

Les produits doivent satisfaire aux exigences des ministères de la Santé et de l'Agriculture.

Recommandations aux exportateurs canadiens

Les achats de produits du porc ne s'effectuent pas dans les foires commerciales. Les contacts établis au fil des ans sont encore valables. Les tournées promotionnelles par les représentants des fournisseurs peuvent être un utile circuit.

Il est suggéré de mener des campagnes de promotion génériques à l'occasion de missions commerciales.

Contacts gouvernementaux

- Ministère de l'Agriculture
- Ministère de la Santé
- Office du développement rural et agricole

Liste des importateurs

Grace Kennedy & Company
Ltd
64 Harbour Street
Kingston
Contact: Mr Willie Harrison,
Purchasing Manager
Tél. : (809) 922-3430
Télé. : (809) 922-7567

Grace Food Processors
(Canning) Ltd. 2 Twickenham
Close
Kingston 11
Contact: Mr Patrick Duncan,
Managing Director
Tél. : (809) 923-5048
Télé. : (809) 922-7567

**Pour un complément
d'information:**

**Haut-commissariat du
Canada**
P.O. Box 1500
Kingston 10
Tél. : (809) 926-1500
Télé. : (809) 926-1702
S'adresser à: M. David
Shearer
Premier secrétaire
(commercial)

Grace Food Processors Ltd.
Paradise, Savanna-La-Mar
Westmoreland
Contact: Mr Michael Ranglin,
General Manager
Tél. : (809) 955-2757
Télé. : (809) 922-7567

CVF Lambeck Ltd
94J Old Hope Road
Kingston 6
Contact: Mr. Leon A.
Beckford, Managing Director
Tél. : (809) 927-6792
Télé. : (809) 927-6793

MEXIQUE

Le marché mexicain du porc importé est parmi le plus prometteur de tous les sous-secteurs du marché de l'agro-alimentaire pour les produits canadiens. On observe, au Mexique, une diminution du cheptel porcin et de la production de viande de porc, depuis le niveau record atteint dans les années 1980, en raison de la baisse de revenu net enregistrée par les producteurs pendant la période inflationniste qui a érodé les prix de vente et entraîné une augmentation des coûts des provendes et des immobilisations. Au cours de la même période, la demande totale et la consommation de porc (y compris les abats) sont demeurées plutôt stables, malgré d'importantes fluctuations annuelles de la production et des importations. Les importations, qui ont commencé en 1988, ont fluctué entre 65 et 165 millions de dollars de 1988 à 1992. Les importations de porc canadien, y compris les abats, qui ont aussi fluctué considérablement, étaient estimées en 1992 à 32 millions de dollars, soit plus du double du volume de 1991. On estime à au moins 50% la part potentielle du Canada dans ce marché en pleine croissance. Les droits de 20% applicables aux importations constituent le seul obstacle important. Toutefois, dans le cadre de l'ALENA, ces droits seront éliminés progressivement sur une période de 10 ans. Le porc canadien a l'avantage d'être reconnu pour sa haute qualité et l'excellence des normes d'hygiène auxquels il est soumis.

Production nationale

On s'adonne à l'élevage du porc dans les 31 États du Mexique, mais la production est concentrée dans les états de Jalisco, Mexico, Michoacan, Sinaloa, Sonora, Guanajuato et Veracruz. Les grands producteurs de porcs, qui recourent à de l'équipement de haute technologie, sont situés principalement dans les états du nord-ouest (Sonora et Sinaloa), ainsi que dans l'état de Jalisco et, dans une moindre mesure, ceux de Puebla et de Tlaxcala.

En 1992, on dénombrait au Mexique 444 abattoirs de porcs municipaux et privés, dont 65% étaient concentrés dans les états de Jalisco, Mexico, Michoacan, Sinaloa, Nayarit et Puebla. En outre, on comptait 103 TIF (tipo inspeccion federal - usines inspectées par le gouvernement), dont 25 étaient réservées exclusivement à l'abattage du porc. Les autres se spécialisent dans le boeuf, bien que certaines font aussi l'abattage du porc. Dix des 103 TIF sont accréditées par le ministère américain de l'Agriculture et peuvent expédier de la viande vers les États-Unis. La plupart des TIF, soit 80%, sont détenues et exploitées par des syndicats de producteurs régionaux. On estime à 150 le nombre d'entreprises de transformation (dont bon nombre se spécialisent dans la saucisse) au Mexique. Elles produisent une grande variété de coupes fraîches de porc et de produits du porc transformés à partir de demi-carcasses produites au pays ou importées et de carcasses et de coupes importées.

En 1992, la production atteignait 811 899 tonnes, soit une augmentation de 11,7% et 7,2% par rapport à 1989 et 1991, respectivement.

La légalisation des importations de produits du porc a eu d'importantes répercussions sur la production porcine domestique, qui est passée de 15,9 millions de têtes en 1991 à 13,8 millions en 1992, soit une baisse de 13%. Les produits du porc importés accaparaient 30% du marché, contre seulement 3% en 1990. La production porcine mexicaine demeurera dans une situation précaire si les problèmes de coûts excessifs (proviendes et autres intrants), de crédit et de transport que le pays connaît actuellement se poursuivent.

Prix moyens des proviendes importées, FAB Golfe du Mexique, en mars 1993 :

Maïs n°1 100,01 \$US	Maïs n°2 100,40 \$US	Sorgho n°2 100,40 \$US
Tourteau de sorgho (janvier 1993) 215,90 \$US		Soya 223,20 \$US

Politiques gouvernementales

Le gouvernement mexicain n'offre ni subventions, ni programmes d'aide aux producteurs de porcs.

Consommation intérieure

En 1991, la consommation totale de porcs s'élevait à 866 000 tonnes. La consommation par habitant, qui était de 12 kg en 1988, a chuté à 9,8 kg. En 1991, le coefficient d'autoapprovisionnement du Mexique était de 86%.

Le porc représente, dans l'alimentation mexicaine, une importante source de protéines. Il entre dans la composition d'un grand nombre de plats mexicains, et on le consomme aussi frit (chicharron). La politique du gouvernement qui vise à maintenir les salaires des travailleurs à l'intérieur de certaines limites risque de nuire à la consommation de porc. Toutefois, la demande mexicaine de porc, frais ou transformés, devrait se maintenir au niveau actuel. On peut s'attendre à une hausse de la demande si le pouvoir d'achat des consommateurs s'améliore.

Importations

Pour l'année 1991 :

Quantité totale :	193 755 tonnes
Valeur totale :	160 950 962 \$US

Importations en provenance du Canada : 13 297 tonnes d'une valeur totale de 6 600 760 \$US, soit 7% des importations et 1,5% de la consommation.

	Valeur (\$US)	Quantité (tonnes)
● Porc frais et réfrigéré		
Carcasses et demi-carcasses (0203.11.01)		
Canada	5 327 042	32 210
É.-U.	51 114	100
	5 275 928	32 110

Jambons, épaules et coupes, non désossés (0203.12.01)	28 105 860	16 655
Canada	353 286	232
É.-U.	27 752 574	16 423
Autres (0203.19.99)	1 614 265	799
Canada	230 370	100
É.-U.	1 340 995	680
Danemark	42 900	19
● Porc congelé		
Carcasses et demi-carcasses (0203.21.01)	4 619 359	2 143
É.-U.	2 038 968	1 485
Philippines	71 199	59
Finlande	2 326 610	1 538
Norvège	182 582	61
Jambons, épaules et coupes, non désossés (0203.22.01)	13 322 785	7 823
Canada	1 762 181	873
Danemark	427 897	194
É.-U.	11 001 299	6 423
Nouvelle-Zélande	8 206	2
Suède	623 202	330
Autres (0203.29.99)	26 857 165	16 461
Canada	4 178 297	2 442
Danemark	2 201 639	1 016
É.-U.	14 902 516	9 671
Finlande	260 781	179
Norvège	123 902	74
Suède	5 190 030	3 079
● Abats		
Peau de porc réfrigérée (0206.30.01)	366 201	632
Canada	25 512	35
É.-U.	340 689	597
Autres (0206.30.99) É.-U.	135 260	275
Foies congelés (0206.41.01) É.-U.	27 457	57
Peau de porc congelée (0206.49.01)	44 275 002	62 408

Australie	9 731	15
Barbade	16 345	19
Canada	5 364 321	6 948
Danemark	2 003 351	2 716
É.-U.	36 692 493	52 410
Irlande	166 740	261
Suède	22 021	39
Autres (0206.49.99)	29 995 925	45 264
Canada	1 717 395	2 524
Danemark	629 935	709
É.-U.	27 622 147	41 980
Autres pays	26 448	51
Autres abats frais (0206.80.01)	154 727	163
Autres abats congelés (0206.90.01)	5 649 644	7 866
Australie	24 387	24
Canada	28 345	43
Danemark	110 975	109
É.-U.	5 434 629	7 666
Nouvelle-Zélande	51 308	24
Jambon transformé, entier et coupes (1602.41.01)	2 780 873	737
Belize	18 694	7
Canada	29 817	3
Danemark	651 887	206
É.-U.	1 892 115	481
Pays-Bas	12 795	2
République dominicaine	168 142	36
Autres pays	7 423	2
Épaulées transformées, entières et coupes (1602.42.01)	261 445	64
Danemark	203 856	49
É.-U.	40 557	10
République dominicaine	17 032	5
Peau de porc cuite (morceaux et boulettes)	977 923	351
É.-U.	974 408	351
Danemark	3 515	-
Transformés, autres (1602.49.99)	1 359 582	605
Danemark	356 833	89

Espagne	46 689	15
É.-U.	948 433	499
France	2 943	1
Autres pays	4 684	1

Exportations

En 1991, le Mexique a exporté 1 124 tonnes de porc frais et congelé (carcasses, demi-carcasses et épaules), pour une valeur de 4,9 millions de dollars américains, principalement vers le Japon.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

En supposant que les prix des produits canadiens continuent d'être concurrentiels avec ceux des produits américains, le Canada ne réussira à accaparer 50% du marché des importations que si l'industrie consacre les ressources et les efforts nécessaires pour se positionner et promouvoir le porc canadien sur le marché de détail mexicain en insistant sur le fait qu'il est sain et d'excellente qualité. Une technique toute simple, que la Meat Export Federation américaine a utilisée avec succès pour le boeuf, consiste à identifier au moyen d'un logo les produits canadiens offerts dans les magasins de détail. En sensibilisant davantage l'industrie canadienne aux divers types de coupes de gros pour lesquels les importants acheteurs mexicains (comme les supermarchés) ont une préférence, et en offrant aux Mexicains ce qu'ils demandent, c'est-à-dire des coupes maigres désossées et de la viande fraîche et réfrigérée, plutôt que congelée, les exportateurs canadiens augmenteront également leurs chances d'accroître leur part de ce marché.

Dans le cadre de l'ALENA, un contingent tarifaire, basé sur les importations moyennes des dernières années, a été négocié à 6 000 tonnes pour le porc frais, réfrigéré et congelé et à 500 tonnes pour le porc transformé. En 1992, les importations de porc canadien ont grimpé à 14 000 tonnes, ce qui est bien supérieur au contingent tarifaire fixé pour le porc canadien. Ainsi, le contingent tarifaire, qui augmente de 10% par année, risque dans une certaine mesure de freiner les importations canadiennes tant que les droits de 20% ne seront pas complètement éliminés (d'ici 10 ans), puisque les quantités excédentaires de porc canadiens seront grandement désavantagées, pour ce qui est du prix livré, par rapport aux produits américains.

Toutefois, à long terme, les exportateurs de porc canadiens devraient pouvoir accaparer une part importante d'un marché mexicain en pleine croissance. Selon des estimations, la demande totale ou la consommation apparente de porc sur ce marché dépassait en 1992 1 milliard de dollars américains. Certains importateurs et distributeurs mexicains estiment qu'il existe chez eux un important marché encore inexploité pour les produits de la viande canadiens hautement élaborés.

Principales foires commerciales

- Convencion nacional de empacadores de carnes frias y embutidos y Exposicion internacional de proveedores
Cette foire qui se tient chaque année en février, à Monterrey (Nuevo Leon) comprend un congrès réunissant les entreprises de conditionnement des viandes et une foire des fournisseurs.

Pour la location d'un emplacement, communiquer avec :
Promocion Creative International, S.A. de C.V.
Mexico, D.F.
Tél. : (011-52-5) 286-2107 et 553-0559
Télec. : (011-52-5) 256-3354

- Convencion nacional de comercio detallista ANTAD y Exposicion
Congrès et foire des détaillants mexicains de produits alimentaires et de consommation qui se tiennent chaque année en mars, à Guadalajara (Jalisco).

Pour la location d'un emplacement, communiquer avec :
ANTAD, Mexico, D.F.
Tél. : (011-52-5) 545-8803
Télec. : (011-52-5) 203-4495

- **EXPOALIMENTOS**

Foire de l'industrie des aliments et boissons qui a lieu chaque année en septembre, à Monterrey (Nuevo Leon).

Pour la location d'un emplacement, communiquer avec :
APEA, Monterrey, Nuevo Leon
Tél. et téléc. : (011-52-83) 69-6660

Accès au marché

Droits : Tous les produits du porc sont assujettis à des droits ad valorem de 20%.
En ce qui concerne les abats (peau, foies, etc.), ces droits sont de 10%.

Bien que des changements soient attendus en 1993-1994, à l'heure actuelle les étiquettes apposées sur les produits transformés destinés aux consommateurs peuvent être rédigées en anglais. On doit cependant apposer sur le produit une petite étiquette adhésive en espagnol donnant l'appellation générique du produit, le nom de l'importateur et de l'exportateur, le poids ou le volume et les principaux ingrédients.

Transport et distribution

- Transport

Une très grande partie, sinon la totalité, du porc canadien destiné au Mexique est transportée par camions frigorifiques. Il est également possible de recourir à l'avion pour le transport des produits plus coûteux comme les steaks emballés sous vide. Pour les raisons suivantes :

- le délai de conservation limité du produit,
- l'absence de services de transport maritime directs, rapides et fréquents entre les ports canadiens et mexicains,
- l'insuffisance, dans les ports mexicains et certains grands centres urbains, d'installations frigorifiques et de camions de transport et
- l'inefficacité des services de transport routier et ferroviaire entre les ports mexicains et les grands centres urbains éloignés des côtes, comme Mexico,

le recours aux transporteurs maritimes pour l'acheminement des produits sur le marché est peu pratique. Comme nous l'avons indiqué, le mode de transport le plus économique est l'expédition par camion à partir du Canada jusqu'à la frontière du Mexique, où, comme l'exigent les lois du pays, les marchandises sont confiées à un chauffeur mexicain, ou transférées dans un camion mexicain, puis sont acheminées jusqu'à leur destination finale (acheteur, détaillant, entrepôt ou entreprise de conditionnement). Pour les années à venir, ce mode de transport demeurera probablement le plus utilisé.

- Installations d'entreposage

Les 103 TIF (usines inspectées par le gouvernement) sont équipées d'installations d'entreposage frigorifiques. Les 25 TIF qui se spécialisent dans l'abattage du porc ont une capacité totale de 10 500 têtes par quart de travail, pour l'abattage, et de 9 100 têtes pour la réfrigération.

Bien que ni le gouvernement, ni l'industrie n'aient établi de statistiques sur la capacité totale d'entreposage et de manutention dans le secteur du porc, la Confederacion nacional ganadera (CNG), l'Association nationale de producteurs de bétail, estime que les rastros/frigorificos (abattoirs et établissements d'entreposage frigorifiques associés) ne sont utilisés qu'à environ 60% de leur capacité. Cette sous-utilisation, combinée à une baisse du pouvoir d'achat et de la consommation par habitant au cours des 20 dernières années, qui a eu pour effet de faire stagner le niveau de consommation, laisse supposer, selon la CNG, que la capacité d'entreposage et de manutention du Mexique est plus que suffisante pour satisfaire à la production intérieure et aux importations. En d'autres termes, ce facteur ne constitue pas une contrainte à l'importation ou à la vente de porc sur ce marché.

Les importateurs mexicains de denrées périssables disposent également de vastes installations d'entreposage sous douane que les importateurs de porc pourraient utiliser davantage.

- Canaux de distribution du porc mexicain

Le réseau de distribution du porc mexicain est complexe. On estime qu'une fois rendu dans les marchés d'alimentation le porc se vend jusqu'à 7,5 fois plus cher que le prix

demandé par le producteur, en raison des nombreux intermédiaires (jusqu'à cinq) entre le producteur et le consommateur.

Les producteurs mexicains vendent les porcelets, une fois sevrés, à des emboucheurs qui les élèvent et les vendent à des *introductores*, aussi appelés agents à commission, des receveurs ou des transporteurs. Les grands producteurs qui recourent à de l'équipement de pointe sont généralement intégrés et ont leur propre abattoir. Ainsi, ils n'ont pas besoin d'intermédiaires, puisqu'ils distribuent eux-mêmes leurs produits par camion frigorifique, en carcasses ou dépecés (80% de leur production) aux magasins d'alimentation. Le reste de leur production, soit 20%, est constituée d'animaux vivants qu'ils envoient à d'autres abattoirs.

Toutefois, les petits producteurs aux moyens plus limités traitent généralement avec un *introductor* qui livre ou reçoit les animaux vivants à l'abattoir et supervise l'abattage. En règle générale, l'animal abattu entier est transporté de l'abattoir à l'*obrador*, pour être dépecé. Le porc n'est presque jamais vendu en carcasse. C'est l'*obrador* ou l'abattoir où il est dépecé qui se charge de le vendre en coupes. Habituellement, la viande n'est pas réfrigérée après l'abattage, ni durant le transport vers l'*obrador*, car elle est plus facile à dépecer lorsqu'elle est encore chaude. Les abats sont le plus souvent vendus à des grossistes et les têtes à des négociants spécialisés qui la brisent et en vendent les différentes parties aux entreprises de transformation qui les utilisent dans la confection de la *queso de puerco* (fromage de tête).

Les entreprises de conditionnement de la viande achètent généralement 80% des pattes et des dos pour produire du jambon fumé, des côtes pour les côtes levées, de la parure pour les saucisses, le salami et le *chorizo* et des flancs pour le bacon. Les friteries achètent la graisse (*manteca*) et la peau pour préparer des couennes rissolées (*chicharron*) et de petits cubes de viande qu'elles font frire (*carnitas*). Ces deux mets sont souvent vendus dans la rue ou dans de petits kiosques. Les supermarchés achètent ce que les Mexicains appellent *capote*, c'est-à-dire de la viande désossée et dégraissée, comme des pattes désossées et des filets entiers, ainsi que des côtes, des pieds de devant, de la graisse, des foies, des rognons et des langues. Ils coupent ensuite les gros morceaux en côtelettes et en filets pour la vente au détail. Le consommateur mexicain préfère les viandes maigres fraîches, sans gras apparent, et les coupes désossées. On estime que 85% du porc produit au Mexique est vendu frais aux consommateurs, alors que le reste, soit 15%, est vendu aux entreprises de transformation.

- Canaux de distribution des produits importés

Le réseau de distribution de la viande importée est beaucoup plus simple : les produits sont vendus directement, soit à une entreprise de transformation, soit à un *obrador* ou à un distributeur qui les revend aux supermarchés, aux boucheries et aux hôtels et restaurants.

Étant donné la simplicité de ce réseau, le porc importé semble considérablement avantage par rapport au porc mexicain. Conscients de cette réalité, le gouvernement mexicain et la Confederacion nacional ganadera (CNG) envisagent d'éliminer les intermédiaires inutiles dans la distribution du porc mexicain, afin d'accroître la rentabilité des producteurs et de réduire les coûts pour les consommateurs et, du même coup, de hausser la demande et la consommation de porc mexicain. Les divers syndicats de producteurs de bétail régionaux et nationaux que regroupe la CNG ont graduellement acquis 80% des abattoirs TIF dans le but d'acheter des animaux vivants directement des producteurs et de vendre des carcasses, des coupes primaires et même de la viande en boîte directement aux entreprises de transformation, aux supermarchés et aux boucheries.

Bon nombre d'entreprises de transformation et de détaillants mexicains préfèrent acheter de la viande importée d'un importateur ou distributeur qui se chargera des formalités administratives, du dédouanement et de l'entreposage des marchandises, plutôt que de traiter directement avec les fournisseurs étrangers. Toutefois, on prévoit qu'à court ou à moyen terme de plus en plus de gros acheteurs comme les grandes entreprises de transformation et les supermarchés (p. ex. la chaîne de supermarchés Aurrera) achèteront directement des fournisseurs étrangers. Ce nouveau mode d'achat direct sera avantageux pour les fournisseurs canadiens, puisque la marge bénéficiaire des distributeurs, qui peut atteindre jusqu'à 30% sur les produits hautement élaborés, sera éliminée. Ainsi, ils pourront offrir leurs produits à des prix concurrentiels par rapport à ceux des produits mexicains.

Recommandations aux exportateurs canadiens

Dans le cadre de toute stratégie d'expansion du commerce, les entreprises et les associations auraient intérêt, par exemple, à tenir un stand en collaboration avec Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, à l'occasion des foires décrites ci-dessus, et à participer à un congrès annuel, à une démonstration de viandes ou à une réception à Mexico, et à faire la promotion du porc canadien dans les magasins de détail (voir la section Débouchés commerciaux). Elles peuvent également envisager de faire la promotion du porc canadien dans les hôtels et restaurants.

Contacts gouvernementaux

D' Hector Campos Lopez
Directeur général, Santé
animale
Secretaria de Agricultura y
Recursos Hidraulicos
Recreo no 14, Piso 11
Col Actipan del Valle
03230 Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 534-
5111/1580/5216/4966
Télé. : (011-52-5) 534-4061

MVZ Marco Antonio Hidalgo
Mendoza
Director General
Comision Nacional para el
mejoramiento genetico y la
reproduccion animal
(CONAMEGRA)
Recreo no 14, Piso 2
Col Actipan del Valle
03100 Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 524-
0006/0433

Télé. : (011-52-5) 534-6426

D' Igor Romero
Director General, Desarrollo
agropecuario
Secretaria de Agricultura y
Recursos Hidraulicos
Recreo no 14, Piso 9
Col Actipan del Valle
03100 Mexico, D.F.
Tél. : (011-52-5) 534-9744
Télé. : (011-52-5) 534-7985

Ing. Emiliano Gonzalez
Director de Comercio
internacional
Secretaria de Agricultura y
Recursos Hidraulicos
Av. Benjamin Franklin n° 146
Col Escandon
Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 286-
2000/2347
Télé. : (011-52-5) 256-1379

Contacts sectoriels

Ing. Jorge Mason
Presidente
Comision nacional de
porcicultura
Melchor Ocampo no 405, 3er
Piso
Col Nueva Anzures
11590 Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 255-2848
Télé. : (011-52-5) 255-1874

Ing. Cesar Gonzalez
Presidente
Confederacion nacional
ganadera
Mariano Escobedo no 714
Col Anzures
Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 533-2175 à 79
Télé. : (011-52-5) 514-1245

Lic. Hector Rodriguez Licea
Director General
Asociacion nacional de
empacadoras TIF, A.C.
Miguel Angel de Quevedo no
350
Col Coyoacan
04310 Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 658-
1120/8347
Télé. : (011-52-5) 658-3688

Ing. Luiz Muñoz Cano
Consejo nacional
agropecuario (CANAGRO)
Rio Elba no 47, 1er Piso,
Despacho 3 Col Cuauhtemoc
06500 Mexico D.F.

Tél. : (011-52-5) 286-
2000/2347
Télé. : (011-52-5) 256-1379

Sr. Augustin Curiel Hernandez
Presidente
Consejo coordinador de las
industrias de alimentos y
bebidas
Obradores de tocinaria
(producteurs de bacon)
Camara nacional de la
industria de transformacion
Av. San Antonio no 256
Col Ampliacion Napoles
03849 Mexico D.F.
Tél. et télé. : (011-52-5) 611-
2387 et 563-3400

Sr. Alejandro Urzua
Bustamente
Presidente

Empacadores de
carnes frias
(entreprises
d'emballeurs de
viande fraîche)

Camara nacional de la
industria de transformacion
Av. San Antonio n° 256
Col Ampliacion Napoles
03849 Mexico D.F.
Tél. et télé. : (011-52-5)
611-2387 et 563-3400

Liste des importateurs

KIR ALIMENTOS, S.A DE C.V.

(Meat processor)
P.O. Box 783
Monterrey, N.L., Mexico C.P.
66490
Tél. : (52-83) 534-646
Télé. : (52-83) 505-953

ALIMENTOS COLONIAL, S.A.
DE C.V. (Meat packer)
Blvd Isidro Lopez Zertuche
No. 4469 Saltillo, Coahuila
mailing address:
P.O. Box 6059 Laredo,
TX 78040

USA
Tél. : (52-83) 35-7661
Télé. : (52-83) 35-4209
& (52-841) 5-2395

GRUPO GUTSA
Av. Revolucion no 1387
Col. Campestre San Angel
01040 Mexico D.F.
Tél. : (525) 662-2713

ABASTECEDORA SE LA
INDUSTRIA TURISTA, S.A. DE
C.V.
Saramullo 19 SM 25, Cancun
Contact : Artemio Santos
Tél. : (52-988) 42-668
& (52-988) 40-538
Télé. : (52-988)

CORPORATIVO KOSMOS
Anatole France # 71A
Mexico D.F.
Contact: Victor Durantes
Tél. : (525) 255-3189/
255-4389/ 255-4286
Télé. : (525) 203-5069

RYC ALIMENTOS, S.A. DE
C.V.
19 Oriente 16
Plaza Villa Padua
72000 Puebla, Puebla
Contact: Ing. Ramon Lozano,
Gerente
Tél. : (52-22) 43-8918
& (52-22) 43-8937

GRUPO PISA DE SONORA
Quintana Roo y G. y G.
Moreales # 601 Sur
Apartado Postal 352
Navojoa, Sonora
Contact: Agustin R. Bours,
Director General
Tél. : (52-642) 291-90
& (52-642) 291-96
Télé. : (52-642)

ALTAMIRANO PARMA
La Piedad, Michoacan
Contact: Marco Aurelio Chi,
Gerente de Compras

Tél. : (52-352) 255-04
& (52-352) 258-01
Télé. : (52-352)

EMBUTIDOS CUMBRE, S.A
DE C.V.
Calle 30 No.2585 Z.I.
C.P. 44940 Guadalajara,
Jalisco
Contact: Daniel Castaneda
Reynoso
Tél. : (52-36) 11-16-19
& (52-36) 12-15-55
Télé. : (52-36) 11-57-45

GRUPO DISTRIBUIDOR
TUCAN,
S.A. DE C.V.
Fresnillo 60-5
Col.20 de Noviembre
15310 Mexico, D.F.
Tél. : (011-525) 702-2226/3858
Télé. : (011 525) 254-0656
Contact: Mr. Adolfo Arellano
Ms. Sandra Caballero

OPERANDORA DE
PRODUCTOS PECURIOS
Av. Los Angeles No. 1101 Ote.
Col. del Norte
64500 Monterrey, Nuevo Leon
Mexico
Tél. : (011-52-83) 31-1100
Télé. : (011-52-83) 75-6507
Contact: Dr. Miguel Araujo

PROMOTORA DE CARNES
ALPRO
S.A. DE C.V.
Lago Cuitzeo No. 113
Col. Anahuac, Mexico, D.F.
Tél. : (011-525)
396-0424/0022/0223
Télé. : (011-525) 341-3691
Contact: Sergio Mondragon

RIBER
Teran 427
66400 San Nicolas de los
Garza N.L. Mexico
Tél. : (011-52-83) 50-0933
Télé. : (011-52-83) 76-8307
Contact: Ms. Bertina Garza
Rodriguez

ROGELLO COUTTOLENC
CORTES,
S.A. DE C.V.
Calle 10 No. 8
Col. San Pedro de los Pinos
03800 Mexico, D.F.
Tél. : (011 52 83) 516 6838/
271 4589
Télé. : (011-52-83) 277-8163
Contact: Mr. Gustavo
Couttolenc

Super Bocados Camargo
Tuxtla No. 402
Col. Mitras Norte
64320 Monterrey, N.L.
Mexico
Tél. : (011-52-83) 71-0093
Télé. : (011-52-83) 73-4151
Contact: Mr. Adan Cano

SUPER CARNES SALINAS,
S.A.
Abraham Lincoln 175 Pte.
Col. Mitras Norte
64320 Monterrey, N.L.
Tél. : (011-52-83) 73-2101
Télé. : (011-52-83) 73-5577
Contact: Lic. Juan Francisco
Salinas

ALIMENTOS PAR, S.A. DE
C.V.
Sierra Nevada No. 6 -12 -14
Parque Industrial
Nezahualcoyotl
57800 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)
855-5822/2359/2957
Télé. : (011-525) 855-6599
Contact: Mr. Francisco Pardo
/Arroyo

CARNICERLA Y TOCINERIA
LA POPULAR, S. A.
Basilio Badillo No. 928
Sector Libertad
Guadalajara, Jal.
Tél. : (011-52-3)
643-7207/643-7206
Télé. : (011-52-3) 649-1937

DISTRIBUIDORA DE CARNES
SUPERIORES, S. A.
F. Gomez No. 89
Tialncpantla, Edo. de Mexico
Tél. : (011-525)
390-5102/5182
Télé. : (011-525) 390-5142
Contact: Mr. Jose Huerta
Rivera

DONFER, S.A. DE C.V.
Rojo Gomez No. 41
Col. Guadalupe del Moral
09300 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 686
-2400/9699
Télé. : (011-525) 686-8350
Contact: Francisco Rion

EMPACADORA BERNINA, S.A.
DE C.V.
Norte 75 No. 2909
Col. Obrero popular
02840 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 396
3647/7587/7359
Télé. : (011-525) 341-0894
Contact: Mr. Andreas
Bosshard

EMPACADORA ARAGON, S.A.
Av. 506 No. 90
Unidad Aragon
07920 Mexico, D. F.
Tél. /: (011-525) 551-6257
Contact: Mr. Oscar J. Amaro
Guerrero

EMPACADORA CURIEL, S.A.
Iztaccihuatl 294
Col. Moctezuma, 2a seccion
15500 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 762-2995
Télé. : (011-525) 785-0874

Contact: Mr. Alejandro Curiel

EMPACADORA ELVIRA, S.A.
Antonio Plaza No. 14
Col Algarin
06880 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

519-3168/519-3773
Télé. : (011-525) 686-3427
Contact: Mr. Agustin Barrios

EMPACADORA FRITZ, S.A.
24 Sur 2113
Col. Bellavista
72500 Puebla, Pue.
Mexico
Tél. : (011-52-22) 43-
3744/3617/5783
Télé. : (011-52-22) 37-6000
Contact: Ing. Ricardo Rausch

EMPACADORA HARRY, S. A.
San Lorenzo No. 909
Col. del Valle
03100 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

688-4466/604-1698
Télé. : (011-525) 686-8661
Contact: Mr. Peter Luetke

EMPACADORA JAVIER, S. A.
Matamoros 1
Col. Centro
5660 Chalco, Estado de
Mexico
Tél. : (011-52-597)

31-709/31-606
Télé. : (011-52-597) 31-198
Contact: Mr. Miguel Angel
Corona Reynoso

EMPACADORA LA
MONTANESA, S. A.
Miguel Negrete No. 4
Col. Postal
03440 Mexico, D. F.
Tél./Télé. : (011-525) 696-
1111

Contact: Mr. Roberto Revilak

EMPACADORA MURGATI, S.
A.
Lopez Mateos No. 52

Col. 10 de abril
53320 Naucalpan, Edo. de
Mexico
Tél./télé. : (011-525)
373-5898/4562

Contact: Mr. Pedro Apilano

EMPACADORAPONDEROSA,
S.A.
Jose Santos Chocano No. 970
Col. Anahuac
San Nicolas de los Garza
66150 Nuevo Leon
Mexico
Tél. : (011-52-83) 76-6122
Télé. : (011-52-83) 76-0427
Contact: Mr. Gerardo
Arrambide

EMPACADORA SAN EMILIO
Hidalgo No. 47
San Antonio Tultitlan
54900 Tultitlan, Edo. de
Mexico
Tél. : (011-525)

872-0576/0465
Télé. : (011-525) 872-0576
Contact: Mr. Emilio Sanchez

EMPACADORA TAJO, S.A.
Heliotropo No. 132
Col. Santa Maria la Ribera
06400 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

541-4511/547-7102
Contact: Jose M. Olvera
Aguilar

EMPACADORA TREVINO, S.A.
DE C.V.
Ejercito Nacional 505-904
Col. Anahuac
11520 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 255-5082/5174
Télé. : (011-525) 255-5102
Contact: Lic. Alfonso Alfaro

EMPACADORA VIENA, S.A.
DE C.V.
Calle 13 No. 33
Col. Moctezuma la Seccion
15500 Mexico, D.F.
Tél. : (011-525)

784-7255/6655
Télé. : (011-525) 784-6655
Contact: Mr. Alberto Curiel

EMPACADORA WUNSCH,
S.A. DE C.V.
Calle 10 No. 6
Col. San Pedro de los Pinos
03800 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 516-6838
Télé. : (011-525) 277-8163
Contact: Mr. Alejandro Gama

INDUSTRIAL DE ABASTOS,
S.A.
Av. de las Granjas No. 800
Col. Ferreria
02310 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

394-0088/394-0176
Télé. : (011-525) 382-7201
Contact: Mr. Jose Luis
Veruepe

INDUSTRIAS ALIMENTICIAS
CHACIN, S.A. DE C.V.
Llanura No. 27
Col. Ampliacion Las Aguilas
01710 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

651-3617/394-0088
Télé. : (011-525) 680-1828
Contact: Mr. Jose Manuel
Leyva

INDUSTRIAS SUCARNE, S.A.
DE C.V.
Torno No. 161
Col. Sevilla
15840 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525)

768-9588/768-2170
Télé. : (011-525) 740-7011
Contact: Mr. Jose Luis
Hernandez

JAMON SERRANO DE
MEXICO, S.A. DE C.V.
Zempoala No. 75
Col. Narvarte
03020 Mexico, D. F.
Tél. : (011-525) 538-6958/6211
Télé. : (011-525) 530-2799

Contact: Mr. Giuseppe
Calcaterra

Pour un complément
d'information:

Ambassade du Canada
Apartado Postal 105-05
11580 Mexico D.F.
Tél. : (011-52-5) 724-7900
Télé. : (011-52-5) 724-7984
S'adresser à: M. Sam Elkady
Conseiller (Agriculture)

Bureau commercial
canadien
Edificio Kalos
Zaragoza 1300 Sur,
Despacho 314
CP 64000 Monterrey, Nuevo
Leon
Tél. : (011-52-83) 44-32-00
Télé. : (011-52-83) 44.30.48

PANAMA

En raison de sa faible production intérieure, le Panama est le seul pays d'Amérique centrale qui importe de grandes quantités de porc.

Production nationale

En 1991, 168 390 porcs ont été abattus et on s'attend à ce que ce nombre augmente de 12% en 1992. Les aliments pour animaux et autres intrants sont importés des États-Unis.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement panaméen offre aux producteurs de jambon transformé plusieurs incitatifs à la production ainsi qu'un système de soutien des prix en vue d'accroître la production locale pour remplacer éventuellement les importations.

Consommation intérieure

La consommation totale était évaluée à 30 000 tonnes en 1991, soit une consommation de 9,9 kg par habitant. La production locale ne satisfait qu'à 45% de la demande nationale. Bien que l'on consomme surtout du jambon pendant la période de Noël, les Panaméens mangent tout au long de l'année des oreilles, des pieds et des queues de porc. La consommation de bacon et de saucisses est limitée. La consommation d'oreilles, de pieds et de queues, qui fait partie du régime alimentaire des personnes à faible revenu, est en hausse.

Importations

Panama a importé en 1991 9 500 tonnes de jambon transformé, d'oreilles, de pieds et de queues congelés, dont 8 500 tonnes ou 90%, évaluées à 25 millions de dollars, provenaient du Canada. Les autres 10% ou 1 000 tonnes ont été importés des États-Unis.

Exportations

Panama n'exporte pas de produits du porc.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Assurant déjà 90% des importations totales de porc au Panama, le Canada ne pourra accroître ses ventes que si la population et le pouvoir d'achat augmentent. Il y a néanmoins des possibilités intéressantes à court et à long terme.

Principales foires commerciales

EXPOCOMER	- se tient chaque année à Panama en mars.
David's Fair	- se tient chaque année à Panama en mars.
FIAGA	- se tient à Panama tous les deux ans en mai.

Accès au marché

Tarif	12% de la valeur CAF.
Quotas	Seulement sur le jambon transformé.

Il n'y a aucune réglementation particulière sur l'étiquetage ou l'emballage.

Transport et distribution

Le Panama est facilement accessible par mer; les conteneurs sont utilisés couramment afin de transporter les produits du point d'entrée jusqu'à l'établissement de l'acheteur. Le pays possède de bonnes installations d'entreposage. Les exportateurs canadiens peuvent traiter avec des agents à commission ou directement avec les importateurs et les détaillants.

Recommandations aux exportateurs canadiens

- Se rendre au Panama et rencontrer les clients potentiels plus souvent.
- Participer aux foires commerciales locales et aux délégations commerciales qui se rendent au Panama.

Contacts au sein du gouvernement et de l'industrie

* Gouvernement

Ministerio Desarrollo
Agropecuario
C.P. 1125
Panama 6

* Industrie

Camara de Comercio,
Industrias y Agricultura
(Chambre du commerce, de
l'industrie et de l'agriculture)
C.P. 74
Panama 1

Liste des importateurs

Tagaropulus Inc.
Box 6-4000
Panama 6
Télec. : (011-507) 361-620

GAGO SA
Box 9090
Panama 6
Télec. : (011-507) 292-160

RICAMAR SA
Box H
Panama 4
Télec. : (011-507) 211-749

MANGRAFOR SA
Box 6650
Panama 5
Télec. : (011-507) 205-122

TASOLIE
Box 6-3005
Panama 6
Télec. : (011-507) 263-127

TZANETATOS INC
Box 6625
Panama 5
Télec. : (011-507) 601-184

**Pour un complément
d'information**

**Section commerciale et
économique
Ambassade du Canada
C.P. 10303
San Jose (Costa Rica)
Tél. : (011-506) 55-3522
Télec. : (011-506) 23-0609
S'adresser à: M. Manuel
Ruiz
Agent commercial**

PÉROU

Le Pérou a fait face jusqu'en 1990 à de graves problèmes liés à une hyperinflation, à une crise économique et au terrorisme. Le gouvernement du président Fujimori, élu en juillet 1990, a apporté des changements spectaculaires qui ont amené l'ouverture du marché à la libre concurrence. Bien que la récession ait touché en 1992 la plupart des secteurs de l'économie péruvienne, y compris l'agriculture dont la croissance a été négative, la production de bétail a augmenté de 3,1% et celle de la viande de volailles de 13%. Le Pérou demeure aux prises avec des difficultés découlant de la récession. Toutefois, on croit que le gouvernement Fujimori a posé les bases d'une croissance durable.

Production nationale

La production s'est élevée en 1992 à 70 700 tonnes, en hausse de 3% par rapport à 1991. Les grandes exploitations porcines sont situées près des grandes villes du Pérou, mais l'on retrouve dans les communautés rurales des Andes 70% du cheptel total de 2 269 000 porcs. Les usines de transformation du jambon et du porc sont situées près de Lima et de Callao.

Politiques gouvernementales

Une confiance renouvelée dans l'économie, la libération des prix, l'ouverture du marché et la réduction des droits d'entrée ont favorisé la baisse des prix des ingrédients nécessaires aux aliments pour animaux (maïs, sorgho, tourteau de soja et blé).

Consommation intérieure

Seulement 10% de la production péruvienne de porc est consommée à l'état frais, surtout dans la région andine et par les personnes à faible revenu des grandes villes côtières, alors que les 90% restants sont transformés en saucisses à hot-dog, en jambon et en d'autres produits fumés et transformés. La consommation de porc est faible dans les grandes villes comme Lima (qui compte un tiers de la population), puisque la plupart des porcs sont nourris à même les déchets et que les consommateurs craignent la trichinose. Les consommateurs des classes moyenne et supérieure devraient continuer de privilégier les produits transformés. Les groupes à faible revenu consomment de grandes quantités d'abats (coeurs, tripes, pieds et oreilles). La consommation par habitant s'élève chaque année à 0,3 kg de viande de porc et à 2,9 kg de produits transformés.

Importations

Le Pérou n'a pas importé de porc en 1992.

Exportations

Le Pérou n'a pas exporté de porc en 1992.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Bien que le Pérou n'ait pas importé de porc en 1992, le marché reste ouvert aux importations. Le porc maigre congelé offre des possibilités commerciales. Il existe également des possibilités intéressantes en ce qui concerne le jambon et les abats congelés (oreilles, pieds, poumons, foies et tripes), à condition que le prix soit concurrentiel. Il est possible d'accroître les ventes canadiennes au Pérou en misant sur une meilleure commercialisation, la qualité des produits et une plus grande variété (frais, congelé, en conserve, différentes coupes ou emballages). Il existe également des débouchés commerciaux pour le jambon et les côtelettes de porc maigre transformé, destinés aux classes moyenne et supérieure. Les débouchés les plus intéressants sont les abats (à court terme), le jambon (à moyen terme) et les côtes et côtelettes congelées (à plus long terme).

Accès au marché

Tarif douanier 15 à 18% sur les produits du porc et les abats.

Seuls les jambons emballés doivent porter le nom du transformateur ainsi que le nom et l'adresse de l'importateur.

Transport et distribution

L'importation de produits au Pérou peut se faire par tous les modes de transport (par air, par terre ou par mer), bien que la plupart des produits alimentaires soient expédiés dans des conteneurs réfrigérés jusqu'aux ports de mer. La viande congelée expédiée par conteneurs réfrigérés est aussitôt acheminée vers des entrepôts sous douane. Il existe de nombreux entrepôts équipés d'installations frigorifiques près du port de Callao (près de Lima). La plupart des importateurs de viande possèdent des camions frigorifiques qui servent à transporter la viande, le jambon et les abats du port de Callao jusqu'aux usines situées dans un rayon de 50 km.

Au Pérou, la distribution relève entièrement des importateurs. Il n'existe que deux voies de distribution du porc et des abats importés au Pérou : les grossistes et les importateurs (Frigorificos) ainsi que les supermarchés.

Recommandations aux exportateurs canadiens

Il est possible d'organiser des promotions de côtes et côtelettes de porc congelées en collaboration avec la chaîne de supermarchés Wong, la plus grande chaîne à Lima. Les abats peuvent être vendus aux importateurs (aux Frigorificos ou aux abattoirs privés équipés d'installations de congélation) si les prix, comprenant les tarifs douaniers, la taxe de vente et les bénéfices, sont inférieurs à ceux des abats locaux. Les exportateurs canadiens devraient demander aux importateurs péruviens de viandes et d'abats comment ils aimeraient que les produits soient emballés.

Liste des importateurs

Agro Empaques S.A
Calle **Cappa 268**
PQue. Internacional de la Ind.
y Comercio
Callao 1, Peru
Tél. : (011-51-14) 52-82-89
Télec. : (011-51-14) 51-75-81

Frigorifico Demesa
Av. Republic de Panama 4151
Lima 18, Peru
Tél. : (011-51-14) 45-15-76
Télec. : (011-51-14) 47-68-48

Frigorifico Ipasa
E. Valenti 688
Lima 13, Peru
Tél. : (011-51-14) 74-48-38
Télec. : (011-51-14) 77-47-24

Frigorifico Pacifico S.A
Av. Argentina 1878
Lima 1, Peru
Tél. : (011-51-14) 23-17-95
Télec. : (011-51-14) 51-97-34

Frigorifico Camal Moderna Av.
Colonial 4444
Lima 1, Peru
Tél. : (011-51-14) 52-18-43
Télec. : (011-51-14) 64-48-98

Harli S.A Planta
Pablo Carriquiri Lima 425
LIMA 27, Peru
Tél. : (011-51-14) 41-27-75
Télec. : (011-51-14) 42-59-84

**Pour un complément
d'information:**

**Ambassade du Canada
Casilla 18-1126, Correo
Miraflores
Lima 18
Tél. : (011-51-14) 44-40-15
Télec. : (011-51-14) 44-43-47
S'adresser à: M. Roger
Mailhot
Délégué commercial**

PORTO RICO

À Porto Rico, le porc est, après la volaille, la viande favorite. La consommation par personne est passée de 18,9 kg en 1975 à 24,1 kg en 1992. Dans la consommation générale de viande par personne, le porc a une part de 29,7 %, alors que celle du boeuf est de 20,5 % et celle de la volaille de 48,7 %. Il est peu vraisemblable que cette tendance actuelle varie beaucoup dans un proche avenir. En 1992, Porto Rico a consommé 85 797 tonnes de porc, dont 59 320 étaient importées, principalement des États-Unis et du Canada. Le Danemark et l'Irlande fournissent des quantités négligeables.

Selon une enquête menée par la Commission du commerce canadien de Porto Rico, près de 85 % du porc canadien vendu à Porto Rico transite par les États-Unis et entre dans le pays en tant que produit américain. On estime qu'en 1992 le Canada a exporté à Porto Rico, directement ou indirectement, 10 886 tonnes pour une valeur CAF de 31,2 millions de dollars américains. La longe, les côtelettes et les côtes levées de porc du Canada sont d'excellente qualité, mais leur prix n'est pas toujours compétitif. La Canada aurait intérêt à expédier ses produits directement à Porto Rico. Plusieurs acheteurs locaux préféreraient ce système et le Canada, qui jouit actuellement d'une part représentant 19,2 % du marché d'importation total, pourrait augmenter celle-ci considérablement dans un proche avenir.

Production locale

En 1992, Porto Rico a produit 26 478 tonnes de porc, ce qui représente 30,8 % de la consommation totale. Il est peu vraisemblable que la production et la consommation varient beaucoup. Depuis 1975, la production locale de viande a suivi le taux de consommation et elle s'est maintenue à environ 30,6 % de la demande globale, c'est-à-dire que la volaille locale satisfait 40 % des besoins, suivie du porc avec 30 % et de boeuf avec 22 %. Les producteurs de porcs sont soumis à des normes très strictes et ils ont droit à quelques subventions à la production.

Consommation nationale

À Porto Rico, la consommation globale de viande durant la période 1975-1992 a été en augmentation constante. La consommation par personne, calculée d'après le poids vendu au détail, a atteint 85,6 kg contre 61,6 kg en 1975. Ce phénomène est dû principalement à la croissance économique de Porto Rico et aux plus grandes facilités d'accès aux marchés étrangers.

Les trois principales viandes consommées sur l'île sont les suivantes :

- la volaille, la plupart du temps des poulets, avec une consommation par personne qui a grimpé de 18,95 kg en 1975 à 39,5 kg en 1992. Les poussins sont importés des États-Unis;
- le porc, qui est passé de 18,9 kg à 24,1 kg durant la même période;
- le boeuf qui a baissé de 18,9 kg à 16,4 kg.

La consommation de volaille représente 48,7 % de la consommation globale de viande, celle du porc 29,7 % et celle du boeuf 20,5 %. En ce qui concerne les autres types de viande, la consommation ne dépasse pas 1,1 % de la consommation globale. Les Portoricains ont ajouté le porc à leurs menus de fête, p. ex. durant la période de Noël et à la Fête des mères. La question de la santé, le mode de vie qui favorise davantage la consommation de plats cuisinés ou la demande croissante de viande de volaille pourraient, à l'avenir, compromettre cet accroissement. Il est peu vraisemblable que la part du marché, qui s'est établie à 29,7 %, subisse de grandes variations. La production locale de porc devrait rester plus ou moins à son niveau actuel.

Exportations

Porto Rico n'exporte aucune viande de porc produite localement. Toutefois, d'après certaines statistiques portoricaines, il y a quelques exportations, environ 1 134 tonnes. Ce sont des produits venant des États-Unis et réexpédiés vers les îles Vierges, parmi lesquels il y aurait une certaine quantité de porc canadien.

Importations

L'industrie locale du porc satisfait environ 30 % de la demande. Le reste vient des États-Unis, du Canada, ainsi que du Danemark et d'Irlande pour une quantité négligeable. En 1992, la consommation totale de porc s'est élevée à 85 797 tonnes, dont 59 320 tonnes ont été importées, principalement des États-Unis, d'après les statistiques. Les produits canadiens arrivant à Porto Rico via les États-Unis sont enregistrés dans les statistiques locales en tant que produits américains. Selon les données actuelles de Statistique Canada, la viande exportée directement à Porto Rico en 1992 a atteint une valeur totale de 4,3 millions de dollars en gros et elle provient principalement du Québec, mais elle n'a pas été chiffrée en quantité. On suppose que la plus grande partie de cette viande est du porc. Le reste du porc canadien consommé dans l'île arrive par les circuits américains et, bien qu'il soit difficile à chiffrer, il représente de grosses quantités.

Après une enquête approfondie, la Commission du commerce canadien de Porto Rico a chiffré comme suit les produits canadiens arrivant dans le pays en provenance des États-Unis. En 1992, ces produits ont atteint, sans aucun chevauchement, un total de 7 250 tonnes pour un montant d'environ 20,8 millions de dollars américains, ce qui équivaldrait, d'après les estimations, à près de 80 % des produits importés du Canada le serait via les États-Unis, p. ex. Atlanta, Miami, Boston, New Jersey, New York, etc. Entre 8 et 10 % de tout le porc canadien exporté aux États-Unis aboutirait à Porto Rico. On estime que les produits canadiens exportés directement ou bien indirectement via les États-Unis représentent environ 19,2 % du total des importations et 13,2 % de la consommation locale de porc.

Accès au marché

Les exigences sont les mêmes que pour les États-Unis.

Principales foires commerciales

La Foire de l'alimentation en avril.

Débouchés offerts aux produits canadiens

On estime que 40 % des meilleures coupes de porc, p. ex. la longe et les côtelettes, viennent du Canada. Les autres morceaux, p. ex. les parties centrales, les côtes levées, les jambons, représenteraient un pourcentage d'importation moindre. Porto Rico importe également du bacon canadien, pour lequel il y a une préférence. Les produits canadiens sont de meilleure qualité, mais les prix sont malheureusement élevés à cause des commissions payées à plusieurs intermédiaires. Si le Canada expédiait directement ses produits, il pourrait avoir des prix plus compétitifs.

Les exportateurs canadiens qui n'expédient pas directement leurs produits à Porto Rico invoquent diverses raisons. Certains d'entre eux, qui vendent leurs produits à des sociétés d'Atlanta ou de Boston, ne sont même pas conscients du fait qu'une partie de leurs exportations se retrouvera à Porto Rico. D'autres préfèrent les vendre à de grands courtiers américains parce que les formalités administratives sont moins longues et que les marchandises envoyées à Porto Rico peuvent être réunies dans des conteneurs plus grands. Les produits arrivant à Porto Rico en provenance des États-Unis ne sont pas soumis aux mêmes formalités et inspections douanières que s'ils venaient du Canada. Toutefois, le fait de payer un ou deux intermédiaires de plus pour faire les expéditions via les États-Unis rend le porc canadien plus cher et, par conséquent, moins compétitif. Les Portoricains apprécient la viande de porc de bonne qualité, mais ils sont également conscients des prix.

Le gouvernement portoricain applique des normes de santé très élevées dans l'industrie du porc et, par conséquent, il n'autorise que les importations venant de pays qui respectent ces normes. Les courtiers locaux en produits alimentaires et les grands supermarchés achèteraient leur marchandise directement au Canada si celui-ci leur fournissait le volume et la quantité voulus à un prix compétitif. Le Canada pourrait facilement doubler sa part de marché à court terme. Porto Rico verrait d'un bon oeil les exportateurs canadiens adopter une attitude plus dynamique, car le Canada est connu et réputé pour avoir des produits d'une très grande qualité.

Transport et distribution

Les produits peuvent être acheminés à Porto Rico par air et par mer. L'accès au marché de détail est facile parce que l'île est petite.

Recommandations à l'intention des exportateurs canadiens

Il faudrait que les exportateurs canadiens visitent l'île pour apprendre à connaître le marché et pouvoir répondre exactement aux besoins.

Pour un complément d'information:

Commission du commerce canadien
Plaza Scotiabank, 6e étage 273 Ponce de Leon Avenue
Hato Rey, Puerto Rico 00917
Tél. : (809) 250-0367
Télec. : (809) 250-0369

RÉPUBLIQUE DOMINICAINE

La République dominicaine interdit l'importation de viande de porc.

En raison de la surproduction intérieure, le gouvernement a autorisé l'INESPRE (l'Institut pour la stabilisation des prix) à acheter pour 500 000 dollars de porcs locaux. Pour commencer, 10 000 porcs seront achetés auprès de petits et moyens éleveurs qui éprouvent des difficultés en raison du manque de débouchés et des bas prix.

De la viande de porc est illégalement importée et vendue en République dominicaine, quelquefois dans des valises. Toutefois, si les personnes se font prendre, la viande est confisquée. En effet, une cargaison de pieds de porc a été importée et confisquée en 1992.

Pour un complément d'information:

L'Ambassade du Canada
Apartado 2054
Santo Domingo
Téléphone : (809) 689-0002
Télécopieur : (809) 862-2691
S'adresser à: Mme Nancy Collado
Agent commercial

TRINITÉ-ET-TOBAGO

Entre 1986 et 1990, la consommation du porc à Trinité-et-Tobago a diminué en raison d'une baisse des importations qui, jusqu'à la fin de 1990, n'a pas été compensée par une augmentation correspondante de la production nationale, ce qui a eu pour effet d'entraîner une baisse des approvisionnements et de la consommation de viande. Trinité-et-Tobago est presque autosuffisant en porc. Le marché des importations est estimé à environ 3 millions de dollars, soit 10% de l'offre totale. Les États-Unis sont le principal fournisseur, avec une part de 61%, et le Canada, le deuxième, avec une part de 32%.

Production nationale

1988	2 973 tonnes
1989	2 286 tonnes
1990	2 443 tonnes

Consommation intérieure

La consommation annuelle totale (offre locale + importations, les exportations sont négligeables) s'établissait comme suit :

1988	3 318 tonnes
1989	2 500 tonnes
1990	2 650 tonnes

La consommation annuelle par habitant est très basse :

1988	2,76 kg
1989	2,08 kg
1990	2,21 kg

Le pays compte quelque 65 000 musulmans, soit 5% de la population, qui ne consomment pas de porc. Les pieds et queues de porc dans la saumure font partie de la cuisine traditionnelle locale.

La consommation de porc a diminué entre 1987 et 1990. Selon des statistiques officielles, l'offre totale de viande a diminué pratiquement de moitié entre 1986 (15 612 tonnes) et 1990 (8 310 tonnes). Cette baisse est attribuable aux difficultés économiques que le pays a connues et à la chute importante du produit intérieur brut qui a fait suite aux années du boom pétrolier. Le pays n'a pas enregistré de croissance de son économie et l'on prévoit que les statistiques montreront sensiblement le même tableau pour 1991 et 1992.

Exportations

Trinité-et-Tobago exporte de très faibles quantités de porc.

Importations

Pour 1991

	Total Tonnes	Canada Milliers \$	Tonnes	Autres fournisseurs Milliers \$	
Porc salé/en saumure	1 398	2 684	526	911	Le reste, des É.-U.
Pieds de porc frais/réfrigérés/congelés	349	298	29	30	Principalement du R.-U., mais aussi d'Irlande et des É.-U.
Autres	100	161	11	30	Le reste, des É.-U.
Bacon	2	25	-	-	Entièrement des É.-U.
Jambons, épaules, frais/réfrigérés	18	66	18	66	Aucun
Autres produits frais/réfrigérés	19	53	-	-	Entièrement des É.-U.
Abats congelés	12	17	-	-	Entièrement du R.-U.
Jambon préparé/conservé	2	11	-	-	Presque entièrement de la Barbade, mais aussi du Venezuela
Autres produits conservés	11	7	-	-	Principalement de la Barbade
Autres produits congelés	0,5	5	-	-	Entièrement de la Nouvelle-Zélande
TOTAL	1 911	3 327	595	1 056	

Autres fournisseurs	É.-U.	1 004 tonnes	2 016 127 \$
	R.-U.	238 tonnes	188 486 \$
	Irlande	82 tonnes	67 935 \$
	Barbade	11 tonnes	12 753 \$

Accès au marché

Droits de douane	40%
Droit de timbre	15%
Surtaxe	35%
TVA	15%

Les permis d'importation ne sont plus obligatoires, mais le gouvernement a imposé une surtaxe aux produits du porc importés afin de protéger l'industrie locale.

Transport et distribution

Les exportations vers Trinité-et-Tobago peuvent se faire par voie aérienne et maritime.

Liste des importateurs

- Aakanson Trading Company Limited**
Bejucal Road, Cunupia
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-665-3079
Mr. Naim Khan,
Managing Director
- Derek Joseph Agencies Limited**
25 Quamina Street, St. James
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-622-3827
Télé. : 809-628-5634
Mr. Derek Joseph,
Managing Director
- Dinanath Maharaj & Sons**
Cor Gomex & Keate Streets
San Fernando
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-652-4677
Télé. : 809-652-3317
Mr. D. Maharaj,
Managing Director
- Elton Nivet Importers Limited**
8 Henry Street
Port of Spain
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-623-3018
Télé. : 809-623-2018
Mr. Elton Nivet,
Managing Director
- Copie Samlal Limited**
Silver Mill Street
San Juan
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-638-5440
Télé. : 809-674-4160
Mr. Gopie Samlal,
Proprietor
- N.M. Ghany Ltd.**
5 Broadway
Port of Spain
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-623-8715
Télé. : 809-624-5991
Mr. A. Ghany
- Persad's Wholesale & Retail grocery**
238 Naparima mayaro Road
St. Julien
Princes Town
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-655-5172
Télé. : 809-655-6074
Mr. Hohan Persad,
Managing Director
- Peter Babwah Import & Export**
54 Sylvania Street
Gopaul Lands
Marabella
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-674-4710
Télé. : 809-658-3995
Mr. Peter Babwah,
Director
- Romike Limited**
Boundary Rd & Churchill
Roosevelt Hwy
San Juan
Trinidad and Tobago
Tél. : 809-674-4710/6
Télé. : 809-638-2649
Mr. Michael Valdez,
Director

Pour un complément d'information:

Haut-commissariat du Canada

P.O. Box 1246

Port of Spain

Tél. : (809) 623-7254

Télé. : (809) 624-4016

S'adresser à: M. Ramesh

Tiwari

Agent commercial

VENEZUELA

L'industrie vénézuélienne du porc a beaucoup souffert à la suite du programme de rajustement économique adopté en 1990. Le mécanisme de contingentement relatif à l'achat d'ingrédients de provendes locaux et importés permet aux producteurs d'aliments pour animaux d'importer seulement du sorgho et du tourteau de soja et les oblige à utiliser des céréales locales à des prix élevés. En outre, les importations ne sont autorisées que dans des cas particuliers et pour des quantités limitées d'ingrédients, ce qui empêche les fabricants de profiter de prix temporairement plus bas ou de rabais pour grandes quantités qui leur permettraient de réduire les coûts de production. En conséquence, l'industrie du porc n'a pu tirer avantage des prix internationaux des céréales (qui étaient bas en 1991) et la production d'aliments pour animaux est devenue un obstacle important à la croissance de l'industrie. Une hausse trop élevée des prix du porc a fait baisser les ventes intérieures au point que 39% de la capacité du Venezuela était inemployée en 1992.

Production nationale

L'abattage de porcs a produit 105 000 tonnes en 1992 et représentait 12% de la production intérieure totale de viandes, y compris la volaille. La production de porc a été freinée par une consommation stagnante qui reflète les prix relativement élevés au détail. Environ 42% de la production de porc sont destinés au détail et le reste à l'industrie de transformation.

Production en	1988 -	148 000 tonnes
	1989 -	132 000 tonnes
	1990 -	99 000 tonnes
	1991 -	104 000 tonnes
	1992 -	105 000 tonnes

Le Venezuela compte 15 grandes entreprises nationales et étrangères (comme Plumrose) qui produisent au pays des saucisses, des salamis, du jambon en conserve, du jambon salaisoné, du jambon York et d'autres produits du porc. La plupart des entreprises de transformation du porc sont situées dans la région métropolitaine de Caracas. Parmi les principaux problèmes de l'industrie, mentionnons l'insuffisance de l'approvisionnement local et le manque d'entrepôts réfrigérés. La production de porc au cours des cinq prochaines années devrait refléter la consommation actuelle qui s'élève à environ 5 kg par habitant par année. Le prix du poulet, qui continuera d'être plus faible que celui du porc, aura des répercussions sur la consommation de viande de porc.

Politiques gouvernementales

L'industrie des aliments pour animaux est réglementée par un décret présidentiel qui fixe le prix de vente minimum, les droits et d'autres restrictions au commerce des ingrédients d'aliments pour animaux (licences d'importation). On s'attend à ce que les restrictions à l'importation soient abrogées sous peu et remplacées par un tarif spécial.

Consommation intérieure

La consommation de produits à base de porc est passée de 5,05 kg par habitant en 1991 à 5,20 kg en 1992. Le ministère de l'Agriculture a estimé que la production avait à peine augmenté de 1% l'année dernière (passant de 104 000 à 105 000 tonnes).

Bien qu'encore en deçà du prix du boeuf, le prix du porc a augmenté sensiblement à la suite de la nouvelle politique économique qui a eu des répercussions sur la consommation de porc au Venezuela, déjà restreinte aux occasions spéciales comme Noël et la période des Fêtes. La préoccupation à l'égard d'un régime alimentaire sain caractérisé par une faible consommation de matières grasses a également contribué à la réduction de la consommation de porc et continuera d'être un facteur important dans les années à venir. La consommation de porc poursuivra sa chute et celle des produits transformés déterminera finalement le sort de l'industrie.

Importations

Porc frais et congelé	6 tonnes	2 320 \$ US
Foie frais et congelé	314 tonnes	164 432 \$ US
Bacon frais, congelé et salé	91 tonnes	57 417 \$ US

* Importations provenant du Canada en 1991

Bacon	57 tonnes	36 441 \$ US
-------	-----------	--------------

* Importations provenant du Canada, de janvier à août 1992

Coupes fraîches	16 tonnes	56 000 \$ CAN
Coupes congelées	208 tonnes	712 000 \$ CAN

Part canadienne des importations totales : 14%

Part américaine du total (1990) : 81%, 333 tonnes, 154 610 \$ US

Exportations

Exportations vénézuéliennes de porc en 1990 :

Porc frais et congelé	21 tonnes	42 658 \$ US
Jambons et coupes de choix	12 tonnes	33 631 \$ US
Autres coupes congelées	9 tonnes	9 027 \$ US

Destination : le jambon et les coupes de choix ont été expédiés aux Antilles néerlandaises et les autres coupes congelées ont été exportées en Colombie.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Depuis juillet 1992, alors que le gouvernement a adopté une nouvelle politique visant à abolir les restrictions à l'importation et à faire baisser graduellement les tarifs douaniers, il existe des débouchés intéressants pour tous les produits du porc, transformés ou non transformés. Le porc pour transformation offre des débouchés commerciaux intéressants, alors que ces derniers sont très limités pour la viande de détail.

Accès au marché

* Tarif de 20% et taxe de traitement douanier de 1%.

* Certification

Les produits de porc doivent être accompagnés d'un certificat sanitaire délivré par Agriculture Canada et doivent respecter la réglementation sanitaire locale sur les normes de qualité (semblables à celles du Canada). Les inspecteurs des Douanes et du ministère de la Santé détiennent les produits importés au Venezuela pendant une période maximale de 24 heures, puis leur en permettent l'entrée lorsqu'ils ont l'assurance que le produit est comestible.

* Étiquetage et emballage

Les matériaux d'emballage doivent être sûrs et hygiéniques de manière à préserver la qualité du produit importé, dans son contenant ou sur les étalages. Les négociants n'aiment pas manutentionner de lourds colis (de 12 à 15 kg).

Les étiquettes doivent être rédigées en espagnol et comprendre les renseignements suivants :

- nom et type de produit
- poids ou volume en unités métriques
- pays d'origine
- nom et adresse du fabricant et de l'importateur local
- catégorie du produit
- liste des ingrédients
- durée de conservation
- mode d'emploi (au besoin)
- numéro du lot.

Transport et distribution

Il est préférable d'acheminer les produits par mer dans des conteneurs réfrigérés; parmi les principaux ports, notons La Guaira (près des grandes entreprises de transformation du porc), Puerto Cabello et Guanta. Le groupement des expéditions à Caracas, Valencia, Porlamar (zone franche), Maracaibo et Barquisimeto caractérise la distribution des produits dans le reste du pays.

La plupart des importateurs locaux agissent à titre de grossistes ou de distributeurs à l'échelle nationale et certains d'entre eux peuvent demander des droits d'importation exclusifs. Le respect des formalités à l'égard des exportations et du transport est crucial si l'on veut réussir dans ce marché très concurrentiel où les États-Unis occupent une place de choix.

Les conditions des importateurs peuvent varier, mais comprennent généralement des propositions de prix FAB, bien que l'on puisse également demander des propositions CAF. On exige généralement à titre de paiement une lettre de crédit (tirée sur une banque commerciale internationale) une fois que le produit est arrivé au Venezuela et que les services locaux d'inspection sanitaire l'ont inspecté et approuvé. La marge bénéficiaire des importateurs et des détaillants varie entre 20 et 25%. Les prix au détail sont majorés d'environ 80% par rapport à la valeur CAF, en raison des coûts d'exploitation.

Le principal marché est la région métropolitaine de Caracas (36% du pouvoir d'achat total) et les autres grandes villes.

Recommandations aux exportateurs canadiens

- Établir des liens commerciaux avec des importateurs ou des agents fiables, puisque ceux-ci représentent la voie la plus prometteuse pour les nouveaux arrivants.
- Inviter les grands importateurs locaux de porc à visiter les principaux exportateurs canadiens afin de faire contrepoids à l'influence américaine et danoise.
- Fournir à l'importateur un certificat sanitaire authentifié par le consulat du Venezuela relativement au produit proposé ainsi qu'une lettre d'introduction.
- Si l'importateur demande des droits exclusifs à l'égard du produit, ajouter une disposition dans le contrat sur un volume minimum d'achats annuels.
- Si vous ne pouvez correspondre en espagnol, veuillez le faire en anglais.
- Lorsqu'on demande des échantillons, ceux-ci doivent être expédiés dans les délais, accompagnés d'un certificat d'analyse.
- Répondre immédiatement aux demandes de renseignements provenant des acheteurs.
- Les produits expédiés doivent être conformes aux échantillons et aux délais de livraison indiqués au moment de la commande.

**Contacts au sein
gouvernement et de
l'industrie**

Gouvernement

Ministerio of Agricultura y Cria
M. William Sequera, directeur
de la santé animale
Tél. : (011-58-2) 509-0240

Industrie

Asociacion de Industriales de
la Carna (AICAR)
M. Eduardo Blanco, président

Tél. : (011-58-2) 239-4474
Télex : 21295

Camara Venezolana de la
Industria de Alimentos
(Association vénézuélienne de
l'industrie alimentaire)
M. Jorge Redmond
Tél. : (011-58-2) 239-9818
Télex. : (011-58-2) 238-3268

Liste des importateurs

Chacinera Los Andes CA
Contact: Jose Alvarez
Tél. : (011-58-2) 751-2222
Télex. : (011-58-2) 751-1657

Charvenca
Contact: Gabriel Diciano
Tél. : (011-58-2) 212-497
Télex. : (011-58-2) 213-246

Embutidos Paris CA
Contact: Emilio Paris
Tél. : (011-58-71) 59-058
Télex. : (011-58-71) 57-036

Embutidos Stefanutti CA
Contact: Aldo Di Gulio
Tél. : (011-58-2) 491-667
Télex. : (011-58-2) 443-6116

Embutidos Schafer SA
Contact: Mary D'Alesandro
Tél. : (011-58-2) 214-334
Télex. : (011-58-2) 222-109

Embutidos Semosa SA
Contact: Giacomo Fasce
Tél. : (011-58-51) 455-549
Télex. : (011-58-51) 457-219

Ferris Packing Products CA
Contact: Elida De Guillermo
Tél. : (011-58-2) 217-031
Télex. : (011-58-2) 228-265

Hermo CA
Contact: Jose Asiain
Tél. : (011-58-2) 742-412
Télex. : (011-58-2) 741-584

Industria Embutidora Wismar
CA
Contact: Ugo Rosato
Tél. : (011-58-2) 431-3329
Télex. : (011-58-2) 431-3442

Industria Envasadora Nacional
CA (Plumrose)
Contact: Hildur Jackobsen
Tél. : (011-58-2) 239-9822
Télex. : (011-58-2) 239-9277

Industrias Ali Menticias
Corralito SA Contact: Luis
Giacomello
Tél. : (011-58-32) 61-445
Télex. : (011-58-2) 573-5778

Jacusa
Contact: Ricardo Delgado
Tél. : (011-58-32) 42-726
Télex. : (011-58-32) 45-774

Embutidos Carabobo CA
Contact: Vittorio Bianco
Tél. : (011-58-41) 319-791
Télex. : (011-58-41) 318-927

Salumificio Ital-Guarico CA
Contact: Vito Calandriello
Tél. : (011-58-2) 263-0144
Télex. : (011-58-2) 316-415

Venezolana Empacadora CA
Contact: Eduardo Bianco
Tél. : (011-58-2) 239-5222
Télex. : (011-58-2) 347-058

Veproca
Contact: Asdrubal Hernandez
Tél. : (011-58-2) 241-0455
Télex. : (011-58-2) 241-2693

Brimara
Contact: Gunther Brill
Tél. : (011-58-2) 931-266
Télex. : (011-58-2) 941-6319

Diablitos Venezolanos CA
Contact: Gene Norman
Tél. : (011-58-2) 951-3467
Télex. : (011-58-2) 951-1618

Asociacion Industrial de la
Carne Contact: Eduardo
Blanco
Tél. : (011-58-2) 239-4474
Télex. : (011-58-2) 239-1989

**Pour un complément
d'information:**

**Ambassade du Canada
Edificio Torre Europa, Piso 7
Av. Francisco de Miranda
Campo Alegre, Caracas
1060
Tél. : (011-58-2) 951-6166
Télex. : (011-58-2) 951-4950
S'adresser à: M. David
Ramirez
Agent commercial**

HONGRIE

Quoique les exportateurs canadiens aient vendu à la Hongrie pour environ 4 millions de dollars de porc en 1992, on ne prévoit aucun accroissement des ventes au cours des prochaines années du fait que le pays est autosuffisant au stade actuel de la demande et de l'approvisionnement. Cette situation est due à la récession, qui influe sur le budget alimentaire des consommateurs. Plus tard, néanmoins, quand l'économie aura été relancée, on pourra compter sur de meilleurs débouchés.

Production nationale

La Hongrie est, par tradition, un pays porcicole et son industrie du porc remonte au 15^e siècle. Déjà au 19^e siècle, cette industrie était dirigée et supervisée par le secteur de la reproduction porcine. La population porcine a toujours été du même ordre de grandeur que la population humaine (c.-à-d. 10,6 millions de têtes), sauf pendant les années 40 et 50, où elle a subi une réduction drastique. Elle est tombée à 1,11 million de têtes, contre 5,22 millions avant la guerre, en 1938. À partir de 1955 et jusqu'au début des années 80, elle a augmenté de façon régulière, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Année	Nombre de porcs (en milliers)	Truies (en milliers)
1938	5 220	812
1945	1 110	214
1955	5 540	833
1960	5 380	407
1965	5 960	571
1975	5 890	590
1985	5 990	678
1990	5 740	679
1991	5 640	596
1992	5 380	494

Comparée à ce qu'elle est dans le pays et des autres pays, la densité de la population porcine est particulièrement élevée en Hongrie (133 têtes par 100 hectares) — CE (74 têtes par 100 hectares) et densité mondiale (18 têtes par 100 hectares). Seuls les exportateurs de porc européens traditionnels — les Pays-Bas (670 têtes par 100 hectares), le Danemark (330) et la Belgique (370) — ont une densité supérieure à celle de la Hongrie. Alors que 1,1 % de la population porcine mondiale est concentrée en Hongrie, la part que prend ce pays à la production mondiale de porc varie entre 1,7 et 2,2 %.

Malgré la forte baisse de la population porcine en 1991-1992 due à divers facteurs économiques externes et internes (inflation nationale, restructuration de la propriété, effondrement brusque des marchés soviétiques et d'Europe de l'Est pour les produits agricoles hongrois, etc.), la production porcine a été néanmoins élevée à 740 000 tonnes.

Tel. : (011-58-2) 239-4474
Télex : 21293

Comité Venezolano de la
Industria de Alimentos
(Asociación venezolana de
la industria alimentaria)
M. Jorge Rodríguez
Tel. : (011-58-2) 239-9819
Télex : (011-58-2) 239-3278

Liste des importateurs

Chickens Los Andes CA
Contact: Juan Alvarez
Tel. : (011-58-2) 751-2222
Télex : (011-58-2) 751-1957

Charcuterie
Contact: Susana Ocasio
Tel. : (011-58-2) 210-497
Télex : (011-58-2) 210-296

Embroidery Paris CA
Contact: Emile Paris
Tel. : (011-58-2) 22-028
Télex : (011-58-2) 22-028

Embroidery Sydney
Contact: Alan O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Embroidery Sydney CA
Contact: Mary O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Embroidery Sydney CA
Contact: Thomas O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Fabric Printing Houston CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Hats CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

Industria Textilera Miami
CA
Contact: John O'Neil
Tel. : (011-58-2) 46-111
Télex : (011-58-2) 46-111

RUSSIE

EUROPE CENTRALE ET DE L'EST



HONGRIE

Quoique les exportateurs canadiens aient vendu à la Hongrie pour environ 4 millions de dollars de porc en 1992, on ne prévoit aucun accroissement des ventes au cours des prochaines années du fait que le pays est autosuffisant au stade actuel de la demande et de l'approvisionnement. Cette situation est due à la récession, qui influe sur le budget alimentaire des consommateurs. Plus tard, néanmoins, quand l'économie aura été relancée, on pourra compter sur de meilleurs débouchés.

Production nationale

La Hongrie est, par tradition, un pays d'élevage porcin et son industrie du porc remonte au 15^e siècle. Déjà au 19^e siècle, cette industrie était dirigée et supervisée par le secteur de la reproduction porcine. La population porcine a toujours été du même ordre de grandeur que la population humaine (c.-à-d. 10,6 millions de têtes), sauf pendant les années qui ont suivi la seconde guerre mondiale (1945-1948). Elle est alors tombée à 1,11 million de têtes, contre 5,22 millions avant la guerre, en 1938. À partir de 1955 et jusqu'au début des années 90, elle a augmenté de façon régulière, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Année	Nombre de porcs (en milliers)	Truies (en milliers)
1938	5 220	612
1945	1 110	214
1955	5 540	638
1960	5 360	407
1965	6 960	571
1975	7 890	590
1985	9 390	678
1990	9 040	679
1991	8 640	596
1992	6 380	494

Comparée à ce qu'elle est dans la plupart des autres pays, la densité de la population porcine est particulièrement élevée en Hongrie (133 têtes par 100 hectares) — CE (74 têtes par 100 hectares) et densité mondiale (18 têtes par 100 hectares). Seuls les exportateurs de porc européens traditionnels — les Pays-Bas (670 têtes par 100 hectares), le Danemark (330) et la Belgique (370) — ont une densité supérieure à celle de la Hongrie. Alors que 1,1 % de la population porcine mondiale est concentrée en Hongrie, la part que prend ce pays à la production mondiale de porc varie entre 1,7 et 2,2 %.

Malgré la forte baisse de la population porcine en 1991-1992 due à divers facteurs économiques externes et internes (inflation nationale, restructuration de la propriété, effondrement brusque des marchés soviétiques et d'Europe de l'Est pour les produits agricoles hongrois, etc.), la production porcine s'est néanmoins élevée à 740 000 tonnes.

Production de viande (en milliers de tonnes)

Année	Boeuf	Porc	Mouton	Volaille
1988	237	852	29	438
1989	241	841	24	396
1990	218	793	22	394
1991	199	740	21	260

En valeur, la production porcine représente 39,4 % 100 de la production animale globale.

La plus grande partie de la transformation de la viande se fait dans les dix-neuf sociétés d'état d'abattage et de conditionnement implantées dans les comtés. En outre, la Hongrie possède 60 installations d'abattage et de conditionnement régionales, menées par des coopératives agricoles et des fermes d'état. Elle compte douze installations abattant plus de 100 000 porcs par an. En 1991, les entreprises d'état ont abattu 5 millions de porcs et celles des régions quelque 2 millions. Le nombre de porcs abattus en privé est estimé à 1,5 million. Quatre entreprises situées en Hongrie occidentale ont été approuvées par la CEE et le ministère américain de l'Agriculture et elles sont autorisées à exporter du jambon en boîte. Elles ont été construites au début des années 70 selon des techniques occidentales modernes.

La récente restructuration économique et juridique du secteur agro-alimentaire a amené l'Agence des propriétés d'état à mettre en vente un grand nombre d'entreprises d'état en vue d'une privatisation. D'autres entreprises régionales, qui étaient autrefois des coopératives, ont fait faillite et sont en cours de liquidation. Des investisseurs étrangers se sont déclaré intéressés par ce secteur.

Politiques gouvernementales

Entre 1967 et 1971, a été mis en oeuvre un vaste «programme d'état de production porcine» dans le cadre duquel ont été créées 280 grandes fermes spécialisées dans l'élevage porcin. Après 1974, l'accroissement du potentiel a été minimal. Actuellement, la production est à «caractère multi-sectoriel», à raison d'environ 40 % pour les grandes fermes et du reste pour les petites fermes privées. C'est principalement dans ces dernières que l'on engraisse des porcs, tandis que l'élevage et la production de porcelets sevrés s'effectuent dans les grandes fermes d'état. Cet état de choses peut se modifier au bénéfice des fermes privées, démarche que le gouvernement du moment appuie actuellement dans sa politique agricole.

En Hongrie, les subventions agricoles ne s'élèvent habituellement qu'à 10 % du prix du produit, contrairement à ce qui se passe dans les autres pays d'Europe de l'Est (c.-à-d. la Pologne avec 40 % et l'ancienne Tchécoslovaquie avec 30 %). Le Comité de coordination agricole (ACC), qui est un organisme interministériel, est chargé de fixer le taux des subventions des exportations hongroises de produits agricoles. À la suite de la récente interdiction que la CE a décrétée le 7 avril 1993 à l'encontre des importations de produits carnés et animaux en provenance d'Europe de l'Est, interdiction qu'elle a levée

quelques semaines plus tard, l'ACC a décidé d'offrir une subvention de 17 forints par kilo pour des demi-carcasses de porc, afin d'encourager la constitution d'un cheptel local (1 dollar canadien = 69,50 forint). Cette aide spéciale est valable jusqu'au 30 juin 1993, mais son montant doit être réduit progressivement à 22 forints par kilo au 31 mai et à 5 forints par kilo au 30 juin. La subvention à l'exportation octroyée pour le salami, qui est habituellement de 20 %, a également été portée, à ce moment-là, à 30 % pour 600 tonnes. Pour 400 tonnes de saucisson sec fumé, la subvention est passée des 10 % habituels à 20 %.

Outre les subventions à l'exportation, une aide est également octroyée pour la production animale en elle-même. Le fonds constitué à cet effet s'élève à 450 millions de forints par an, répartis à part presque égales entre les bovins, les porcs, les chevaux, la volaille, les moutons et le poisson.

La Banque mondiale a maintenant octroyé des lignes de crédit d'un montant total de 270 millions de dollars américains au secteur agricole hongrois pour la mise en oeuvre de divers programmes. De ce montant, 100 millions de dollars américains sont affectés au «Programme intégré d'exportations de produits agricoles», créé en 1990 dans le but d'améliorer le patrimoine animal et végétal, d'acheter des machines et de l'équipement et de mettre au point des programmes de formation. En outre, pour développer la commercialisation et la distribution, les producteurs, transformateurs et distributeurs de produits agricoles disposent de crédits d'un montant maximum de 10 millions de dollars américains, qui ont été pris sur une autre ligne de crédit de 100 millions de dollars américains affectés au «Programme d'amélioration de la commercialisation des produits», créé en 1992.

Consommation nationale

En Hongrie, le porc est, de loin, la viande la plus populaire. En 1992, près de la moitié de la consommation de viande par personne (64 kg) a été du porc (30 kg), suivi de la volaille (20 kg), du boeuf (7 kg) et d'autres viandes (7 kg). Depuis le milieu des années 80, la consommation totale de viande par personne, qui se situait alors entre 75 et 80 kg, dont 42 kg de porc, est en baisse. On prévoit qu'elle atteindra à nouveau ce niveau un jour.

Exportations

Avant l'effondrement de l'ancienne Union soviétique et du Conseil d'assistance économique mutuelle (CAEM), la Hongrie avait ordre d'être le principal fournisseur de porc de qualité moyenne de l'Union soviétique (70 %), de la Pologne et de la Yougoslavie (20 %), le reste de la viande de qualité étant exporté vers les pays d'Europe de l'Ouest, tels que l'Allemagne de l'Ouest. Les récents changements que connaît le marché font que la Hongrie a réorienté ses exportations de viande vers des pays d'Europe de l'Ouest autres que l'Allemagne. En fait, dès le début des années 90, elle a exporté la majeure partie de ses 40 000 tonnes en France, en Espagne, au Portugal et aux îles Canaries, principalement des produits de qualité supérieure tels que des côtes levées et des côtelettes de porc ainsi que du jambon. Par ailleurs, en Slovénie et en Croatie, le marché

des carcasses et des produits avec os est en pleine expansion. Quant aux échanges avec les républiques de la Communauté des États indépendants, ils ne peuvent se faire que sous forme de troc ou au moyen d'arrangements spéciaux, du fait que ces ventes sont limitées et risquées.

Importations

La Hongrie a connu des années d'autosuffisance et elle exportait 25 % de sa production porcine. Avant le début des années 90, elle n'a jamais importé plus d'un ou deux milliers de tonnes de porc congelé de la CE à des fins de retransformation industrielle et de réexportation. Les importateurs devaient demander des licences d'importation à un comité gouvernemental composé de représentants des ministères des Finances, de l'Agriculture, de l'Industrie et du Commerce ainsi que des Affaires économiques extérieures. En 1992, à la suite de la baisse de la population porcine nationale (30 % en 1990 et 26 % en 1991), des licences d'importation ont été accordées pour des quantités de 12-13 000 tonnes de porc. 80% environ de ce seul et unique contingent ont été fournis par les Pays-Bas (surtout du jambon d'épaule) et par la Belgique (du coeur et autres abats), le reste étant venu d'Autriche et d'Allemagne. En 1992, les exportateurs canadiens de porc ont réussi à vendre divers produits du porc pour un montant d'environ 4 millions de dollars américains.

Accès au marché

Tarif douanier 15% ad valorem, peu importe la coupe ou le degré de transformation, sur le prix au point d'entrée en Hongrie.

Débouchés offerts aux produits canadiens

Occasionnellement, dans les cas où la stabilité de l'approvisionnement local se trouverait compromise à cause d'une pénurie ou d'une recrudescence des engagements en matière d'exportations, la Hongrie pourrait importer certains produits du porc canadiens aux conditions suivantes :

- les certificats sanitaires et de salubrité devront être acceptés par les autorités locales
- les prix, indiqués en valeur CAF, devront pouvoir concurrencer ceux des rivaux européens (Pays-Bas, Belgique, etc.)

Pour la seconde moitié de 1993, les perspectives sont quelque peu sombres. Toutefois, dans les années à venir, l'économie devrait normalement reprendre. Il se pourrait alors que la production locale hongroise, limitée par les cycles de production des porcs, ne puisse plus faire face à la demande.

Principale foire commerciale

La prochaine édition de Foodapest, qui se tient à tous les deux ans, aura lieu du 23 au 26 novembre 1994.

Liste des importateurs

En principe, il y a une centaine de sociétés de négoce auxquelles le gouvernement hongrois a accordé une licence d'importation de viande. Les trois principaux importateurs sont les suivants :

TERIMPEX

Karolyi M. U. 9

H-1055 Budapest

S'adresser à : M. Gyula Zam,
directeur général

Tél. : (011-36-1) 117-6434

/117-5011

Télééc. : (011-36-1) 117-3179

MEATEX Co. Ltd

Nador U. 36

H-1051 Budapest

S'adresser à : M^{me} Eva Kollar,
directrice générale

T é l . / T é l é c . :

(011-36-1) 361-131 ou

269-2850

Kolos Trading & Venture Ltd.

Jokal U. 2

H-1066 Budapest

S'adresser à : M. Janos Toth,
directeur général

Tél. : (011-36-1) 117-3166

/269-2850

Télééc. : (011-36-1) 117-3077

On peut se procurer une liste à jour de ces sociétés en s'adressant directement à l'organisme suivant :

Conseil national de la viande

Garas U. 8/10

H-1026 Budapest

S'adresser au : Dr. Gyulia Koch, directeur général adjoint

Tél. : (011-36-1) 135-8143

/136-3580

Télééc. : (011-36-1) 135-4754

**Organismes
gouvernementaux et
industriels**

Union nationale des
entreprises de transformation
de la viande

Szechenyi Rakpart 6

H-1054 Budapest

S'adresser à : M. Robert
Tuske, conseiller de l'industrie
du porc

Tél. : (011-36-1) 131-4767

Télééc. : (011-36-1) 132-3156

Conseil national de la viande

Garas U. 8/10

H-1026 Budapest

S'adresser à : Dr. Gyulia
Koch, directeur général adjoint

Tél. : (011-36-1) 135-8143

/136-3580

Télééc. : (011-36-1) 135-4754

**Pour un complément
d'information**

Ambassade du Canada

Budaskezi ut 32

H-1121 Budapest XII

Tél. : (011-36-1) 176-7686

/176-7711

Télééc. : (011-36-1) 176-7689

S'adresser à : M. Jean-Yves

Dionne

Conseiller commercial

POLOGNE

L'année 1992 marquait la troisième année consécutive de transformations économiques en Pologne. La situation dans le secteur de l'agriculture, comme dans tous les secteurs de l'économie polonaise, est toutefois loin d'être stable. À la suite des rajustements réalisés pour tenir compte des nouvelles conditions, la production agricole (y compris l'industrie de la viande) et les prix ont subi nombre de fluctuations et de changements. Une sécheresse sérieuse et les protestations importantes des agriculteurs, deux nouveaux éléments en 1992, ont eu des conséquences sur la politique et la vie agricoles polonaises. La production agricole totale a baissé de 11,9% en 1992 par rapport à 1991 (surtout dans la production maraîchère, où il y a eu une chute de 20%; le recul s'est limité à 3,9% dans la production animale).

Production nationale

À la fin de 1992, le cheptel porcin comptait 21 078 000 têtes. Il s'agit d'une hausse de 1,7% par rapport à 1991 (augmentation de 6,3% dans le secteur privé et baisse de 16,7% dans le secteur public). La production de porc totalisait 2 630 000 tonnes.

Compte tenu du rapport peu rentable entre le prix des provendes destinées aux porcs (qui ont augmenté de 150 à 160% en 1992) et le prix du porc qui s'est accru de seulement 19% pendant cette période, on s'attend à ce que la production porcine baisse en 1993. On prévoit, selon la composition de la population porcine, que pendant les six premiers mois de 1993 le nombre de porcs abattus demeure le même qu'en 1992 pour ensuite chuter considérablement dans la seconde moitié de l'année. Les exploitations privées assurent plus de 80% de l'élevage porcin, et les fermes d'État et les coopératives les autres 20%. L'élevage est réparti presque également dans toute la Pologne.

L'industrie de la transformation est dominée par le secteur public, où 60 entreprises s'arrogent environ 80% du marché. La majorité des grands transformateurs de viande polonais sont bien intégrés, possédant leurs propres abattoirs, usines de transformation et conserveries. Ils se concentrent essentiellement dans les régions du centre, du centre-nord et du sud-est de la Pologne. Des petites et moyennes entreprises privées se sont formées dans toute la Pologne au cours des deux ou trois dernières années.

Politiques gouvernementales

Il n'y a aucune subvention, aucune mesure incitative, ni soutien direct des prix. Le gouvernement polonais a élaboré une politique visant à protéger la production locale, qui comprend les éléments suivants :

- Achats d'intervention (pour maintenir le prix des porcs de boucherie et des stocks de viande appropriées) auprès des producteurs locaux par la Régie des Marchés agricoles, propriété d'état.

- Financement offert à faibles taux d'intérêt et suspension provisoire des tarifs douaniers imposés sur les aliments pour animaux (mesures spéciales prises dans le cadre du programme gouvernemental de lutte contre les effets de la sécheresse de 1992).

Le ministère polonais de l'Agriculture prévoit en outre imposer des droits variables sur les produits alimentaires importés, mais les détails restent à confirmer.

Consommation Intérieure

La consommation de porc s'est élevée à 42 kg par habitant en 1991. La production locale a toujours dépassé la demande intérieure et les importations ont généralement représenté un moyen de diversifier le marché et une source d'approvisionnement moins coûteuse. Le porc a toujours été la viande préférée des Polonais. La consommation par habitant en 1991 le prouve : 42 kg de porc, 15,6 kg de boeuf, 8,2 kg de volaille et 6,2 kg de poisson. Cette situation n'est pas près de changer à court terme. Seul un changement spectaculaire des prix (du porc par rapport à ceux des autres viandes) pourrait la modifier.

Importations

* Secteur public

Les importations de porc non transformé ont totalisé en 1991 27 603 tonnes évaluées à 533,7 milliards de zlotys, dont 1 614 tonnes ou 5,8% provenaient du Canada (le dollar canadien valait 8 500 zlotys en 1991, selon la moyenne du taux de change).

- Demi-carcasses 17 852 tonnes (5 559 importées de Hongrie; 5 401 d'Allemagne; 4 524 de Finlande via l'Allemagne et la Suède).
- Coupes 8 721 tonnes (2 137 importées de Suède; 2 035 des États-Unis; 1 614 du Canada).
- Autres 1 030 tonnes (907 importées d'Allemagne).

De plus, la Pologne a importé 2 988 tonnes de porc en conserve évaluées à 121,5 milliards de zlotys, en provenance principalement des Pays-Bas (via le Royaume-Uni) et d'Irlande (via la Suède, les Pays-Bas et le Royaume-Uni).

Secteur privé

Le secteur privé a importé en 1991 des produits du porc d'une valeur de 403 milliards de zlotys; aucune donnée sur les quantités n'est disponible.

- Carcasses et demi-carcasses 251 milliards de zlotys (Hongrie, Allemagne et Autriche)
- Coupes 47 milliards de zlotys (Allemagne et Danemark)
- Autres 101,8 milliards de zlotys

Exportations

Secteur public

Le secteur public a exporté 2 106 tonnes de porc en 1991 évaluées à 57 milliards de zlotys. Selon les statistiques polonaises, aucune exportation n'était destinée au Canada.

- Demi-carcasses 1 088 tonnes (653 exportées en URSS; 398 en Allemagne).
- Coupes 1 013 tonnes (652 exportées en Italie; 218 en Suède).
- Autres 2,6 tonnes

De plus, 6 292 tonnes de porc en conserve (328 milliards de zlotys) ont été exportées (5 904 tonnes aux États-Unis et 310 à Porto Rico), de même que 518 tonnes de bacon (17 milliards de zlotys).

Secteur privé

Les exportations dans ce secteur étaient évaluées à 5,26 milliards de zlotys et représentaient seulement 8,3% des exportations totales de porc de la Pologne. Les principales destinations des exportations étaient l'Allemagne, l'Italie, la Tchécoslovaquie et la Suisse.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

On doit cibler les produits de qualité supérieure (porc maigre) et ceux de bas de gamme. La chute de la production locale au cours de la seconde moitié de 1993 pourrait accroître à court terme la demande en viandes importées. Compte tenu de la situation instable créée par l'émergence d'un marché libre, il est difficile d'évaluer les possibilités à long terme (de même que les politiques sur l'importation, les voies d'importation et de distribution étant en train de prendre forme).

Principales foires commerciales

P O L A G R A

Foire de l'industrie agro-alimentaire, à Poznan (chaque année en octobre).

Les producteurs et les exportateurs des pays concurrents (surtout l'Allemagne, les Pays-Bas et le Danemark) participent activement à la foire POLAGRA. Ils organisent également des salons nationaux à l'intention des consommateurs polonais, qui sont parrainés par les ministères nationaux et régionaux et les chambres de commerce.

Accès au marché

Les tarifs douaniers actuels sur le porc provenant des pays qui ne sont pas membres de la CEE varient entre 35 et 40%, selon le type de produits (les pays de la CEE profitent de tarifs préférentiels). Hormis les licences d'importation accordées sur la foi des certificats zoosanitaires, il n'existe aucune barrière non tarifaire, mais comme nous l'avons dit précédemment, le ministère polonais de l'Agriculture prévoit imposer des droits variables sur certains produits alimentaires importés (y compris la viande). On est en train de modifier la réglementation sur l'emballage et l'étiquetage afin de la rendre conforme à celle de la CEE. La réglementation sur la protection de l'environnement devrait également être modifiée. En vertu de l'entente conclue entre la CEE et la Pologne, les

pays membres de la CEE profitent d'un traitement préférentiel qui se présente sous la forme d'une réduction partielle des tarifs douaniers et des droits variables (si jamais ils sont imposés).

Transport et distribution

Tous les modes de transport (par air, par mer et par terre via l'Europe) permettent d'acheminer les produits en Pologne. Les produits peuvent ensuite être expédiés du point d'entrée aux consommateurs grâce aux liaisons aériennes, ferroviaires et routières. Les grands transformateurs et importateurs possèdent généralement leurs propres entrepôts ainsi que des entrepôts réfrigérés ou sous douane, alors que les plus petits louent leurs installations.

Le réseau de distribution n'est pas encore complètement en place. Il s'est formé spontanément au cours des deux ou trois dernières années. Au cours d'une période de transition, toutes les voies d'importation et de distribution sont utilisées : les anciennes, liées à l'économie dirigée, et celles correspondant à l'économie de marché occidentale. Dans un proche avenir, les voies propres à l'économie de marché (agents, courtiers, grossistes, etc.) devraient dominer, alors que les autres (livraison directe du producteur au détaillant) devraient disparaître. Le marché polonais est en train de prendre forme. On examine les sources d'approvisionnement et les voies de distribution des produits importés, tandis qu'on recherche toujours de l'équipement et de la technologie modernes.

Recommandations aux exportateurs canadiens

Le marché polonais nécessite une commercialisation plus poussée et une présence accrue des exportateurs. Il est indispensable de communiquer plus souvent, soit en personne soit par la poste, avec les acheteurs éventuels (importateurs, distributeurs et grands transformateurs). On suggère également de participer aux foires commerciales, dans une certaine mesure.

Contacts gouvernementaux

Service de la production animale
Ministère de l'Agriculture
ul. Wspolna 30
00-930 Varsovie
Tél. : (011-48-2) 623-2333
Télé. : (011-48-2) 623-2750

Service de la transformation des aliments
Ministère de l'Agriculture
ul. Wspolna 30
00-930 Varsovie
Tél. : (011-48-2) 623-1537
Télé. : (011-48-2) 623-2750

Régie des marchés agricoles
ul. Wspolna 30
00-930 Varsovie
Tél. : (011-48-2) 623-1664
Télé. : (011-48-2) 628-9353

Liste des importateurs

ANIMEX
ul. Chalubinskiego 8
00-613 Varsovie
tlx 814431
Tél. : 011-48-22-302-594
Télé. : 011-48-22-300-537

AGRICOOOP
Al. Jerozolimskie 27

00-508 Varsovie
tlx 817908
Tél. : 011-48-22-210-840
Télé. : 011-48-22-211-844

BACONEX
ul. Wyzwolenia 13A
86-141 Lnianio
tlx 0562877
Tél. : 011-48-852-270-401
Télé. : 011-48-852-286-853

KONSBUD
ul. Wolska 153
01-258 Varsovie
tlx 816781
Tél. : 011-48-22-367-857

Télé. : 011-48-22-367-201

PEKPOL

ul. Chocimska 28

00-791 Varsovie

tlx 816391

Tél. : 011-48-22-498-378

Télé. : 011-48-22-498-338

POLCOOP S.A.

ul. Kopernika 30,

00-950 Varsovie

tlx 814451

Tél. : 011-48-22-262-363

Télé. : 011-48-22-271-053

PROVIMEX

ul. Akacjowa 25

84-240 Gdynia

tlx 054160

Tél. : 011-48-58-783-272

Télé. : 011-48-58-783-349

ROLMEX S.A.

ul. Piekna 68

00-672 Varsovie

tlx 813259

Tél. : 011-48-22-212-721

Télé. : 011-48-22-292-792

PPH RIKOL

ul. Slowakiego 8

42-300 Myszkow

Tél. : 011-48-376-131-028

Télé. : 011-48-34-651-228

WAWEL AGENCY

Tatynia nr 59

72-015 Police

Tél. : et téléc. :

011-48-91-176-339

**Pour un complément
d'information:**

Section commerciale

Ambassade du Canada

ul. Jana Matejki 1/5

00-481 Varsovie

Tél. : (011-48-22) 29-80-51

Télé. : (011-48-22) 29-64-57

S'adresser à: Mme Hanna

Mróz

Agent commercial

RÉPUBLIQUE TCHEQUE

Puisque la République tchèque n'est devenu un état que le 1er janvier 1993, nous avons utilisé les chiffres de la Tchécoslovaquie.

La Tchécoslovaquie a toujours été auto-suffisante en porc malgré une consommation par habitant très élevée, 46,8 kg in 1988 et 48,1 kg in 1989. Cependant, avec l'arrivée d'une économie de marché, la situation agricole s'est passablement dégradée. La baisse du pouvoir d'achat a provoqué une chute dans la demande de produits alimentaires avec comme conséquence que les producteurs ont réduit leur production ce qui a amené des pénuries temporaires de certains produits animaux. Étant donné que les entreprises de transformation de la viande appartiennent toujours à l'État, elles peuvent utiliser leur pouvoir pour faire baisser les prix des porcs à l'abattage et faire grimper les prix du porc au détail. Puisque les producteurs diminueront leur production pour réagir à ces conditions de marché, le pays devra de temps à autre importer des centaines ou des milliers de tonnes de porc. On prédit qu'à long terme la consommation de porc par habitant dans la République tchèque baissera pour se situer entre 35 et 40 kg, mais il n'en demeure pas moins que le porc continuera d'être un élément important du menu quotidien.

Production nationale

La production de porc dans la nouvelle République tchèque est évaluée à environ 740 000 tonnes soit environ deux fois celle de la Slovaquie (376 000 tonnes). La République tchèque possède 4 598 000 porcs, dont 324 000 truies reproductrices alors que les chiffres correspondants pour la Slovaquie sont 2 520 000 et 180 000. Les données tchèques sont en date du 1er mars 1993.

La population porcine tchèque n'a connu qu'une légère baisse au cours des dernières années. De plus, le nombre plus important de porcs de plus de 50 kg (+ 135 000) indique que l'abattage s'intensifiera très bientôt.

- Nombre total de porcs sur les fermes d'État et coopératives tchécoslovaques

1990	6 471 000	dont truies	477 000
1991	6 350 000	"	482 000
1992 (juillet)	6 361 000	"	481 000

- Nombre total de porcs en Tchécoslovaquie, en incluant le secteur privé

1989	7 498 000	dont truies	493 000
1990	7 090 000	"	493 000

- Porcs abattus

1990	897 719
1991	756 690
1992 (jan-mai)	311 711

● Production de porcs (poids vif)

1989	1 146 000 tonnes
1990	1 115 000 tonnes

● Production de porcs (produit final des abattoirs)

1989	602 000 tonnes
1990	594 000 tonnes

Politiques gouvernementales

En novembre 1992, la République tchèque a importé 2 000 tonnes de porc d'Allemagne et des Pays-Bas suite aux mesures du ministre tchèque de l'Agriculture visant à empêcher les entreprises de transformation et les distributeurs d'augmenter «démessurément» les prix. Le ministre a aussi établi le prix de vente provisoire des coupes de porc (par exemple, 82,90 couronnes tchèques par kg de filet de porc et 90,80 couronnes par kg de côtelettes, etc., à raison de 22,23 couronnes pour un dollar canadien).

Ces produits ont été importés pour être congelés et introduits sur le marché au cas où les parties visées (fermiers, transformateurs et distributeurs) ne respecteraient pas les mesures ministérielles et augmenteraient à nouveau les prix. Dans le cadre de cette transaction, le ministre a exceptionnellement aboli le tarif douanier de 30% normalement en vigueur. Même si de telles importations peuvent encore survenir dans les années à venir, l'abolition du tarif douanier sera à chaque fois examinée par le ministre.

Importations

Les commerçants locaux préfèrent acheter des demi-carcasses fraîches aux pays voisins, du fait de la facilité des transports routiers et de la préférence des consommateurs pour la viande fraîche.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Le Canada peut exporter ses produits du porc à condition que les prix soient concurrentiels. Cependant, il est peu probable que dans un proche avenir la République tchèque importe du porc du Canada, ou de tout autre pays, vu les surplus qui persistent. Depuis la mi-mars 1993, le gouvernement tchèque a décidé d'acquérir 23 000 tonnes des producteurs locaux pour les réexporter par la suite.

Accès au marché

Le tarif douanier courant est de 30%.

Toute importation requiert une licence, laquelle est automatiquement émise aux demandeurs tchèques. Il n'y a pas de quotas d'importation.

Les importations de porc peuvent seulement provenir d'usines autorisées à exporter vers la CE ou les États-Unis, la préférence étant accordée aux premières ou à celles qui ont été inspectées et reconnues par les services vétérinaires tchèques. Avant d'exporter la viande, l'usine intéressée doit faire tester un échantillon dans un laboratoire tchèque, ce qui prend une à deux semaines.

L'accord avec la CE prévoit qu'à partir de 1996 un tarif douanier de 15% s'appliquera seulement sur les importations illimitées des produits de codes SH 0203.19.55 et 0203.29.55 provenant des pays membres de la CE. Les importations de carcasses et de demi-carcasses fraîches et congelées provenant de la CE continueront d'être soumises au tarif de 30%, ne conférant donc aucun avantage aux fournisseurs de la CE.

Liste des importateurs

BOHEMIA FLEISCH LTD.

Evropska 178

160 67 Praha 6

Tél. : 0042-2-3362869,

3165205

Télé. : 0042-2-3363409,

3162702

Contact: Ing. Ludek Kvizda

ANIMALCO Company Limited

Na Kocince 3

160 00 Praha 6

Tél. : 0042-2-3111-266, 267,

269, 286, 712, 288

Télé. : 0042-2-3111777,

3111283

Contact: Ing. Radko Jung

BOHEMIA FLEISCH

Masha 34

656 13 Brno,

Tél. : 0042-5-577205

Tél./Télé. : 0042-5-339275

Contact: Dr. Josef Augustyn

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada

Mickiewiczova 6

125 33 Prague 6

Tél. : (011-42-2) 312-0251/55

Télé. : (011-42-2) 311-2791

S'adresser à: M. Ross Miller

Conseiller commercial

HERMES TRADING

Pribinova 23

P.O. Box 82

810 11 Bratislava, Slovakia

Tél. : 0042-7-212018, 211696,

214780

Télé. : 0042-7-211550

Contact: Mr. Tripsky, Mr.

Derkaj

ROUMANIE

La Roumanie a vécu sa troisième année de transformation économique en 1992, et la situation dans le secteur agricole, de même que dans tous les secteurs économiques, est loin d'être stable. La production agricole (y compris le secteur de la viande) et les prix ont beaucoup fluctué et changé à mesure que les producteurs s'adaptent à la privatisation de l'agriculture et à l'élimination de l'économie centralisée. En outre, une dure sécheresse a touché la production agricole, tandis qu'un manque aigu de devises étrangères a empêché l'importation de grains de provendes, de médicaments vétérinaires et d'autres intrants.

Production locale

À la fin de 1992, le cheptel porcin comptait 9,8 millions de têtes, soit une diminution de 15,5 % par rapport à 1990. La production totale de viande de porc a représenté 488 523 tonnes en 1992, comparativement à 616 321 tonnes en 1990, soit une baisse de 20,7 %. Le cheptel porcin est en baisse en raison d'un certain nombre de facteurs, notamment la pénurie de nourriture adéquate, la réorganisation et la privatisation du secteur et les quantités de plus en plus grandes nécessaires pour satisfaire la demande des consommateurs. Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation projette de stabiliser le cheptel porcin à un niveau minimum de 10 millions de têtes.

En 1992, le taux d'auto-approvisionnement était de 108 %. Même s'il y a des abattoirs dans tout le pays, les principaux emballeurs de viande de porc destinée à l'exportation se trouvent à Timisoara, où des installations relativement modernes sont disponibles.

Politiques gouvernementales

Il n'y a aucun programme de subventions, d'incitations à la production ou de soutien direct des prix. Le gouvernement roumain ne dispose pas encore d'une politique bien établie en vue de protéger et d'encourager la production locale, mais quelques éléments ont déjà été mis en place, notamment :

- des achats d'intervention par l'office gouvernemental de commercialisation agricole, qui garantit un prix plancher de 340 lei le kilo de porc vif et maintient un niveau adéquat de stock de viande des producteurs;

- l'octroi de crédits à faible taux d'intérêt aux producteurs agricoles; les banques leur réclament des intérêts de 15 % par an, contre des taux de 65 à 70 % pour les emprunteurs non agricoles; et

- la suspension provisoire des droits de douane sur l'importation de nourriture pour animaux.

Consommation intérieure

En 1992, la consommation apparente (production + importations - exportations) a été de 453 731 tonnes (488 523 + 0 - 34 792), pour une consommation par habitant de 19,8 kg.

À la fin de l'année, le pays comptait 22 893 647 habitants. Traditionnellement, les Roumains ont toujours préféré la viande de porc, et cela n'est pas susceptible de changer dans un avenir proche. Seul un changement draconien dans le prix relatif (de la viande de porc par rapport aux autres viandes) pourrait changer l'actuelle propension à consommer du porc.

Récemment, le gouvernement a coupé les subventions à un certain nombre de produits et leur prix est monté en flèche, tandis que les salaires n'ont augmenté que de très peu. En conséquence, la consommation diminuera à court terme et ne se rétablira que lorsque le prix relatif du porc par rapport aux autres sources de protéines animales sera établi.

Exportations

La Roumanie a exporté 34 792 tonnes de viande de porc en 1992. Le gouvernement n'offre aucune incitation à l'exportation à l'heure actuelle. La banque EXIM de Roumanie élabore en ce moment des programmes de soutien aux exportations, mais ils ne s'appliqueront pas aux produits agricoles.

Importations

La Roumanie n'a pas importé de viande de porc en 1992. À l'heure actuelle, toute importation importante serait effectuée par l'agence gouvernementale d'importation.

Prodexport S.A.

1-3 Valter Maracineanu Plaza

Bucarest

Personne-contact : Mihai Sturz, directeur général

Tél. : (011-40-1) 615-6728

Télé. : (011-40-1) 615-2107.

Les perspectives d'importation de produits finis sont très faibles.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Étant donné la situation actuelle de l'approvisionnement, les Roumains n'ont pas besoin d'importer du porc. Certains produits spéciaux de saucisse sont importés pour les résidents non roumains, mais leur valeur est très faible et ne peut être retracée dans les statistiques. Les fournisseurs canadiens pourraient vendre certains produits spécialisés, mais il est peu probable qu'une initiative de commercialisation d'envergure soit justifiée. La participation à d'importantes foires internationales de l'alimentation, comme SIAL et ANUGA, peut offrir la publicité nécessaire, car les responsables des entreprises privées importatrices roumaines visitent ces foires.

Une entreprise souhaitant exporter des produits du porc en Roumanie aura besoin d'un agent ou devra trouver un importateur privé qui dispose d'installations d'entreposage frigorifique et a déjà des liens avec le nombre croissant de supermarchés privés

Production nationale

susceptibles d'acheter de tels produits spécialisés. En raison du petit nombre de ventes de faible importance, la vente directe aux détaillants ne serait pas pratique.

Accès au marché

Droit de douane de 20 % ad valorem

Dernièrement, la Roumanie a signé un accord de membre associé avec la CEE et un accord d'adhésion à l'AELE. Ainsi, le Canada sera défavorisé, car les importations en provenance des autres pays européens sont exemptées de droits de douane.

Transport et distribution

Tous les moyens de transport sont disponibles pour acheminer les produits en Roumanie et les distribuer du point d'entrée aux consommateurs.

Pour un complément d'information:

L'Ambassade du Canada

B.P. 2966

Bureau de poste No 22

71118 Bucarest

Tél. : (011-40-1) 312 03 65

Télec. : (011-40-1) 312 03 66

S'adresser à: M. Thomas D. Greenwood

Conseiller commercial

RUSSIE

Les efforts que doit déployer la Russie pour lutter contre la grave crise économique qui l'afflige et, en même temps, commencer à réformer ses institutions et à poser les bases d'une démocratie représentent des défis de taille pour les dirigeants du pays. Le gouvernement doit, entre autres choses, trouver une solution à la grave pénurie de denrées alimentaires qui perdure en Russie. Les importantes hausses des prix des aliments enregistrées en 1992 et les incertitudes croissantes qui pèsent sur l'économie du pays ne font qu'exacerber les tensions sociales et politiques.

Après avoir réorienté ses importations vers les denrées alimentaires et les produits essentiels, la Russie importera en 1993 pour 700 millions de dollars américains de denrées alimentaires. Afin d'accroître ses approvisionnements en produits alimentaires, les dirigeants russes continueront à faire appel à l'aide étrangère pour satisfaire à ses besoins en matière d'importations. Par exemple, en 1993, la demande des entreprises russes de transformation de la viande en matières premières nécessaires à la production de produits préparés ne pourra être satisfaite qu'à 70% par les producteurs locaux.

Les dirigeants russes sont conscients que les pays exportateurs sont vivement intéressés à vendre leurs surplus agricoles sur un marché aussi vaste. La Communauté européenne, la France, l'Allemagne, la Turquie, le Canada, les États-Unis et d'autres pays encore ont fourni des crédits, des garanties et une aide alimentaire pour répondre aux besoins de la Russie et de la Communauté des États indépendants (CEI) en denrées alimentaires. À la fin de 1991, ces pays ont annoncé qu'ils fourniraient à la CEI entre 7 et 8 milliards de dollars américains en produits alimentaires. Au cours de 1992, les gouvernements des pays exportateurs ont accordé des crédits, des garanties et des dons supplémentaires aux pays de la CEI pour les aider à combler leurs besoins en importations de produits alimentaires. La Banque mondiale a estimé que les anciennes républiques soviétiques auraient besoin d'une aide supplémentaire de 6 milliards de dollars américains pour nourrir leur population pendant la seconde moitié de 1992.

De nombreux facteurs sont responsables de la grave pénurie alimentaire qui afflige la Russie : importante baisse de la production agricole, dégradation des entreprises d'entreposage, de transport et de transformation des produits agricoles, problèmes de distribution alimentaire et diminution des réserves de devises fortes pour les importations. L'effondrement du rouble, les restrictions imposées au commerce des aliments entre les républiques, la thésaurisation des produits alimentaires et la fièvre d'achat n'ont fait qu'exacerber ces problèmes. La pénurie frappe surtout les secteurs de la viande, des produits laitiers et du sucre.

Malgré tout, les produits de la ferme offerts sur les marchés privés, bien que vendus à fort prix, ainsi que les importations, ont permis d'atténuer dans une certaine mesure la pénurie d'aliments dans les magasins d'État.

Production nationale

Au cours des deux dernières années, l'industrie alimentaire locale a produit 69 kg de viande par habitant par année (au poids des carcasses) et en a importé 1,5 million de tonnes, soit 5 kg par habitant. Le porc représentait environ 34% de la production totale de viande, contre 43% pour le boeuf.

Depuis 1990, la situation s'est détériorée dans le secteur de la transformation de la viande. La production de l'industrie a diminué de 20%. En 1993, seulement 70% environ des besoins de l'industrie de transformation de la viande seront satisfaits par les fournisseurs locaux. C'est donc dire que cette industrie aura besoin d'au moins 300 000 tonnes supplémentaires de porc. Afin d'accroître leurs approvisionnements en viande, les grands transformateurs ont l'intention de demander au gouvernement russe de hausser les importations de porc destiné à la transformation. Afin de se protéger de la concurrence étrangère et de préserver les emplois des travailleurs russes, l'industrie n'encourage pas l'importation de produits du porc prêts à consommer.

Il n'existe pas en Russie de liens directs entre les secteurs de la distribution et de la production, et cette situation déplorable n'est pas près de changer. Cette année, on a dû détruire 20 millions de têtes de bétail en raison de maladies et de problèmes d'alimentation, combinés à une dégradation des fermes d'État et des coopératives. Toutefois, on a observé une réduction de seulement 20% de la disponibilité réelle des produits.

Consommation intérieure

Étant donné la pénurie de denrées alimentaires, certains produits sont soumis au rationnement, mais à divers degrés selon les villes et les régions. La disponibilité accrue des produits est dans une certaine mesure liée à une baisse de la consommation attribuable aux importantes hausses de prix des aliments et à un changement dans les habitudes de consommation des Russes, qui ont délaissé les produits carnés et laitiers très coûteux pour se tourner vers les produits de base comme le pain et la pomme de terre.

Selon différentes études, à la fin de 1992, les Russes avaient réduit de 16 à 50%, selon les régions, leur consommation de viande et de produits de la viande par rapport à la même période l'année précédente.

Depuis quelque temps, la situation a changé dans le secteur de l'alimentation : les Russes se préoccupent non plus de la disponibilité des produits mais du prix qu'ils devront payer pour se les procurer. Les plus démunis (les personnes âgées et handicapées à revenu fixe, les familles nombreuses, les étudiants et autres groupes vulnérables) consacrent presque tout leur revenu mensuel à l'achat de nourriture. C'est aussi le cas de nombreuses personnes à revenu moyen dont le niveau de vie a brutalement baissé lorsque les prix des biens de consommation ont monté en flèche.

Importations

Les commerces d'État, y compris les commerces de détail, se montrent intéressés à importer des produits de la viande bon marché, car la majorité des consommateurs n'ont pas les moyens de payer les prix élevés qu'ils demandent. Les produits en conserve sont éliminés en raison de leur coût élevé et des problèmes de fraude et de corruption qu'ils risquent d'entraîner.

Trois types d'organisations sont responsables des activités commerciales en Russie :

- Organismes de commerce extérieur

Lorsque l'État adopte un décret autorisant l'importation de produits, Prodintorg, un des organismes de commerce extérieur du pays (V/O en russe), conclut des contrats avec des fournisseurs étrangers par l'intermédiaire de sa firme spécialisée, «Myaso». Prodintorg est l'un des plus gros acheteurs de viande mandatés par le gouvernement. L'État a adopté le décret seulement en février et les prescriptions relatives aux produits ne seront disponibles que lorsque le décret sera publié.

Un autre V/O, Rosvneshtorg, peut également acheter du porc. Il diffère de Prodintorg en ce sens qu'il utilise des devises fortes et doit s'autofinancer.

Les Russes demeurent méfiants à l'égard des organismes de commerce extérieur, même Prodintorg, car ils ont le sentiment que les intérêts du pays sont parfois laissés pour compte dans les négociations.

- Autorités régionales

Pour diverses raisons, le gouvernement central a autorisé certains organismes régionaux à utiliser les crédits publics pour satisfaire leurs besoins. Par exemple, Saint-Pétersbourg s'est vue accorder des crédits d'Espagne. Dans une telle situation, l'organisme peut choisir ses partenaires, définir la forme et la nature du projet de coopération et négocier les prix et autres conditions.

Prodintorg, comme tous les autres organismes du genre, possède de l'expérience dans les questions touchant le commerce extérieur. Dans le cadre de la nouvelle politique économique, il s'est vu accorder le pouvoir de traiter avec des partenaires étrangers et pourrait bien être autorisé à utiliser ces crédits.

- Organismes locaux et privés

La Russie a entrepris de restructurer son système de commerce extérieur et a notamment autorisé certaines entreprises et associations publiques et privées à agir directement en matière d'exportation et d'importation.

Le Fonds d'assurance alimentaire est un organisme nouvellement créé par l'Union russe des fabricants et entrepreneurs, le Centre pan-russe, la Fondation scientifique internationale et certains organismes publics et banques commerciales. Il s'occupe activement des approvisionnements en denrées alimentaires, y compris des produits carnés, dans les pays de la CEI et à l'étranger. Il pourrait être un bon acheteur de porc

et de produits du porc. Il gère son commerce extérieur de manière autonome et conclut des contrats de 2 ou 3 ans pour la viande et les produits de la viande importés. Parmi ses partenaires, on trouve des sociétés de France, d'Espagne, de Chine et d'autres pays. Le Fonds a réussi à résoudre certains problèmes de transport, de distribution et d'entreposage en Russie et dans la CEI.

Transport et distribution

Depuis la levée de la plupart des mesures de contrôle des prix des aliments, en janvier 1991, l'ancien mode de distribution centralisée des aliments a pratiquement disparu. C'est ainsi que la Russie et de nombreux pays de la CEI ont commencé à se doter de nouveaux mécanismes pour améliorer l'approvisionnement des grandes villes comme Moscou en denrées alimentaires.

Afin d'économiser ses devises fortes, la Russie préfère utiliser ses propres services d'expédition. Ses services de transport et ses installations frigorifiques et d'entreposage ne sont pas utilisés à leur pleine capacité et cette situation pourrait se poursuivre l'an prochain. Il semble qu'à court terme la Russie possède suffisamment d'installations pour la manutention et l'entreposage de la viande importée.

Recommandations aux exportateurs canadiens

La façon habituelle d'entrer en contact avec des clients potentiels est de participer aux foires commerciales internationales qui se tiennent à Moscou. Les foires organisées par différentes entreprises, y compris les organismes de commerce extérieur, sont un bon moyen de faire l'étalage de ses produits et d'établir des contacts avec des utilisateurs potentiels et des organismes spécialisés dans les achats à l'étranger. Les centres commerciaux et les chambres de commerce, de concert avec des entreprises de consultation, peuvent collaborer à l'organisation des premières rencontres avec des partenaires russes et fournir divers services de soutien en matière de commercialisation. Les séminaires spécialisés organisés par plusieurs organismes constituent un bon moyen de se familiariser avec la situation russe.

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Starokonyushenny Pereulok 23
Moscou 12100
Tél. : (011-7-95) 241-5070/241-5882/230-2156/241-1111
Télé. : (011-7-95) 241-9034
S'adresser à: Mme Margaret Skok
Première secrétaire (Agriculture)

EUROPE DE L'OUEST ET AFRIQUE



AFRIQUE DU SUD

En Afrique du Sud, la consommation par habitant de porc et de produits du porc est extrêmement basse par rapport à la moyenne mondiale. C'est probablement dû aux croyances religieuses et au fait que le porc est perçu comme une viande grasse. Toutefois, l'Office sud-africain de commercialisation des viandes fait activement la promotion du porc dans l'espoir d'en faire augmenter la consommation. L'Afrique du Sud est à la fois un importateur et un exportateur de porc. Les Sud-Africains ont une préférence pour les côtes de porc, produit parfois rare en leur pays.

A cause des sanctions, l'Afrique du Sud ne publie pas de statistiques détaillées.

Production nationale

En 1992, 2 millions de porcs ont été abattus en Afrique du Sud, et l'on prévoit que ce chiffre atteindra 2,3 millions d'ici l'an 2000. Le cheptel porcin de l'Afrique du Sud s'élève à environ 1 million de têtes et l'on estime qu'il sera de 1,3 million en l'an 2000.

Les statistiques suivantes revêtent un certain intérêt :

Troupeau de truies moyen	340,43
Portées par truie par année	2,11
Porcelets vivants à la naissance, par truie	21,9
Nombre de jours entre les mises bas	173,3
Cochonnets par portée, vivants à la naissance	10,31
Cochonnets sevrés, par truie, par année	19,77
Âge du sevrage (jours)	4,45

On trouve des usines de production facilement accessibles dans tous les grands centres du pays, ainsi que des installations adéquates de manutention et d'entreposage. Il n'existe pas de barrières au commerce pour les entreprises canadiennes qui exploitent ce marché.

Politiques gouvernementales

L'Office sud-africain de commercialisation des viandes maintient des prix-planchers dans le but d'assurer la stabilité à long terme des prix et d'absorber toute fluctuation ponctuelle de la demande. À l'heure actuelle, le prix-plancher est d'environ 1,68 \$ le kg. Le gouvernement fournit des conseils et des services de recherche en matière de santé animale.

Consommation intérieure

Bien qu'on ne puisse déterminer la consommation réelle, on estime la consommation annuelle par personne à environ 3,6 kg pour une population de 32,2 millions d'habitants.

On constate qu'une grande partie de la population est réticente à consommer du porc, sans doute pour des motifs religieux; toutefois, cette tendance diminue au même rythme que l'urbanisation progresse. Les campagnes de publicité et de promotion organisées par l'Office sud-africain des viandes contribuent à atténuer la croyance voulant que le porc soit une viande grasse, sujette aux maladies, et à consommer seulement l'hiver.

Les barrières tombent graduellement et les autorités constatent une augmentation de la consommation de porc.

Importations

L'Afrique du Sud ne publie pas de statistiques détaillées sur les importations. Selon l'Office des viandes, le pays aurait importé entre 1 000 et 1 600 tonnes de porc et de produits du porc, y compris des saucisses et du jambon, au cours des trois dernières années.

Exportations

Le pays ne publie pas non plus de statistiques sur les exportations. On estime que les exportations totales de produits du porc s'élèvent à 3 000 tonnes, constituées principalement de jambons et d'épaules destinées à Hong Kong. Dans le cadre d'un programme visant à encourager les exportations, le gouvernement paie environ 0,25 \$ le kg pour les premières mille tonnes exportées.

Débouchés commerciaux pour le porc canadien

Les importateurs sud-africains doivent se procurer un permis d'importation auprès du ministère sud-africain de l'Agriculture. Ces permis sont distribués seulement lorsque le pays ne suffit pas à répondre à la demande. Le marché le plus attrayant pour les exportateurs canadiens semble être celui des côtes de porc et du gras dorsal. Les importateurs sud-africains savent que le Canada est en mesure de les approvisionner, mais pour le moment on ne voit pas la nécessité de mener des campagnes de promotion coûteuses dans ce pays.

Accès au marché

Droit	Carcasses de porc	20%
	Côtes de porc	10%

Transport et distribution

Des services de transport directs par conteneurs sont offerts entre les ports canadiens de l'Atlantique et l'Afrique du Sud. Le pays est doté d'un bon réseau de transport ferroviaire et routier.

On peut recourir à trois canaux pour vendre du porc sur le marché sud-africain :

- par l'intermédiaire d'agents vers les magasins de détail,
- directement aux entreprises de transformation,
- directement aux grands supermarchés.

Liste des importateurs

Blue Ribbon Meat Corp. (PTY) Ltd.
P.O. Box 1295
Bedfordview 2008
Télé. : (011-27-11) 455-2150

Renown Fresh Meat Corp.
P.O. Box 209
Krugersdorp 1740
Télé. : (011-27-11) 660-7017

Intermeat (PTY) Ltd.
P.O. Box 3736
Randburg 2125
Télé. : (011-27-11) 886-5509

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
C.P. 26006
Arcadia, Pretoria 0007
Tél. : (011-27-12) 324-3970
Télé. : (011-27-12) 323-1564
S'adresser à: **M. B.B. Fraser**
Agent (Affaires économiques)

Note: Lorsque ce document a été rédigé, les sanctions commerciales, économiques et financières, imposées par le Canada, étaient toujours en vigueur.

ALLEMAGNE

La République fédérale d'Allemagne a une population d'environ 80 millions. C'est un membre de la Communauté européenne (CE), et à ce titre elle en est non seulement le plus gros producteur de porc, mais aussi le plus gros consommateur. Des 109 millions de porcs de la CE en 1992, environ le quart se retrouvait en République fédérale. La consommation de porc (55.7 kg par habitant par an) y est très élevée (boeuf 18.8 kg). Toutefois, et la production et la consommation y sont en baisse depuis quelques années.

Production nationale

Avant la réunification, la population porcine était relativement stable avec une légère tendance à la baisse. Alors que ceci demeure vrai pour les onze länder (états) de l'ancienne Allemagne de l'Ouest, le cheptel de l'ancienne Allemagne de l'Est a été considérablement réduit. La population porcine totale des deux régions a diminué, passant de 33.8 millions en août 1989 à 26.9 millions en août 1992.

Production de porc en 1992

Population porcine totale (milliers de têtes)	26,847
dont les truies	9,951
Prix des porcs à l'abattage (DM/kg poids vivant)	3.14
Niveau d'auto-suffisance	87.2
Production nationale brute (milliers de tonnes)	3,900

Suite à la réunification de l'Allemagne, les comparaisons statistiques avec les années précédentes n'ont aucune valeur. Depuis la réunification, les structures de l'agriculture de l'ancienne Allemagne de l'Est, qui étaient sous le contrôle complet de l'État, ont été complètement chambardées. Les coopératives socialistes de production ont été dissoutes ou privatisées. Dans les trois dernières années, la production dans les nouveaux états allemands a chuté de près de 60%.

En règle générale, les producteurs allemands ont à subir une forte concurrence de la part des pays voisins. Alors que le nombre de porcs continue à décroître en Allemagne et que la capacité d'abattage y est sous-utilisée, les pays voisins vivent la situation contraire.

Différence dans la production de porc (%)		(1991/1992)
Irlande	+13.2	Italie -5.9
Danemark	+12.4	Grèce -6.3
France	+4.3	Belgique -7.7
Royaume-Uni	+3.7	Allemagne -17.4
Portugal	-0.2	
Pays-Bas	-0.3	
Espagne	-3.2	
Luxembourg	-4.2	

Contrairement au Danemark, aux Pays-Bas et à la Belgique, le secteur de la production de viande porcine est fragmenté. A part certaines coopératives et entreprises privées d'importance (SÜDFLEISCH, NORDFLEISCH, WESTFLEISCH, MOKSEL, BARFUSS, GAUSEPOHL, TÖNNIES), le secteur compte un grand nombre de fournisseurs. La grande variété de normes, de marques et de primes à l'offre sème la confusion chez les consommateurs. Il n'existe tout simplement pas de politique commune de marché et de commercialisation. Cette structure confuse empêche aussi l'amélioration des conditions sanitaires.

Avec seulement 77 têtes, la taille moyenne des élevages est petite par rapport à celle des autres pays. Dans les principales régions de production dans le nord-ouest de l'Allemagne, la moyenne se situe à 192. Ces régions sont la Basse Saxe (7.1 millions de têtes avec une grande concentration dans le Weser-Ems), Nord du Rhin-Westphalie (5.9), Bavière (3.8) et Bade-Württemberg (2.2).

En Allemagne, on retrouve environ 400 abattoirs, 250 entreprises de transformation et 20,000 entreprises artisanales. Toutefois, la taille des abattoirs et des entreprises de transformation varie considérablement. Dans la CE, la tendance générale est vers la formation des grandes entreprises qui bénéficient d'économies d'échelle et sont donc dans une meilleure position pour s'imposer dans un marché très compétitif. Au niveau de la transformation, 30 des 250 entreprises accaparent 53% des ventes.

Politiques gouvernementales

Le Gouvernement allemand n'exerce aucune influence directe sur la production porcine. La seule initiative prise au cours des dernières années a été la tentative de promouvoir l'uniformité génétique par le biais d'un programme fédéral de reproduction. A présent, les nombreuses associations tentent, chacune à leur façon, de corriger les principaux problèmes d'origine génétique (surtout le PSE). Le marché du porc est beaucoup plus libre que celui du boeuf, non seulement en Allemagne, mais aussi à l'intérieur de la CE.

Toutefois, les normes de protection de l'environnement, qui deviendront de plus en plus sévères au cours des prochaines années, causent des problèmes aux producteurs allemands de porcs. Surtout dans les principales régions d'engraissement, la pollution de l'eau potable par le nitrate provenant du lisier de porc a considérablement augmenté. Pour cette raison, des limites ont été imposées à la production porcine avec comme résultat de créer une pénurie d'espaces et de faire grimper les prix de location. Un resserrement de la réglementation est à prévoir.

Consommation intérieure

L'Allemagne a toujours été un des principaux pays consommateurs de porc dans le monde, en terme de consommation par habitant.

1989	1990	1991	1992
58.8 kg	60.1 kg	56.0 kg	55.7 kg

La baisse de la consommation au cours des dernières années s'explique par les raisons suivantes:

- problèmes de qualité
- scandales dans la production (usage d'hormones et de stimulants à l'engraissement ainsi que l'abus de médicaments)
- situations liées à l'environnement (pollution par les nitrates)
- problèmes d'image (grandes fermes d'élevage, bien-être des animaux, abattage)
- changement dans le style de vie (célibataires, augmentation des repas à l'extérieur, plus de femmes sur le marché du travail)
- inquiétudes liées à la nutrition (gras, cholestérol)
- nouveaux produits alimentaires

Pour toutes ces raisons, le porc a une mauvaise image de produit de masse pas cher. L'agence de vente du secteur agricole allemand (CMA) et plusieurs autres groupes et entreprises n'ont pas encore réussi à améliorer cette image, malgré des efforts de promotion et de commercialisation.

Toutefois, on a pu observer une augmentation des parts de marché suite à des programmes pour commercialiser, sous des marques commerciales, des viandes de très grande qualité obtenues par le biais de procédures spéciales d'alimentation, d'élevage et d'engraissement. Cependant, peu de consommateurs allemands sont prêts à payer des prix relativement élevés pour ces produits. La part du marché du porc de haute qualité se situe entre 5% et 15%.

Exportations

Les exportations allemandes ont augmenté en 1992, mais seulement en raison de l'aide alimentaire humanitaire à la CEI.

Les exportations totales de porc, incluant les graisses (milliers de tonnes)

1990	673
1991	679
1992	822

Les exportations de produits transformés (tonnes)

	Conserves			Saucisses		
	1990	1991	1992	1990	1991	1992
CE	23,504	21,693	21,703	24,793	26,331	29,951
Europe de l'est	1,933	5,349	4,502	1,042	3,000	2,506
Autres pays	1,283	1,818	1,363	1,358	1,535	1,776

Importations

L'Allemagne est le plus gros pays importateur de porc au monde, mais est presque exclusivement approvisionné par les autres états membres de la CE, surtout les Pays-Bas, le Danemark et la Belgique.

1990	679 000 tonnes (dont 648 000 de la CE)
1991	822 000 tonnes (dont 802 000 de la CE)
1992	957 000 tonnes (dont 925 000 de la CE)
1993	993 000 tonnes (projection)

En 1992, l'Allemagne a importé 112 tonnes d'abats du Canada d'une valeur de \$107 000.

Principale foire commerciale

- ANUGA La plus grande foire alimentaire su monde se tient à tous les deux ans à Cologne. Octobre 93

Accès au marché

Les normes d'importation de la CE s'appliquent.

Débouchés commerciaux pour les produits commerciaux

Étant donné les normes d'importation actuelles de la CE, les surplus de porc et les bas prix pratiqués, il n'y pratiquement pas de débouchés pour le porc canadien, sauf pour les abats.

Transport et distribution

L'Allemagne a un réseau de transport et de distribution très développé.

Contacts dans le gouvernement et dans l'industrie

Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Forêts
Rochustrasse 1
5300 Bonn 1
Tél: (011-49-228) 5291

Association fédérale des abattoirs de gros
Schedestrassen 11
5300 Bonn 1
Tél: (011-49-228) 213083

Association fédérale Des produits de viande allemands
Schedestrassen 11
5300 Bonn 1
Tél: (011-49-228) 358007

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada
Friedrich-Wilhelm Strasse 18
D-5300 Bonn 1
Tél: (011-49-228) 23.10.61
Télec.: (011-49-228) 23.61.70
S'adresser à: M. Wayne Robinson
Conseiller commercial

BELGIQUE

La Belgique est membre de la Communauté européenne (CE).

Production locale

Au 1er décembre 1992, il y avait 16 331 éleveurs de porcs et le cheptel comptait 6 532 846 porcs, soit une augmentation de 2 % par rapport à 1990.

Porcs de marché (en nombre de têtes)

. moins de 20 kg	1 726 753
. de 20 à 50 kg	1 739 478
. de 50 à 80 kg	1 402 531
. plus de 80 kg	914 366

Porcs reproducteurs de plus de 50 kg (en nombre de têtes)

. verrats	19 657
. truies	730 061

En 1991, 10 001 855 porcs ont été abattus, soit une augmentation de 15 % par rapport à 1990, pour une production totale de 907 659 tonnes, poids en carcasse. Le taux d'auto-provisionnement était de 185,91 %.

Consommation intérieure

En 1991, la consommation totale a été de 497 901 tonnes, soit 47,99 kg par habitant.

Exportations

En 1991, la Belgique a exporté 477 013 tonnes de viande de porc presque exclusivement vers les autres pays membres de la CE (465 000 tonnes).

Allemagne	194 300
France	115 200
Italie	87 800
Pays-Bas	30 200
Royaume-Uni	15 100
Portugal	9 600
Espagne	7 300
Grèce	4 400
Irlande	800
Danemark	300

Importations

En 1991, la Belgique a importé 56 871 tonnes de viande de porc, pour la plupart des autres pays membres de la CE (55 100 tonnes).

Pays-Bas	27 400
----------	--------

France	15 600
Allemagne	6 400
Italie	3 300

Accès

Les exigences de la CE en matière d'importation s'appliquent.

Débouchés pour les produits canadiens

Étant donné l'actuel régime d'importations de la CE, la surproduction et les bas prix du porc, il n'y a pratiquement aucun débouché pour les produits du porc canadiens, à l'exception des abats.

Transports et distribution

La Belgique dispose d'un réseau de transport et de distribution très développé.

Contacts dans le gouvernement et l'industrie

Ministère de l'agriculture
Institut d'économie agricole
Manhattan Centre Office
Tower
21e Verdleping
Boiwerklaan 21
1210 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 211-7634,
271-7636

ONDAH (Office national de la
distribution agricole et
horticole)
Leuvenseplein-4
1000 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 210-1711
Télé. : (011-32-2) 218-4667

BIVEX (Association de
l'industrie pour le commerce
international
de la viande)
57, rue du Lombard,
8^e étage
1000 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 502-4221
Télé. : (011-32-2) 502-4224

Importateurs de viande

Akymur NV

Veldstraat 79
Roeselaere
Tél. : (011-32-51) 20 90 84
Télé. : (011-32-51) 20 38 55

AMIC NV Antwerp Meat
Import CY NV
Industriepark Noord 21
2700 Sint Niklas
Tél. : (011-32-3) 776-2675
Télé. : (011-32-3) 777-5448

AND-IMEX NV
Schipstraat 29
24, B-31 rue Ropsy-Chaudron
1070 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 522-3426
Télé. : (011-32-2) 521-9472

Beldal SA
15, rue Van Boeckel
1140 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 242-7271
Télé. : (011-32-2) 242-7271

Belex Cargo
1311, Chaussée de Haecht
1130 Bruxelles
Tél. : (011-32-2) 215-1931
Télé. : (011-32-2) 242-3408
Bison
15, rue des Écoles
6600 Bastogne

Contact : Jean-François
d'Hoffschmidt, administrateur
délégué
Tél. : (011-32-61) 21 12 25
Télé. : (011-32-61) 21 67 56

De Jager NV
Kloosterstraat 134-142
2000 Anvers
Contact : De Heer H. De Jager,
directeur
Tél. : (011-32-3) 237-9900
Télé. : (011-32-2) 237-9953

De Schandpaal
Kloosterstraat 13
9120 Beveren
Contact : De Heer J. Van
Elsbroek
Tél. : (011-32-3) 755-0210
Télé. : (011-32-3) 775-4118

De Witte Food Belgium SA
6, avenue J. Van Ruysbroeck
1640 Rhode St Genese
Tél. : (011-32-2) 358-1167

Faco Foods SA
21, rue de l'Invasion
4884 Goe

Fribona PVBA
Vliegweg 23
8020 Oostkamp

Tél. : (011-32-50) 82 56 71
 Télécopieur : (011-32-50) 82
 71 64

Gowy PBVBA
 Kortrijksesteenweg
 1198 9820 Gent
 Tél. : (011-32-9) 222-2420

Van Baalen en Zonen PVBA
 Steenweg op Bergen 144
 1070 Bruxelles

**Pour un complément
 d'information:**

L'Ambassade du Canada
 2, avenue de Tervuren
 1040 Bruxelles
 Tél. : (011-32-2) 735-6040
 Téléc. : (011-32-2) 735-3383
 S'adresser à: **M. Francis**
Keymolen, agent
commercial

COMMUNAUTÉ EUROPÉENNE (CE)

La Communauté européenne regroupe les 12 pays suivants :

- Belgique
- France
- Grèce
- Italie
- Pays-Bas
- Espagne
- Danemark
- Allemagne
- Irlande
- Luxembourg
- Portugal
- Royaume-Uni

Le règlement du Conseil CEE-2759/75, modifié en 1990 par le règlement CEE-3577/90, établit la structure du marché du porc dans la CE. Les produits assujettis à ce règlement comprennent les animaux vivants, la viande, les graisses, les abats et les produits transformés comme les saucisses et les produits en conserve. L'année de production commence le 1^{er} juillet et se termine le 30 juin.

Production au sein de la CE

En 1991, la production nette de porc au sein de la CE atteignait 170 598 000 porcs abattus, soit 14 327 000 tonnes.

	Porcs abattus (milliers de têtes)	Production (milliers de tonnes)
Allemagne	43 570	3 910
Belgique	10 002	908
Danemark	17 065	1 265
Espagne	24 619	1 869
France	21 615	1 918
Grèce	2 367	153
Irlande	2 687	179
Italie	12 189	1 333
Luxembourg	104	7
Pays-Bas	18 764	1 591
Portugal	3 151	216
Royaume-Uni	14 456	979

Pendant 16 mois, le marché du porc au sein de la CE a été plutôt favorable. Depuis le printemps de 1991, les prix ont été avantageux pour les producteurs, se situant entre 140 et 160 ECU par 100 kg de poids mort. Bien que les prix n'aient pas atteint les niveaux de 1989-1990, ils ont été relativement stables puisqu'ils n'ont pas chuté de manière aussi abrupte que dans les années précédentes.

La production communautaire atteint 14,3 millions de tonnes, ce qui représente 10,3% de l'ensemble de la production agricole de la CE. La baisse que l'on enregistre actuellement

dans les approvisionnements de porc est principalement attribuable à une importante réduction du cheptel dans les nouveaux Länder allemands, ainsi qu'à l'apparition d'une maladie porcine qui a sérieusement affecté la production de porcelets aux Pays-Bas et en Allemagne. Le secteur du porc devrait connaître prochainement une période plus difficile, car l'ensemble du cheptel a augmenté à l'automne de 1992, ce qui devrait faire chuter les prix.

Consommation intérieure

En 1991, on estimait la consommation par habitant à 40 kg au sein de la CE.

	kg/personne
Danemark	65,2
Allemagne	56,0
Espagne	49,4
Belgique/Luxembourg	47,8
Pays-Bas	44,0
Irlande	38,0
France	37,0
Italie	31,7
Portugal	27,4
Royaume-Uni	23,9
Grèce	20,6

Bien qu'on prévoit que la consommation augmentera de 3% en 1993 pour atteindre 13,9 millions de tonnes, le coefficient d'auto-approvisionnement de la CE se maintiendra autour de 105%, avec une production de 14,7 millions de tonnes.

Mode d'établissement des prix dans la CE

Dans la CE, le prix du porc est établi selon trois types de prix différents.

Prix de référence

Le prix de référence est fixé chaque année par le Conseil de l'agriculture de la CE (ministres de l'Agriculture des 12 pays membres) et tient compte du prix d'écluse et des déductions applicables durant le premier semestre de l'année commerciale.

Prix d'intervention (rachat)

Le prix d'intervention est directement relié au prix de référence (entre 78 et 92% du prix de référence pour le porc abattu). C'est le prix auquel les organismes d'intervention achètent le produit. Ce prix est établi par le Comité de gestion du porc de la Commission.

Prix d'écluse

Le prix d'écluse est calculé chaque trimestre et correspond au prix de vente d'un pays non-membre de la CE. Il tient compte du prix des céréales sur les marchés mondiaux ainsi que des coûts de production et de transport. Ce prix entre également dans le calcul du prélèvement à l'importation.

Les prix proposés pour 1993

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, les règlements applicables au porc prévoient l'établissement d'un prix de référence qui sert à indiquer le niveau auquel les prix du porc seront en équilibre et qui reflète le niveau du prix d'écluse plus le prélèvement. Le prix de référence vise uniquement à déclencher les mesures d'entreposage privé, qui peuvent être mises en place lorsque le prix moyen du marché communautaire est inférieur à 103% du prix de référence. Pour la période de juillet 1990 à juin 1993, le prix de référence des carcasses de qualité ordinaire était de 1 897 ECU la tonne.

Étant donné qu'au cours des années on a laissé le prix de référence s'écarter de son but premier, il est devenu inutile du point de vue opérationnel. Pour cette raison, la CE estime qu'il serait approprié de proposer une importante réduction du prix de référence pour lui redonner son utilité première et de tenir compte des effets de la réduction du prix des céréales sur les prélèvements et sur le prix d'écluse. Cette réduction n'entraîne pas de baisse des prix du marché au-delà de ce qu'on peut s'attendre de la réduction des coûts des provendes découlant de la réforme de la Politique agricole commune, mais elle permet de mettre les producteurs en garde contre une hausse excessive de la production. Il a été proposé que la Commission européenne fixe le prix de référence, pour l'année commerciale 1993-1994, à 1 450 ECU la tonne.

Aide aux producteurs pour l'entreposage

Le montant de l'aide est établi soit par adjudication, soit par un prix fixé à l'avance (méthode actuellement utilisée). En principe, le montant de l'aide ne doit pas excéder un montant équivalant aux coûts d'entreposage des organismes d'intervention. Toutefois, il doit tenir compte de certains coûts d'entreposage et de la dépréciation de la qualité de la viande.

La Politique agricole commune (PAC)

La Politique agricole commune ne prévoit aucune modification des règles du marché pour les oeufs et les produits du porc et de la volaille. Cependant, une réduction des prix des céréales aura un effet bénéfique sur la production, puisqu'il en coûtera moins cher pour nourrir les animaux, et il en sera tenu compte dans les mécanismes commerciaux.

Échanges commerciaux

Les échanges commerciaux entre les pays de la CE s'élèvent à environ 3 millions de tonnes par année. En 1991, les exportations destinées aux pays non-membres atteignaient 677 000 tonnes. Cette même année, les importations en provenance notamment d'Europe centrale et de l'Est s'élevaient à 115 000 tonnes. Ces importations sont modestes, mais on prévoit qu'elles augmenteront dans les années à venir, en raison

des divers accords internationaux conclus par la CE, tels que l'Espace économique européen, et les accords d'association signés avec la Pologne, la Hongrie, la République tchèque et la Slovaquie.

Les importations sont assujetties à un prélèvement qui varie en fonction de l'écart entre le prix du marché mondial et le prix du marché communautaire pour les aliments nécessaires à la production de 1 kg de porc dans la CE.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Dans la CE, le coefficient d'auto-provisionnement en produits du porc se maintient à environ 105%. Les consommateurs ont tendance à se tourner vers les produits du porc et de la volaille, au détriment du boeuf, et des représentants de la Commission européenne estiment que la production de la CE s'ajustera pour maintenir le coefficient d'auto-provisionnement au niveau actuel. Les mesures de soutien actuellement en vigueur au sein de la CE (prélèvements variables à l'importation et prix d'écluse) rendent les produits du porc canadiens peu concurrentiels, sans compter que le Canada compte très peu d'usines de production de porc homologuées par la CE. De plus, les fournisseurs d'Europe de l'Est continueront d'être avantagés au sein de la CE grâce aux accords d'association qui ont été négociés.

Si le Canada n'est pas capable de trouver un créneau pour des produits spécialisés, il est difficile de prédire s'il pourra trouver des débouchés commerciaux viables à long terme. Dans le cadre du GATT, les tarifs extérieurs diminueront progressivement, mais l'actuelle réforme de la Politique agricole commune entraînera aussi une réduction des coûts de production au sein de la CE, dans une proportion équivalente.

Pour un complément d'information:

Mission du Canada près les Communautés européennes
2, avenue de Tervuren
1040 Bruxelles, Belgique

Tél. : (011-32-2) 735-9125

Télec. : (011-32-2) 735-3383

S'adresser à: M. Gary Moore

Premier secrétaire (Agriculture)

DANEMARK

Le Danemark est l'un des plus importants exportateurs mondiaux de porc, de bacon et de produits du porc. Il représente donc un concurrent majeur pour le Canada. Le pays a réussi à éliminer toutes les maladies porcines graves et vend ses produits en fonction de la qualité et des coupes qui répondent aux besoins des consommateurs dans plus de 100 pays, mais surtout à l'intérieur de la CE. Il est aussi le deuxième fournisseur du Japon et compte également les États-Unis parmi ses clients. Sa forte présence sur les marchés internationaux est attribuable à une production très pointue et flexible.

Production nationale

Nombre de porcs abattus (en millions)

* Par Danske Slagterier (abattoirs du Conseil danois du bacon et du porc)

1988	1989	1990	1991	1992
15,8	15,5	15,9	16,3	17,7

* Par les autres abattoirs

1988-1989	1989-1990	1990-1991	1992
0,3	0,4	0,6	0,8

* Total

1989	1990	1991	1992
15,8	16,3	16,9	18,5

Selon les prévisions, la production danoise devrait augmenter de 5 ou 6 % en 1993, mais pourrait baisser en 1994 du fait de la dégradation de l'économie. En 1990, le coefficient d'auto-provisionnement a atteint 366,1 %.

Politiques gouvernementales

Le gouvernement danois n'offre son soutien qu'à certaines activités de recherche.

Consommation intérieure

En 1990, la population du Danemark s'élevait à 5,1 millions d'habitants. Cette même année, la consommation par habitant était de 64,2 kg. Le porc reste de loin la viande la plus appréciée au Danemark, du fait des traditions culinaires mais aussi du faible prix du produit. L'emballage est toujours attrayant, indépendamment de la coupe. La Danske Slagterier mène des campagnes générales d'information afin de stimuler l'intérêt des consommateurs et celui des jeunes.

Importations

Alors que le Danemark exporte ses produits de qualité supérieure, il importe généralement des produits de bas de gamme pour les vendre à prix réduits sur le marché

intérieur. En 1991, le Danemark a importé 31 601 tonnes de porc, dont 24 891 provenaient d'Allemagne et 17 164 étaient du lard.

Exportations

En 1991, les exportations totales du Danemark se sont élevées à 1 001 193 tonnes, dont 4 397 étaient destinées au Canada.

* Exportations danoises en 1991 (en tonne)

	Porc, frais, congelé, bacon (inc. sur pied)	En conserve, ou transformé	produits	Sous-Total
● CE	480 275	86 983	84 097	651 354
dont				
Grèce	9 807	3 768	23	13 598
Espagne	3 474	581	1 421	5 477
Portugal	3 086	191	1 857	5 123
● Autres pays d'Europe de l'Ouest	10 972	14 060	9 989	35 021
dont				
Suède	7 516	1 818	8 461	17 795
Îles Canaries	122	7 869	51	8 041
● Europe de l'Est	2 637	16 874	1 138	20 649
dont				
Pologne	2 537	4 789	176	7 502
Union soviétique	3	10 508	0	10 510
● Moyen-Orient	111	3 960	154	4 225
● États-Unis	49 586	34 165	2 850	86 601
● Canada	4 267	57	73	4 397
● Amérique centrale	5 374	15 334	3 153	23 859
dont				
Porto Rico	2 436	8 450	0	10 885
● Amérique du Sud	1 362	905	306	2 572
● Afrique	93	622	1 584	2 300
● Japon	139 861	6 982	3 997	150 842

● Autres pays d'Asie	5 604	8 239	2 068	15 910
dont				
Corée du Sud	1 141	4 313	214	5 667
Singapour	441	2 920	975	4 335
● Océanie	667	2 688	39	3 394
● Inconnu	67	1	0	69
TOTAL	700 878	190 868	109 447	1 001 193

* Restitutions à l'exportation dans la CE, en couronnes danoises par kg

A) Viande désossée fraîche ou congelée (moyenne de l'année)

	Jambons, filets Max de 3 mm de gras	Avant, jarrets	Jambons, avant jarrets, filets Plus de 3 mm de gras	Max. de 7 mm de gras	Poitrines Plus de 7 mm de gras
1988	4,44	4,00	4,00	3,55	3,11
1989	2,86	2,68	2,59	2,14	1,88
1990	2,32	2,32	2,32	1,52	1,52
1991	2,69	2,69	2,69	1,80	1,80
États-Unis et Canada					
1988	2,22	2,22	2,22	1,79	1,79
1989	1,88	1,88	1,88	1,43	1,43

B) Produits transformés (moyenne de l'année)

	Saucisses séchées	Jambons en conserves	Épaules en conserves	Pains de viande
1988	5,15	5,33	4,80	3,38
1989	5,18	5,25	2,41	3,32
1990	5,19	5,10	3,07	3,22
1991	5,21	5,12	4,58	3,23
États-Unis et Canada				
1988	5,15	5,07	4,53	3,20
1989	5,18	5,09	2,41	3,21

Liste de maisons de commerce

Suit une liste de quelques maisons de commerce dont les exportateurs canadiens pourraient utiliser les services pour exporter vers l'Europe de l'Est.

ESS-FOOD (Marketing Arm of
DS)

Axeltovej 3,
Axelborg
DK-1609, Copenhagen
Tél. : +45 33 11 56 00
Télé. : +45 33 11 47 72
Contact: Mr. Jens Josefsen,
Director
W. Tiedeman

DAT-SCHAUB,
Flaesketorvet 41,
DK-1711 Copenhagen V
Tél. : +45 31 31 20 33
Télé. : +45 31 31 13 43
Contact: Lars Bo Hansen

DANPOL COPENHAGEN APS,
Nordre Toldbod 29,
DK-1259 Copenhagen K,
Tél. : +45 33 14 04 78
Télé. : +45 33 14 67 71
Telx: 22969 DANPOL
Contact: Lea Konig
JOHS. GRAM-HANSEN A/S,
Landskronagade 66,
DK-2100 Copenhagen OE,
Tél. : +45 31 29 80 80
Télé. : +45 31 29 60 50
Contact: Jens Rasmussen

EURODAN APS
Nordre Toldbod 17,
DK-1259 Copenhagen K
Tél. : +45 33 14 08 43
Télé. : +45 33 14 08 74
Contact: Henrik Thomsen

**Pour un complément
d'information:**

Ambassade du Canada
Kr. Berniskowskgade 1
DK = 1105 Copenhagen K
Tél. : (011-45-33) 12-22-99
Télé. : (011-45-33) 14-05-85
S'adresser à: Mme Jade
Neergard
Agent commercial

ESPAGNE

Production nationale

Recensement du cheptel (au 31 décembre 1991)(en millier de têtes)

Jusqu'à 20 kg	4 157
De 20 à 50 kg	4 292
Abattage, de 50 à 80 kg	3 693
Abattage, de 80 à 110 kg	2 218
Abattage, 110 kg et plus	852
Verrats	97
Truies saillies	1 234
Truies non saillies	703

Porcs destinés à l'abattage (au 31 décembre 1991)

Total	1 122
De 50 à 79 kg	507
De 80 à 109 kg	437
110 kg et plus	178

Porcs abattus (1991)

	Têtes	Poids moyen des carcasses (kg)	Total (tonnes)
Porcelets	898 811	6,3	5 661
Porcs pour l'embouche	23 097 105	76,8	1 773 304
Reproducteurs remplacés	736 892	133,5	98 400
Total	24 732 808	75,9	1 877 365

La production intérieure a augmenté de 3% en 1991 et devrait s'accroître également en 1992.

Consommation intérieure

On estime que l'Espagne est auto-suffisante dans une proportion d'au moins 90%. La consommation de porc augmente en raison de la récession : les consommateurs délaissent le boeuf et les aliments plus coûteux au profit du porc.

Importations

Les importations de coupes de porc de tous types, en provenance principalement des Pays-Bas, ont augmenté de 9% en 1991.

	1989	1990	1991
Milliers de tonnes	67	64	70
Millions de dollars américains	167	197	234

Les importations comprennent surtout des porcelets pour l'embouche fournis par les pays membres de la CEE, principalement les Pays-Bas, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Exportations

Les exportations espagnoles de porc ont totalisé en 1991 16 000 tonnes et étaient destinées essentiellement aux pays membres de la CE.

Accès au marché

Les exigences de la CEE sur les importations s'appliquent.

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada

Apartado 587

28080 Madrid

Tél. : (011-34-1) 431-4300

Télé. : (011-34-1) 431-2367

S'adresser à: M. Michael Crawcour

Agent commercial

FRANCE

Pays membre de la Communauté européenne, la France a enregistré une nette augmentation de sa production de porc en 1992, soit 4,1%, ainsi qu'une hausse des prix pour les agriculteurs, soit 1,3%, par rapport à 1991. Cette hausse globale des prix à la ferme dissimule l'importante baisse de prix enregistrée depuis juillet 1992, alors que les approvisionnements accrus de porc et la dévaluation de la monnaie des principaux marchés d'exportation ont marqué le début de la crise qui sévit actuellement dans l'industrie et qui, selon les experts, sera profonde et longue.

Production nationale

	1990	1991	1992	% 92/91
Cheptel total (milliers de têtes)	12 275	12 013	12 063	+ 0,4
dont truies	1 180	1 173	1 193	+ 1,7
Abattage (milliers de têtes)	21 304	21 611	22 370	+ 3,5
Poids moyen à l'abattage (kg)	87,8	88,8	88,6	- 0,2
Abattage (milliers de tonnes)	1 871	1 918	1 951	+ 3,3
Production intérieure brute (milliers de tonnes)	1 817	1 860	1 936	+ 4,1
Consommation apparente (milliers de tonnes)	2 101	2 111	2 138	+ 1,3
Prix à la ferme (FF/kg)	10,9	10,9	11,1	+ 1,8

En 1992, le coefficient d'auto-approvisionnement de la France était d'environ 90%. Le secteur de l'abattage et de la transformation est très bien développé. En effet, il compte 2 200 établissements dont les bénéfices bruts s'élèvent à 3 millions de FF (750 000\$). On estime les ventes totales à 155 milliards de FF (35 milliards de dollars) et la main-d'oeuvre à plus de 100 000 employés. Depuis quelques années, les entreprises ont tendance à fusionner. Les dix plus grandes entreprises du pays détiennent 16% de l'ensemble du marché.

On constate une importante concentration régionale dans l'industrie française du porc, la région occidentale du pays continuant à accroître sa production au détriment des autres régions. La Bretagne détient à elle seule environ 55% de l'ensemble du cheptel qui continue à augmenter au rythme de 3% ou 4% par année. On observe en même temps une concentration structurelle. On estime que les fermes de plus de 1 000 têtes (1,8% de l'ensemble des fermes) représentent actuellement environ 35% du cheptel total et les fermes de plus de 400 têtes (7% de l'ensemble des fermes), 76% du cheptel total, contre seulement 2,4% pour les fermes de moins de 20 têtes (80% de l'ensemble des fermes).

La crise qui sévit dans l'industrie française du porc a amené les producteurs à se rendre compte qu'ils devaient s'efforcer de répondre aux besoins de l'industrie et à la demande des consommateurs. Les éleveurs ont redoublé d'efforts dans la génétique et plusieurs

groupements régionaux se sont récemment formés dans le but d'améliorer la qualité des animaux. Depuis novembre 1991, des organismes tels que GENES PLUS, GENELIA, GEN'OUEST, ADN et SOGEN travaillent à l'amélioration des animaux reproducteurs du cheptel français.

La modernisation des centres publics de sélection des porcs et le recours massif à l'insémination artificielle par les agriculteurs ont eu un effet marquant sur la sélection porcine en France. Ces dernières années, le nombre de doses de sperme envoyé aux éleveurs de porcs français a doublé chaque année pour atteindre, selon les estimations, 1 million de doses en 1992. Le nombre de truies inséminées artificiellement est passé de 92 000 en 1988 à 510 000 en 1991. Les progrès technologiques qui ont contribué à rendre l'insémination artificielle aussi fiable, sinon plus, que la reproduction naturelle, ainsi que l'accès à ce mode de reproduction pour la production commerciale de porcs, et pas seulement pour la production de sujets de race pure, ont facilité la transition. Le marché des animaux de boucherie étant faible, de nombreux producteurs considèrent la production d'animaux de race pure comme un marché potentiellement lucratif.

Dans le but de satisfaire à la demande accrue sur le marché français pour de la viande de qualité et des pratiques agricoles plus «douces», de plus en plus d'éleveurs français ont recours à des méthodes d'élevage extensif. Les animaux ainsi élevés sont vendus à fort prix sur les marchés de gros et de détail et sont identifiés par une étiquette garantissant le mode de production. Ce rigoureux mode d'élevage est administré par le ministère de l'Agriculture en collaboration avec l'INAO (Institut national des appellations contrôlées), et les producteurs de porcs sont soigneusement sélectionnés et formés avant de pouvoir s'adonner à ce genre de production. En règle générale, pour qu'une telle étiquette soit apposée sur les animaux, ceux-ci doivent avoir été élevés en plein air à partir de la quatrième semaine et avoir au moins 189 jours au moment de l'abattage. Le producteur doit fournir au moins 100 mètres carrés à chaque animal. Le porc produit selon ces exigences se vend environ 30% plus cher sur le marché de détail, ce qui compense largement les coûts de production qui sont plus élevés. On estime qu'en 1992 le nombre d'animaux élevés en liberté atteignait 80 000 têtes, en hausse de 25% par rapport à 1991.

Politiques gouvernementales

Outre les mesures annoncées à l'échelle de la Communauté européenne, dans le cadre de la réforme de la Politique agricole commune (PAC), le gouvernement français a mis en oeuvre un plan destiné à aider les fermiers à s'adapter au nouveau contexte résultant des modifications apportées à la PAC et aux répercussions éventuelles des négociations multilatérales du GATT. Ces mesures visent les objectifs suivants : encourager les producteurs à s'adonner à l'agriculture extensive et à délaisser la production intensive; stimuler la modernisation du secteur agricole par des investissements et la restructuration des fermes; encourager les jeunes fermiers et aider les secteurs particulièrement désavantagés par les modifications apportées à la PAC. Jusqu'ici, le gouvernement a accordé des réductions et des exonérations temporaires d'impôt afin d'encourager la diversification et l'élevage extensif, a versé des crédits pour stimuler la relève et inciter les

fermiers à moderniser leurs installations et a accordé des subventions directes à certains producteurs.

Consommation intérieure

La promotion des produits du porc a tendance à se concentrer sur les produits finis et les produits à haute valeur ajoutée, le jambon en tête. De façon générale, ce sont les grandes entreprises de transformation qui font de la promotion, axée généralement sur les points de vente et les annonces imprimées. Elles recourent aussi à la publicité de masse, mais seulement pour des produits de marque comme les jambons et les saucisses. Les transformateurs peuvent obtenir une aide gouvernementale pour la promotion du porc et des produits du porc, par l'entremise d'organismes gouvernementaux comme SOPEXA et le CFCE (Centre français du commerce extérieur). De plus, certains groupes sectoriels comme l'OFIVAL (Office national interprofessionnel des viandes, de l'élevage et de l'aviculture) font aussi de la promotion.

Sur le marché de détail, le prix de la viande de porc et des produits transformés a augmenté de 3% en 1992, entraînant ainsi une diminution de la compétitivité du porc par rapport aux autres produits de la viande. Les prix du porc frais ont augmenté plus rapidement (+ 3,6%) que ceux des produits transformés. De même, les prix du jambon ont augmenté plus vite (+ 3,2%) que ceux des produits de charcuterie (+ 2,6%). Les ventes au détail de produits du porc ont augmenté de 1% par rapport à 1991, alors que les ventes de viande fraîche ont continué à baisser (- 2,5%) et que celles du jambon ont diminué de 1%.

Importations

Les importations françaises de porc sont demeurées relativement stables en 1992. La quasi-totalité des produits du porc importés provient des autres pays membres de la CE, notamment le Danemark, les Pays-Bas, la Belgique et l'Allemagne. On observe actuellement en France une tendance vers les produits du porc de haute qualité, notamment le jambon non cuit en provenance d'Espagne et d'Italie.

Importations (milliers de tonnes)	1990	1991	1992	% 92/91
Porc frais	222	226	219	- 3,1
Porc congelé	86	82	88	+ 7,3
Produits transformés	91	96	99	+3,1
Graisses	41	40	44	+10,0

Exportations

Bien que la France soit un importateur net de porc, en 1992 ses exportations ont augmenté de 18% ou 46 000 tonnes, dont environ 37 000 tonnes de coupes.

Exportations (milliers de tonnes)	1990	1991	1992	% 92/91
Porc frais	79	102	137	+ 34,3
Porc congelé	53	65	70	+ 7,7
Produits transformés	55	62	64	+ 3,2
Graisses	23	23	22	- 4,3

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Sauf en ce qui concerne les abats, il n'existe pratiquement pas de débouchés pour les produits canadiens sur le marché français. Toutefois, il est possible de créer des alliances stratégiques pour certains produits exclusifs de très haute qualité.

Accès au marché

Les exigences de la CE en matière d'importation s'appliquent.

Transport et distribution

La France possède un réseau de transport et de distribution très développé.

Pour un complément d'information:

Section commerciale

Ambassade du Canada

35, avenue Montaigne

75008 Paris

Tél. : (011-33-1) 44.43.32.00

Télec. : (011-33-1) 44.43.34.98

S'adresser à: M. Conrad Paquette

Conseiller commercial

IRLANDE

L'Irlande est membre de la Communauté européenne (CE) et, sous le régime actuel de la CE, elle n'offre pas de réels débouchés au Canada pour ses produits du porc.

Production locale

La production croissante de la CE continue d'exercer des pressions sur les prix. Au début de 1993, le prix des porcs en Irlande est tombé à son niveau le plus bas depuis 12 ans, soit environ 1,75 dollar américain le kg. En passant, en août 1992, à 1,19 million de têtes, le cheptel national a augmenté de 7 % par rapport à l'année précédente et les abattages ont dépassé pour la première fois les 3 millions de têtes. En passant à 2,65 millions de têtes, les porcs abattus pour l'exportation ont, en fait, augmenté de 11 %. Le poids moyen des carcasses, soit 66,5 kg, s'est accru de 1,5 kg en 1991, ce qui a encore donné un coup de fouet à la production. Le pourcentage de viande maigre a atteint 54,5 %.

Dans cette industrie, les sociétés ont été considérablement rationalisées, surtout celles travaillant pour l'exportation. Quelques-unes des sociétés-clés ont, toutefois, investi dans de nouvelles installations plus efficaces, ce qui revient à dire que cette industrie est à présent moins fragmentée. On prévoit que l'année 1993 sera difficile car la production de la CE continue d'augmenter. En 1993, la production irlandaise se développera encore en raison de la croissance du cheptel reproducteur ainsi que de l'importation d'un grand nombre d'animaux vivants.

Consommation nationale

La consommation annuelle de porc par personne est d'environ 36 kg. Le marché intérieur se répartit entre porc frais et bacon fumé. Les charcutiers et les petites entreprises de transformation détiennent une part notable du marché.

Importations

Les importations sont de l'ordre de 14 000 tonnes, réparties à parts égales entre les produits du porc et le bacon. Les principaux fournisseurs sont l'Irlande du Nord, le Danemark, les Pays-Bas et la Grande-Bretagne. Marks & Spencer Irlande, par exemple, achète d'importantes quantités de jambon et de bacon au Danemark et à la Grande-Bretagne. Il y a également quelques échanges de société à société, sous formes d'importations en provenance d'Irlande du Nord, notamment de carcasses. Par ailleurs, en 1992, l'Irlande a importé plus de 500 000 porcs vivants pour l'industrie de transformation, la plupart du temps en provenance d'Irlande du Nord.

Accès au marché

Le régime en vigueur est celui de la CE.

Exportations

Les exportations ont augmenté vers la plupart des marchés, la gamme des produits continuant à aller et venir entre la viande de porc et le bacon. Les ventes de porc au Japon ont plus que doublé par rapport à 1991.

Porc (tonnes)	1991	1992 (estimations)
Royaume-Uni	12 231	17 000
France	11 292	10 800
Allemagne	12 170	15 200
Autres pays de la CE	7 703	9 400
Japon	2 325	5 700
Autres	743	1 000

Bacon (tonnes)	1991	1992 (estimations)
Royaume-Uni	11 820	14 000
Autres	266	650

Principal importateur

Horgans Delicatessen Supplies Ltd.
 Michelstown, County Cork
 Tél: (011-353-25) 24410
 Téléc.: (011-353-25) 24993

Pour un complément d'information :

Ambassade du Canada
Section commerciale
65 St. Stephen's Green
Dublin 2

Tél: (011-353-1) 78 19 88
 Téléc.: (011-353-1) 78 12 85
 S'adresser à: **M. John Sullivan**
 Agent commercial

ITALIE

L'Italie est membre de la Communauté européenne (CE). Comme l'industrie communautaire du porc est fortement soutenue et protégée, les débouchés pour le porc canadien y seront plutôt limités, du moins dans les années à venir.

Production nationale

En 1991, 12 189 340 porcs ont été abattus (poids vif : 1 672 512 tonnes; poids mort : 1 332 803 tonnes) en Italie. La production totale de porc, mis à part le lard et le suif, atteignait 994 000 tonnes. Les dix premiers mois de 1992, la production a augmenté de 0,6% par rapport à 1991 pour la même période. Les principaux facteurs qui influent sur ce marché comprennent, bien sûr, les programmes de soutien à l'agriculture de la CE. Toutefois, en Italie, les coûts des facteurs de production ont tendance à être supérieurs à la moyenne de la CE, en raison des coûts de l'énergie et des provendes qui, en proportion, sont plus élevés.

Ces dernières années, la production a augmenté lentement, mais à un rythme régulier, grâce à une consommation accrue de porc maigre, au détriment du boeuf, et à une augmentation constante des exportations de produits de salaison. Le coefficient d'auto-provisionnement continue à se maintenir aux environs de 60-65%. La production intérieure est concentrée principalement dans les deux régions nordiques du pays, soit la Lombardie et l'Émilie-Romagne, provinces ayant une forte tradition de production de jambon et de saucisses. On trouve en Italie des établissements de transformation, de stockage et de manutention dont certains sont parmi les mieux cotés au monde (notamment dans la région de Parme), et d'autres non conformes aux normes établies.

Consommation intérieure

En 1991, la consommation intérieure totale de porc, mis à part le lard et le suif, était estimée à 1 585 000 tonnes, soit 27,4 kg par habitant. Seulement 27% environ des produits offerts sur le marché sont vendus frais ou congelés par l'intermédiaire des restaurants (8%), des supermarchés (7%) et des boucheries (12%). Le reste, soit 73%, est transformé en saucisses et en jambon de salaison dans les entreprises de transformation du pays.

Les habitudes de consommation varient selon le produit : le traditionnel rôti de porc accuse une légère baisse, car on le considère trop gras; la consommation de côtelettes de porc maigre est en hausse, parce que moins chères que le boeuf; quant au traditionnel *prosciutto crudo*, que l'on considère comme un produit de luxe de haute qualité, son marché augmente de manière constante au rythme du revenu des familles.

Importations

En 1991, les importations totales de porc atteignaient 538 436 tonnes, dont 532 806 tonnes provenaient des pays de la CE. Le reste, soit seulement 5 628 tonnes, provenait des pays non-membres de la CE, presque exclusivement des pays d'Europe

de l'Est, et était constitué principalement de coupes désossées congelées (3 155 tonnes) et de jambons non désossés réfrigérés (770 tonnes).

En 1991, les importations en provenance des pays d'Europe de l'Est s'établissaient comme suit :

	Tonnes	Milliers ECU
Hongrie	2 947	7 013
Pologne	852	3 076
Roumanie	740	2 205
Tchécoslovaquie	678	1 312

On ne rapporte pas d'importations commerciales en provenance d'Amérique du Nord.

L'Italie continuera à s'approvisionner en Europe de l'Est aussi longtemps que cette région lui assurera des approvisionnements suffisants et de bonnes garanties en matière de santé et de qualité. La fièvre aphteuse récemment introduite de Croatie a suscité de graves inquiétudes face aux pays de la région, à court et à moyen terme.

Étant donné l'intervention massive de l'industrie de la transformation et l'importance de l'aspect qualité, ce sont les entreprises de transformation ou les grossistes, en collaboration avec celles-ci, qui se chargent de la majeure partie des importations. Cette situation n'est pas près de changer.

Exportations

En 1991, les exportations totales de produits du porc s'élevaient à 10 976 tonnes, dont 9 776 tonnes destinées à d'autres pays membres de la CE. Seulement 1 165 tonnes ont été exportées à l'extérieur de la CE, principalement vers les pays d'Europe de l'Est. Ces exportations étaient constituées principalement de flancs congelés (325 tonnes), de jambons de salaison (200 tonnes) et de viande désossée congelée.

Au cours des dernières années, les exportations italiennes de saucisses et de jambons ont augmenté à un rythme régulier, mais sont menacées par les problèmes que l'Italie connaît occasionnellement avec la fièvre aphteuse.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Compte tenu du régime de droits et de prélèvements actuellement en place au sein de la CE, les débouchés sont plutôt limités sur ce marché pour les produits canadiens. Toutefois, en de rares occasions, lorsque les prix sont temporairement élevés dans la CE et très bas en Amérique du Nord, l'Italie peut décider d'importer du Canada. En raison de la récente éruption de fièvre aphteuse en Italie, on a dû cesser les importations en provenance de certains pays d'Europe de l'Est, ce qui a obligé les importateurs à trouver d'autres sources d'approvisionnement. Par ailleurs, les restrictions imposées

simultanément aux exportations de produits du porc italiens vers d'autres pays de la CE auront probablement pour effet de contrecarrer toute hausse spéculative des prix.

Principales foires commerciales

- Euroalimenta, Vérone, avril 1993
- Salon de l'alimentation de Milan, novembre 1993
- Foire Cibus, Parme, mai 1994

Accès au marché

Comme nous l'avons indiqué ci-dessus, les droits et taxes en vigueur dans le CE contribuent à rendre les produits canadiens non concurrentiels sur ce marché. De plus, conformément aux règlements de la CE, la viande de porc doit provenir d'abattoirs et d'ateliers de découpe approuvés par la CE.

Les prix seuils établis au sein de la CE, et les prélèvements qui en découlent, sont basés sur des prix-planchers internes élevés; avec la réforme de la Politique agricole commune, on peut s'attendre à ce que ces prix diminuent. Toutefois, comme la CE s'ouvre de plus en plus aux fournisseurs d'Europe de l'Est, ces pays devraient être grandement avantagés.

Transport

L'Italie possède un bon réseau de transport aérien et maritime pour les produits en provenance du Canada. Toutefois, les frais portuaires sont beaucoup plus élevés en Italie que dans les autres pays de la CE.

Liste des importateurs

Voici les nom et adresse des deux grandes associations oeuvrant dans le secteur des viandes et dont les membres sont de gros importateurs:

ASSOCARNI

Corso d'Italia 92
00198 Rome
Tél. : (011-39-6) 854-1085
Téléc. : (011-39-6) 844-2688

UNICEB

Viale del Campioni 13
00144 Rome
Tél. : (011-39-6) 592-1241
Téléc. : (011-39-6) 592-1241

Importateurs

Alcass - AZ Lav. Carni
Surgelati S.P.A.
Via Caselle 82
25081 Bedizzole, BS
Tél. : 030-6870707
Téléc. : 030-6870779

Balestrero S.R.L.
Rappresentanze
Piazza Rossetti 4/2A
16129 Genova, GE
Tél. : 010-589901
Téléc. : 010-593107

Beca S.P.A.
Via Mori 6
40054 Budrio, Bo
Tél. : 051-809411
Téléc. : 010-803934

Borghetto S.P.A.

C. Martiri della Liberta' 13
25121 Brescia, Br
Tél. : 030-221341
Téléc. : 030-24207430

Equus Import S.R.L.
Via Bossi, 2
22100 Como, Co
Tél. : 031-269067
Téléc. : 031-278664

Erre Carni S.R.L.
Via Don R. Lotti, 88
70031 Andria, BA
Tél. : 0883-555746
Téléc. : 0883-555746

F. Lli Catalani S.P.A.
Via Urbinese, 32
50063 Figline Valdarno, FI
Tél. : 055-952393
Téléc. : 055-952667

Galcarni S.R.L.
Via Montesano 8
70010 Capurso, BA
Tél. : 080-6954097
Télé. : 080-6959072

Gramellini S.P.A.
Via Ravegnana, 397
47100 Forlì, FO
Tél. : 0543-88127
Télé. : 0543-720080

Ilca S.P.A.
Prol. Viale De Blasio - Z.I.
70026 Modugno, BA
Tél. : 080-371666
Télé. : 080-374147

IMBE - IMP/EXP Bestiame
Carni
Viale Europa, 8
35019 Tombolo, Pd
Tél. : 049-5968144
Télé. : 049-5968167

Linea Meat S.P.A.
Via Appia km 192,800
81052 Pignataro Maggiore, CE
Tél. : 0823-654127
Télé. : 0823-654092

Naba Carni S.P.A.
Via Prati 69
25086 Rezzato, BS
Tél. : 030-2620426
Télé. : 030-2120076

Socib S.R.L.
Via Lombardia, 30/13
33100 Udine, UD
Tél. : 0432-402872
Télé. : 0432-540349

Vicar Sud S.R.L.
Via Cancelleria, 58
00040 Ariccia, RM
Tél. : 06-9342997
Télé. : 06-9342883

Vicere Carni S.R.L.
Via del Commercio, 28
00154 Roma, RM
Tél. : 06-5746990

Télé. : 06-5783335

**Pour un complément
d'information:**

**Ambassade du Canada
Via G.B. de Rossi 27
00161 Rome**

**Tél. : (011-39-6) 841-5341
Télé. : (011-39-6) 841-2479
S'adresser à: M. Michael
McDermott
Agent commercial**

NORVEGE

Production nationale

À l'heure actuelle, en Norvège, la production annuelle de porc atteint 85 000 tonnes. Des études effectuées par l'Institut norvégien de recherche en agriculture révèlent que, si la structure actuelle de la CE était maintenue, la production norvégienne de porc ne survivra pas si le pays devient membre de la Communauté. Des accords spéciaux ou des modifications structurelles seront nécessaires. Aujourd'hui, les fermiers norvégiens possèdent en moyenne 18 porcs. Pour être concurrentiels avec les fermiers de la CE, il leur faudrait accroître leurs troupeaux à 200 têtes.

Importations

En règle générale, les importations de viande sont interdites en Norvège. Le gouvernement octroie des permis d'importation, et en nombre restreint, seulement lorsque les producteurs nationaux ne suffisent pas à répondre à la demande. Les statistiques sur les importations et les exportations montrent qu'en 1991 le commerce transfrontalier a été très modéré. Le pays a importé seulement 24 tonnes de porc frais, en coupes, dont 23 tonnes provenant de la Suède.

On ne prévoit pas de modifications aux règlements norvégiens qui régissent les importations de porc, une fois l'accord sur l'EEE (Espace économique européen, AELE + CE) mis en oeuvre. La date d'entrée en vigueur de l'accord, qui avait été fixée au 1^{er} janvier 1993, a été repoussée au 1^{er} juillet 1993. Toutefois, il ne semble pas que les pays pourront tous ratifier cet accord d'ici le 1^{er} juillet 1993. C'est pourquoi on a de nouveau reporté la date au 1^{er} janvier 1994.

Comme la Norvège n'a pas encore entamé de négociations avec la CE concernant son adhésion, il est impossible de prédire ce qu'il adviendrait des règlements qui régissent les importations de produits agricoles en général, ou de la viande en particulier, si elle devenait membre à part entière de la CE. Ces négociations sont censées débuter le 5 avril 1993, et l'on prévoit que la Norvège se joindra aux autres candidats (Suède, Finlande et Autriche). Les pourparlers se poursuivront fort probablement jusqu'en 1994 et même 1995. Par la suite, la Norvège décidera, par référendum, si elle se joint à la CE, mais il est peu probable que ce soit avant 1995.

Accès au marché

Les tarifs et taxes pour les importations de porc sont:

02.03	Porc, frais, réfrigéré ou congelé	0,3%
.1100	Frais/réfrigéré, entier ou moitié	NOK 1,00/kg
.1200	Frais/réfrigéré, pattes ou morceaux avec os	NOK 1,00/kg
.1900	Frais/réfrigéré, autre	NOK 1,00/kg
.2100	Congelé, entier ou moitié	NOK 1,00/kg
.2200	Congelé, pattes ou morceaux avec os	NOK 1,00/kg
.2900	Autre	NOK 1,00/kg

		Tarif recherche	Tarif produits alimentaires
16.02	Autre porc transformé		
.4100	Jambes arrières ou morceaux	12,5%	0,20%
.4200	Jambes avant ou morceaux	12,5%	0,20%
.4910	Autres	NOK 1,40/kg	0,20%
.4990	Autres	NOK 1,40/kg	0,20%

Toutes les importations sont aussi assujetties à une TVA de 22%.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

Il ne semble pas y avoir de débouchés immédiats pour le porc canadien en Norvège, mais l'adhésion à la CE peut modifier la situation. Le tout dépendra des clauses négociées par la Norvège et leur impact sur les pays tiers. Il est plus que probable qu'un nouvel accord du GATT pourrait fournir des occasions de marché au Canada.

Pour un complément d'information:

Ambassade du Canada

Oscars Gate 20

0244 Oslo

Tél. : (011-47-2) 46-69-55

Télec. : (011-47-2) 69-34-67

S'adresser à: M. Torr-Eddie Fossback

Agent commercial

PAYS-BAS

Les Pays-Bas se classent au deuxième rang des producteurs de porc en Europe, après l'Allemagne. Plus de 60% de la production va à l'exportation, principalement vers d'autres pays membres de la CE. Il n'y a pas eu de hausse de la production depuis l'année record de 1988. On croit que la réglementation sur les déchets biologiques et d'autres mesures en matière de protection de l'environnement ont eu pour effet de freiner de façon permanente l'élevage intensif de porc.

Production nationale

Le nombre de porcs abattus a totalisé en 1991 18,8 millions, pour un poids moyen de 84 kg par porc. Le coefficient d'auto-provisionnement des Pays-Bas était de 279,6% en 1991. L'élevage du porc se concentre dans l'est et le sud du pays. En tenant compte de l'aviculture, ces régions comptent la plus forte densité de bétail au monde. On s'attend à ce que la rationalisation des abattoirs se poursuive. La tendance est de mettre l'accent sur la qualité de la viande et la transformation à valeur ajoutée. Il est également possible que l'élevage extensif du porc augmente.

Politiques gouvernementales

Les mesures de protection de l'environnement ont entraîné la stabilisation de la production. On s'attend à ce que la réglementation proposée par la CE à l'égard du bien-être des animaux provoque une hausse des coûts et des prix.

Consommation intérieure

La consommation totale s'est élevée en 1991 à 645 900 tonnes, soit une consommation de 42,9 kg par habitant. Les attitudes des consommateurs néerlandais varient beaucoup; certaines sont positives, d'autres négatives. D'une part, le porc est considéré peu coûteux et facile à préparer, nécessite peu de cuisson et offre un grand éventail de produits. D'autre part, certains consommateurs estiment que le porc est une viande trop grasse, donc pas très bonne pour la santé, craignent que le porc contienne des additifs indésirables, comme les hormones et les colorants, et n'apprécient pas la façon dont on en fait l'élevage.

La consommation de porc varie en fonction du prix. On ne s'attend pas à ce qu'elle augmente à long terme. La demande en porc d'élevage extensif pourrait augmenter malgré les prix plus élevés.

Importations

En 1991, les Pays-Bas ont importé 15 100 porcs vivants évalués à 41,5 millions de dollars, ainsi que 76 000 tonnes de produits du porc d'une valeur de 110,7 millions de dollars. Quelque 99,2% de ces importations proviennent des autres pays membres de la CE.

Exportations

L'industrie néerlandaise du porc exporte l'éventail complet des produits du porc. En 1991, les Pays-Bas ont exporté 913 426 tonnes (équivalent non désossé).

(tonnes) (non-désossé)	Total	Carcasses	Jambon	Épaules
TOTAL	913 426	250 984	218 640	76 410
Communauté européenne	899 314	250 815	218 241	71 875
Autres en Europe	3 651	124	332	403
Afrique 4 904	23	31	2 454	
Amérique du Nord	8	0	1	7
Amérique Latine	1 234	21	1	36
Moyen-Orient	185	0	28	2
Extrême-Orient	4 047	0	5	1 634

En 1992, les Pays-Bas ont exporté 923 588 tonnes (équivalent non-désossé), d'une valeur de 2,551 milliards de dollars.

(tonnes) (non-désossé)	Total	Carcasses	Jambon	Épaules
TOTAL	923 588	302 192	201 560	76 701
Communauté européenne	912 195	299 565	200 838	74 643
Autres en Europe	5 130	2 553	695	229
Afrique 3 789	15	8	2 914	
Amérique du Nord	43	19	0	0
Amérique Latine	717	21	2	2
Moyen-Orient	150	19	10	4
Extrême-Orient	1 564	0	7	418

Les exportations de porcs vivants sont très importantes pour l'industrie porcine néerlandaise. En 1992, le pays en a exporté 5 359 770, dont 6 189 sujets reproducteurs et 2 512 540 porcelets, presque tous vers les autres états membres de la CE. L'Europe, surtout la CE, continuera à être le principal débouché pour l'industrie néerlandaise autant pour les porcs vivants que pour les produits du porc. Même si les exportateurs néerlandais cultivent activement le marché japonais, on ne croit pas que des exportations même substantielles vers ce pays puissent modifier leur comportement traditionnel.

L'Office néerlandais de commercialisation des produits d'élevage et des viandes fait la promotion de la consommation de viande tant au pays que dans les principaux marchés étrangers. On s'attend à ce que l'exportation de porcs vivants baisse éventuellement et

que les produits à valeur ajoutée viennent les remplacer. Les exportations vers le Japon ont commencé en septembre 1992, mais demeurent limitées.

Débouchés commerciaux pour les produits canadiens

On ne peut s'attendre de manière réaliste à ce que le Canada exporte du porc aux Pays-Bas avant un certain temps.

Accès au marché

Les normes de la CE sur les importations s'appliquent.

Transport et distribution

Le réseau de transport et les voies de distribution sont très développés.

Contacts au sein de l'industrie

- Office de commercialisation des produits d'élevage et des viandes

Rijswijk

Bureau de commercialisation de la viande

Rijswijk

Recommandations aux exportateurs canadiens

L'exportateur canadien devrait bien se familiariser avec les exigences de certification des pays importateurs. Même si la CE est en apparence un marché unique, il serait préférable d'examiner en détail les exigences de chaque pays membre à cet égard.

Liste des importateurs

P.B. Groenveld B.V.
P.O. Box 3023
2001 DA Haarlem
Netherlands
Tél. : 23-350844
Télé. : 23-359520

Border Import & Export B.V.
Westzeedijk 118
3016 AH Rotterdam
Netherlands
Tél. : 10-4361166

N.V.C. Lochem B.V.
P.O. Box 205
7240 Lochem
Netherlands
Tél. : 5730-56551
Télé. : 5730-56961

Producten Import/Export
Heemraadssingel 82-84
3021 DE Rotterdam
Netherlands
Tél. : 10-4761811

J.A. Van Walsum B.V.
P.O. Box 1181
3000 VD Rotterdam
Netherlands
Tél. : 10-4139400
Télé. : 10-4139405

Weddel & Co. B.V.
P.O. Box 1194
3000 BD Rotterdam
Netherlands
Tél. : 3110-4112866
Télé. : 3110-4126852

J.M. Schouten & Zn. B.V.
P.O. Box 208
4700 Roosendaal
Netherlands
Tél. : 1650-56707
Télé. : 1650-53870

Voks International
De Volger 43
1483 GA De Rijp
Netherlands
Tél. : 2997-4434
Télé. : 2997-4280

Kuhne & Heitz N.V.
P.O. Box 325
3100 AH Schiedam
Netherlands
Tél. : 3110-6421100
Télé. : 3110-6422112

**Pour un complément
d'information:**

PORTUGAL

Le Portugal est membre de la Communauté européenne (CE).

Le secteur porcin, comme nombre d'autres secteurs de l'industrie du bétail du Portugal, se heurte à plusieurs problèmes de production. Bénéficiant depuis toujours de politiques très protectionnistes, la production porcine devrait chuter suite à l'adhésion du Portugal à la CE. La deuxième phase de cette adhésion (du 1er janvier 1991 au 31 décembre 1995) touchera considérablement les producteurs de porcs, car l'importation d'autres pays de la CE sera autorisée progressivement, et les subventions (que le gouvernement leur versait traditionnellement), éliminées. Ces mesures, combinées aux coûts élevés de production, en raison d'une forte augmentation du prix de la nourriture pour animaux provoquée par une dure sécheresse en 1991-1992, ont plongé les producteurs portugais de porcs dans la crise la plus grave qu'ils aient jamais connue.

Production locale

	1991	1992	Évolution en % 91/92
Cheptel total (en têtes)	2 663 000	N/D	-
Abattage (en têtes)	3 170 875	3 495 982	+ 10,2 %
Poids moyen à l'abattage (en kg)	67,7	68,8	+ 1,6 %
Abattage (en tonnes)	214 743	240 536	+ 12 %

Politiques gouvernementales

Afin d'aider les producteurs à s'adapter aux nouvelles conditions du marché découlant de la deuxième phase de l'adhésion à la CE, le gouvernement portugais a récemment annoncé un train de mesures, notamment :

- l'octroi de prêts pouvant aller jusqu'à 70 000 escudos par truie de plus de trois ans à des taux d'intérêts subventionnés, remboursables en quatre ans;
- l'octroi d'autres crédits attractifs en vue de l'achat de fourrage et de carburant; et
- l'octroi d'une subvention à l'entreposage de 70 escudos par kg de carcasse, cofinancée par la CE.

Consommation intérieure

La consommation de viande de porc a augmenté ces dernières années, stimulée en partie par le prix élevé de la viande de boeuf et du poisson. En 1991, la consommation totale de porc a atteint 270 000 tonnes. Toutefois, en 1992, selon les estimations de l'industrie, la consommation a baissé de 1,8 %, pour s'établir à 265 000 tonnes, ce qui signifie peut-être que la tendance à la hausse s'est stabilisée. La consommation par habitant en 1991 et 1992 a été estimée à 27,4 et 27 kg par an respectivement. Selon les estimations, le Portugal avait un taux d'auto-provisionnement de 90 % en 1992.

Exportations

Les exportations portugaises sont négligeables.

Importations

i) Totales (en tonnes) 1991 1992

FRAIS/RÉFRIGÉRÉ	3 547	15 020
CONGÉLÉ	22 055	26 182
TOTAL	25 602	41 202

ii) Types de produits

FRAIS/RÉFRIGÉRÉ

Carcasses ou demi carcasses	1 694	10 885
Jambons	360	1 241
Épaules	846	1 568
Côtes	12	92
Flancs	190	650
Désossée	402	316
Autres	43	268

CONGÉLÉ

Carcasses ou demi carcasses	140	130
Jambons	4 496	6 429
Épaules	295	600
Parties avant	942	1 068
Côtes	428	798
Flancs	4 645	4 556
Désossée	6 471	6 712
Autres	4 637	5 890

PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS

Belgique-Luxembourg	9 026	8 154
Pays-Bas	5 977	9 217
Danemark	2 980	3 008
Espagne	2 864	11 410
France	3 350	4 598
Royaume-Uni	352	2 581

Accès au marché

Les exigences de la CE en matière d'importations s'appliquent.

Débouchés pour les produits canadiens

Malheureusement, les débouchés au Portugal sont très limités en raison du régime d'importation restrictif de la CE. Les statistiques ne font mention d'aucune importation du Canada.

Transport et distribution

La viande de porc est acheminée par camion depuis les autres pays européens, ce qui ne prend qu'un à trois jours. Il s'agit là d'un autre avantage commercial distinctif qu'ont les concurrents européens sur les exportateurs canadiens. On peut utiliser tous les moyens de transport pour acheminer des produits au Portugal. Le pays dispose d'un système de distribution bien développé.

Foires commerciales

Alimentação '94 (devant se tenir à Exponor à Porto, du 6 au 10 avril 1994)

Agro '94 (devant se tenir au Parque Exposicoes de Braga, à Braga, du 23 avril au 1^{er} mai 1994)

Alimentatia '95 (devant se tenir à la Feira Internacional de Lisboa, à Lisbonne, en mai 1995).

Pour un complément d'information:

L'Ambassade du Canada

Av. de Liberdade, 144-4

1200 Lisbon

Téléphone : (011-351-1) 347-4892

Télécopieur : (011-351-1) 342-5628

S'adresser à: Mme Chantal Tremblay
Conseiller (Affaires commerciales)

ROYAUME-UNI

Le Royaume-Uni est membre de la Communauté européenne (CE). Compte tenu de la structure actuelle du marché de la CE, les occasions d'affaires dans le secteur du porc sont plutôt limitées, sauf en ce qui concerne les abats.

Production nationale

En 1991, la production totale atteignait 953 000 tonnes, dont 779 000 étaient constituées de porc et 174 000 de bacon. La production de porc augmente à un rythme modéré, alors que la production de bacon est à la baisse.

Consommation intérieure

La consommation par habitant était de 14,7 kg en 1991. Le porc et le bacon sont des produits de la viande traditionnels au Royaume-Uni. Le pays a un coefficient d'auto-provisionnement de 32% pour le bacon et le jambon, et de 90% pour le porc. Le niveau de consommation est stable en ce qui concerne le porc, mais est à la baisse pour le bacon.

Importations

En 1991, les importations s'établissaient comme suit :

	Tonnes	Valeur (£)
Porc	70 753	108 720 000
Bacon et jambon	253 782	509 349 000

En 1991, les importations de produits du porc en provenance du Canada ont été négligeables, sauf en ce qui concerne les abats dont les importations s'élevaient à 283 tonnes (203 000 \$). Le Royaume-Uni a également importé du Canada 15 tonnes de coupes de porc congelées d'une valeur de 75 000 \$. Le Royaume-Uni importe surtout du bacon du Danemark, qui détenait une part de 50% du marché des importations en 1991.

Part de marché du bacon : Danemark 30%, Pays-Bas 23%, Grande-Bretagne 32%, Irlande du Nord 8%, autres 7%.

Exportations

En 1991, le Royaume-Uni a exporté 73 000 tonnes de produits du porc, dont 46 269 tonnes de carcasses de truie.

Principaux marchés d'exportation :

	1989-1990	1990-1991	1991-1992
Total (tonnes)	267 000	265 000	265 000
Porc - kg par habitant	31,3	30,0	31,3
Boeuf - kg par habitant	18,7	18,0	18,3
		Tonnes	
		France	7 606
		Allemagne	5 084
		Pays-Bas	3 683
		Italie	3 800

On constate une tendance à la hausse des exportations, puisqu'en 1990 elles n'étaient que de 50 000 tonnes.

Débouchés commerciaux pour le porc canadien

En raison des droits élevés et des barrières non tarifaires prévus dans le cadre de la Politique agricole commune de la CE, les débouchés sur le marché du Royaume-Uni sont très limités à l'heure actuelle, sauf en ce qui concerne les abats.

Accès au marché

Les exigences de la CE en matière d'importation s'appliquent.

Transport et distribution

Le Royaume-Uni possède un réseau de distribution hautement développé.

Pour un complément d'information:

Haut-commissariat du Canada

Macdonald House

One Grosvenor Square

Londres W1X OBA

Tél. : (011-44-71) 258-6600

Télé. : (011-44-71) 258-6384

S'adresser à: M. Gordon Parsons

Conseiller (Agriculture et Pêches)

Mme Janet Farmer

Agent commercial (Agriculture et Pêches)

SUEDE

En Suède, où la population atteint 8,6 millions d'habitants, le porc est la viande la plus consommée. La consommation de porc se maintient à 31,3 kg par personne par année, alors que celle du boeuf a légèrement diminué en 1991-1992 et se situe maintenant à 18,3 kg. En règle générale, les Suédois consomment le porc frais. La Suède a un coefficient d'auto-provisionnement très élevé, bien qu'elle soit dépendante des importations en ce qui concerne les produits du porc transformés et en conserve et, dans une moindre mesure, le porc fumé (notamment le bacon) et de salaison. Les consommateurs ont adopté des habitudes plus positives, surtout maintenant que le porc maigre est très répandu au pays.

Production nationale

Production en tonnes (poids des carcasses)

- Année civile

1990	1991	1992 (données préliminaires)
290 795	267 872	276 212

- Année agricole - de juillet à juin

1989-1990	1990-1991	1991-1992
300 207	279 452	265 978

Il y a quelques années, par suite d'une hausse de la demande de porc maigre, les producteurs suédois ont entrepris des programmes de sélection visant à améliorer la race porcine par des croisements entre des porcs Hampshire d'importation canadienne, et dans certains cas aussi des Duroc, avec des porcs Yorkshire et Landrace produits au pays. Les producteurs sont maintenant en mesure d'approvisionner le marché en porc maigre plus tendre. Swede Ham et Pigg Ham sont les deux principales marques de porc maigre en vente sur le marché suédois.

Le coefficient d'auto-provisionnement de la Suède est très élevé pour ce qui est du porc frais et congelé, même que le pays a connu par le passé des problèmes de surplus. Toutefois, en ce qui concerne les filets de porc, le porc de salaison et fumé ainsi que les produits du porc transformés et en conserve, le pays n'arrive pas à répondre à la demande locale.

Consommation intérieure

	1989-1990	1990-1991	1991-1992
Total (tonnes)	267 000	265 000	270 000
Porc - kg par habitant	31,3	30,9	31,3
Boeuf - kg par habitant	18,7	18,5	18,3

Ces données révèlent que le porc est beaucoup plus en demande que le boeuf. De plus, il est en général moins cher. En Suède, le porc est principalement consommé sous les formes suivantes : frais et, dans une moindre mesure, congelé, coupes telles que côtelettes de porc, rôti de soc désossé, rôti de jambon frais, côtes levées de porc et jambons. Les Suédois sont aussi très friands des produits du porc fumés, notamment, par ordre d'importance, des filets, du jambon fumé, des rôtis de filet et du bacon. Le jambon de salaison, et parfois aussi le jambon traité au sucre, est le mets traditionnel des Suédois à Noël. En réponse à la demande accrue, la proportion de jambon maigre offert à Noël et tout au long de l'année ne cesse d'augmenter.

Depuis quelques années, les conditions dans lesquelles les porcs sont élevés, la composition de la moulée et l'administration possible de médicaments ou d'antibiotiques aux animaux suscitent des inquiétudes chez les consommateurs. L'administration de produits pour stimuler la croissance est interdite en Suède. Par suite des pressions exercées par les consommateurs, certains magasins de détail locaux offrent maintenant des produits du porc frais sur lesquels figure le nom du producteur ou de l'éleveur. Dans certains cas, on appose même sur les produits une garantie portant que la viande provient d'un porc nourri uniquement aux grains et est exempte d'antibiotiques. Les inquiétudes des consommateurs semblent se limiter au porc frais. Selon toute apparence, les produits transformés et en conserve sont bien acceptés des consommateurs.

Certains quotidiens du pays et revues spécialisées publient des annonces afin d'informer les consommateurs au sujet du porc produit au pays. La Fédération nationale des éleveurs suédois a créé un organisme spécial d'information sur les viandes dont le mandat est de sensibiliser le public et de promouvoir la consommation de viandes. À cette fin, l'organisme publie des bulletins et des recettes, produit des vidéos et organise des démonstrations à l'intention de divers groupes comme les nutritionnistes, les écoles, les universités, les grossistes, les magasins de détail, les consommateurs, etc.

Importations de porc

	Tonnes (milliers SEK)	Valeur
Coupes fraîches, réfrigérées et congelées		
1991	9 552	353 984
Danemark	5 967	247 286
Hongrie	2 005	51 176
É.-U.	824	36 809
Pologne	313	10 917
Allemagne	56	3 284

1992 (janvier-septembre)	8 434	306 070
Danemark	4 170	208 792
Hongrie	1 603	37 581
É.-U.	734	30 918
Pologne	408	15 208
Allemagne	52	3 167

Salé, en saumure, séché ou fumé

1991	1 627	57 925
Danemark	1 481	49 075
Hongrie	24	621
1992 (janvier-septembre)	1 324	47 374
Danemark	1 181	39 276
Hongrie	40	1 091

En conserve

1991	5 422	157 157
Danemark	2 127	67 362
Hongrie	619	15 290
Pologne	448	9 252
Allemagne	385	17 276
Pays-Bas	549	12 924
Tchécoslovaquie	597	14 913
1992 (janvier-septembre)	5 310	165 165
Danemark	2 782	92 483
Hongrie	414	10 585
Pologne	257	5 542
Allemagne	384	17 778
Pays-Bas	597	14 444
Tchécoslovaquie	393	10 500

TOTAL

1991	16 601	569 063
Danemark	9 575	363 723
Hongrie	2 648	67 087
É.-U.	824	36 809
Pologne	761	20 169
Allemagne	441	20 560
Pays-Bas	549	12 924
Tchécoslovaquie	597	14 913

1992 (janvier-septembre)	16 068	518 578
Danemark	8 133	340 551
Hongrie	2 057	49 257
É.-U.	734	30 918
Pologne	665	20 780
Allemagne	436	20 945
Pays-Bas	597	14 444
Tchécoslovaquie	393	10 500

Selon les statistiques canadiennes et suédoises, en 1991 le Canada n'a pas exporté de porc en Suède, si ce n'est 47 tonnes de foies comestibles congelés d'une valeur de 14 000 \$. Pour la période de janvier à août 1992, les statistiques suédoises sur les importations révèlent que la Suède n'a pas importé de produits en provenance du Canada, alors que les statistiques canadiennes indiquent que 75 tonnes de coupes congelées, estimées à 385 000 \$, ont été exportées en Suède. En Suède, on organise rarement des activités promotionnelles pour le porc ordinaire frais ou congelé importé. Pour les produits de marque comme le jambon en conserve et le bacon Tulip, on recourt à des méthodes traditionnelles telles que la publicité dans les journaux locaux (presse spécialisée destinée aux restaurants et traiteurs) et la participation, la fin de semaine, à des programmes de solde dans les magasins à succursales.

Exportations

	Tonnes	Valeur (milliers SEK)
Coupes fraîches, réfrigérées et congelées		
1991	14 704	156 438
1992 (janvier-septembre)	9 918	104 582
Salé, en saumure, séché ou fumé		
1991	1 203	11 971
1992 (janvier-septembre)	368	4 080
En conserve		
1991	291	3 028
1992 (janvier-septembre)	84	1 262
TOTAL		
1991	16 198	171 437
1992 (janvier-septembre)	10 370	109 924

● Principaux marchés d'exportation

Porc frais et réfrigéré

1991	749	11 081
Norvège	54	593
Pologne	303	4 721
Belgique-Luxembourg	353	4 763
Iran	19	449
1992 (janvier-septembre)	214	3 144
Norvège	55	951
Belgique-Luxembourg	40	564
France	98	1 636

Porc congelé

1991	13 556	140 606
Norvège	926	7 026
Danemark	28	393
Pologne	2 932	33 937
Pays-Bas	91	1 015
Royaume-Uni	103	1 586
Espagne	426	5 110
Italie	76	1 530
Yougoslavie	184	1 575
Malte	121	1 586
Hongrie	496	3 647
Japon	48	1 247
Singapour	500	4 479
É.-U.	2 609	36 338
Mexique	4 233	35 116
Argentine	414	2 875
1992 (janvier-septembre)	9 677	101 024
Norvège	1 149	8 531
Danemark	658	6 717
Allemagne	88	1 110
Pologne	2 130	24 884
Pays-Bas	58	491
Belgique-Luxembourg	147	1 812
Royaume-Uni	42	554
Espagne	990	13 205

Italie	147	3 220
Yougoslavie	167	1 360
Malte	219	3 342
Slovénie	289	1 720
Chypre	94	967
Philippines	148	508
Hongrie	790	5 459
Japon	109	2 624
Singapour	544	3 965
É.-U.	1 088	12 304
Mexique	396	4 096
Argentine	64	390

Salé, en saumure, séché ou fumé

1991	1 203	11 971
Norvège	111	1 706
Pologne	41	328
Hong Kong	442	3 673
Mexique	443	3 988
Singapour	89	1 437
1992 (janvier-septembre)	368	4 080
Norvège	32	356
Hong Kong	183	1 408
Singapour	87	1 352

Débouchés commerciaux pour le porc canadien

Les seuls produits du porc qui ont été vendus en Suède, et seulement en des occasions très spéciales, sont des filets congelés. Tout laisse croire qu'il y aura encore des débouchés sur le marché suédois pour ce produit, mais seulement lorsque la demande dépassera l'offre et que les prix seront concurrentiels.

Accès au marché

Taxes d'importation variables (au 29 janvier 1993) SEK par 100 kg

Porc frais, réfrigéré, congelé	500, 1 250 ou 910, selon le type et (ou) la coupe
Salé, en saumure, séché ou fumé	500, 1 250 ou 910 selon le type et (ou) la coupe
En conserve	1 220, 1 625 ou 2 030 selon la teneur en viande (%)

En ce qui concerne les importations de viande fraîche et congelée, transformée ou non, les règlements suédois en matière d'hygiène vétérinaire sont très sévères. La viande doit

provenir d'un établissement officiellement accrédité maintenant de bonnes pratiques d'hygiène et où le personnel est soumis à un examen médical au moins une fois l'an. Un certificat à cet effet doit accompagner chaque envoi. De plus, la viande doit être accompagnée d'un certificat vétérinaire attestant qu'elle est exempte de salmonelles et de shigella.

Les organismes locaux d'inspection des aliments sont très stricts. Si l'inspecteur décèle des traces de salmonelles ou de shigella dans plus d'un échantillon prélevé d'un conteneur au port d'entrée, tout le chargement sera rejeté. Quelques incidents du genre se sont produits ces dernières années avec de la viande chevaline et, en 1992, un chargement de porc qu'on a dû rejeter, mais qui fut réexporté par la suite.

Les importateurs locaux de viande ont informé l'ambassade du Canada que, étant donné que ces incidents ont augmenté le facteur de risque, les compagnies d'assurance exigent maintenant des primes plus élevées pour les chargements de viande en provenance du Canada. Il ne fait aucun doute que ces mesures ont diminué l'intérêt des acheteurs locaux pour les approvisionnements de viande (porc, cheval, boeuf) en provenance du Canada.

Transport et distribution

Il n'y a pas de vols directs entre le Canada et la Suède; au moins une escale est nécessaire. Les services de transport maritime entre les deux pays sont efficaces et réguliers. La Suède possède un excellent réseau de transport routier.

Les importations s'effectuent généralement comme suit :

par l'intermédiaire d'un agent à commission ou d'un agent/importateur qui achète la marchandise et la vend ---

--- à un grossiste ou distributeur qui la revend ---

- ◆ aux supermarchés ou magasins de détail à succursales
- ◆ aux hôtels, restaurants et traiteurs
- ◆ aux transformateurs

Les supermarchés et magasins de détail à succursales importent rarement directement.

Liste des importateurs

Lars Flodin Meat Trading AB
Hallmatarv. 4-6
S-121 62 Johanneshov
Tél. : 46-8-600 14 40
Télé. : 46-8-659 36 15
Attn: Mr. Lars Flodin,
President

AWP - Importen AB
Landskronav. 9
S-252 32 Helsingborg
Tél. : 46-42-14 93 60
Télé. : 46-42-12 20 79
Attn: Mr. Sune Nymberg,
Chief Buyer - Meat

AB O. Annerstedt
Box 5213
S-121 18 Johanneshov
Tél. : 46-8-600 72 00
Télé. : 46-8-649 01 55
Attn: Mr. Anders Ronander,
President

F.W. Holst International AB
 Box 19126
 S-400 12 Gothenburg
 Tél. : 46-31-20 00 10
 Téléc. : 46-31--20 21 95
 Attn: Bo Hansson

**Pour un complément
 d'information:**

Ambassade du Canada
 B.P. 16129
 S-103 23 Stockholm
 Tél. : (011-46-8) 613-9900
 Téléc. : (011-46-8) 42-24-91
 S'adresser à: Mme Ulla
 Hansson
 Agent commercial

Canada	41	328
Pologne	41	328
Hong Kong	442	373
Mexique	443	373
Norvège	32	356
Hong Kong	37	352
Singapour	37	352

Accès au marché

Taxes d'importation (au 29 janvier 1992) SEK par 100 kg

Les supermarchés et magasins de détail à succursales importantes importent directement
 Porc frais, réfrigéré, congelé

Liste des importateurs

si (ou) te opte el noie 019 no 052 t 005
 Lar Pidin Mast Trading AB
 AWP - Ingöden AB
 Halmstadsvägen 48
 2-121 82 Johannestorp
 S-252 32 Helsingborg
 Tel. : 46-8-800 14 40
 Téléc. : 46-8-888 36 15

si (ou) te opte el noie 019 no 052 t 005
 AWP - Ingöden AB
 Landstygsvägen 9
 S-252 32 Helsingborg
 Tel. : 46-43-15 20 78
 Téléc. : 46-8-648 01 85

Annexe A - **SOURCES ET REMERCIEMENTS** LE MONDE

Sources : Grandes foires commerciales sur les produits du porc

- Études sectorielles (porc, pommes de terre, farine), Conseil de la compétitivité agro-alimentaire, mars 1993.
- Plan stratégique, Canada Porc International, avril 1993.
- Canadian Hog Sector Competitiveness Review - International Markets*, SCI Sparks Companies Inc. et Deloitte & Touche.
- Exportations canadiennes de porc, Statistique Canada, mai 1993.
- Trousse d'information sur l'industrie canadienne du porc, LL Bradich and Associates, 1991.
- Plan de promotion du commerce extérieur 1993-1994, secteur agro-alimentaire, AECEC.
- Barrières au commerce dans le secteur agricole - PBEC.
- Revue du marché américain, Agriculture Canada.
- United States Hog and Pork Sector Competitiveness Report* (ébauche), SCI Sparks Companies Inc.
- World Livestock Situation*, USDA, mars 1992.
- World Pork Outlook*, USDA et CPI.

Remerciements :

- Canada Porc International
- Agriculture Canada
- Industrie, Sciences et Technologie Canada

Des exemplaires de cette publication sont disponibles au Centre Info Export :

- Tél. : 1-800-267-8376
- Télec. : (613) 996-9709

Autres études sur les marchés mondiaux

- Homard
- Espèces sous-exploitées des produits de la pêche (parution à l'été 1993)
- Poissons et autres produits de la pêche (parution à l'été 1993)
- Produits agricoles primaires (parution à l'été 1993)
- Produits agricoles à valeur ajoutée (parution à l'été 1993)
- Saumon (parution à l'automne 1993)
- Boeuf (parution à l'automne 1993)
- Aquiculture (parution à l'automne 1993)

SOURCES ET REMERCIEMENTS

F.W. Holtz International
Box 19126
S-400 12 Gothenburg
Tel : 00 00 13 46 47
Téléc : 46 12 20 13 46
Attn: Hansson

Sources :

Études sectorielles (porc, pommes de terre, farine), Conseil de la compétitivité agro-alimentaire, mars 1993.
Plan stratégique, Canada Porc International, avril 1993.
Canadian Hog Sector Competitiveness Review - International Markets, SCI Sparks Companies Inc. et Deltora & Touche.
Exportations canadiennes de porc, Statistique Canada, mai 1993, 62181 P 8.
Trousse d'information sur l'industrie canadienne du porc, Statistique Canada et SCI Sparks Associates, 1991.
Plan de promotion du commerce extérieur 1993-1997, secteur agro-alimentaire, AECOC.
Barrières au commerce dans le secteur agricole - PSEC, Hansson & Associates.
Revue du marché américain, Agriculture Canada.
United States Hog and Pork Sector Competitiveness Report (ébauche), SCI Sparks Companies Inc.
World Livestock Situation, USDA, mars 1992.
World Pork Outlook, USDA et CPI.

Remerciements :

Canada Porc International
Agriculture Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada

Des exemplaires de cette publication sont disponibles au Centre Info Export :

Tél : 1-800-267-8378
Téléc : (613) 996-8709

Autres études sur les marchés mondiaux

Homard
Espèces sous-exploitées des produits de la pêche (partie à l'été 1993)
Poissons et autres produits de la pêche (partie à l'été 1993)
Produits agricoles primaires (partie à l'été 1993)
Produits agricoles à valeur ajoutée (partie à l'été 1993)
Saumon (partie à l'automne 1993)
Boeuf (partie à l'automne 1993)
Agriculture (partie à l'automne 1993)

Annexe A - FOIRES ET SALONS DANS LE MONDE

Grandes foires commerciales sur les produits du porc

SALON INTERNATIONAL ALIMENTARIA

Barcelone, Espagne

Mars 1994

Fréquence : Bisannuelle

Produits : Aliments et boissons

Personne-ressource : AECEC - Hélène Guillot, tél. : (613) 996-6359

ANTAD

Guadalajara, Jalisco

Février 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Aliments et boissons

Personne-ressource : AECEC - Paul Schutte, tél. : (613) 996-5358

SALON CANADIEN DE L'ALIMENTATION

Osaka, Japon

Mars 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Aliments et boissons

Personne-ressource : AECEC - Greg Bates, tél. : (613) 995-8614

CANADA EXPO

Mexico

Mars 1994

Fréquence : Bisannuelle

Produits : Foire multi-sectorielle comportant un volet important sur l'alimentation.

Personne-ressource : AECEC - Paul Schutte, tél. : (613) 996-5358

FOODEX

Tokyo, Japon

Mars 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Boissons, viandes, volaille, produits laitiers, poissons, crustacés et coquillages, aliments en conserve, etc.

Profil des visiteurs : Participation prévue de 90 000 acheteurs et dirigeants d'entreprises agro-alimentaires

Organisateur : Japan Management Assoc., téléc. : 03-343-48076

Personne-ressource : AECEC - Greg Bates, tél. : (613) 995-8619

INTERNATIONAL FOOD AND DRINK EXHIBITION

Londres, Royaume-Uni

Avril 1995

Fréquence : Bisannuelle

Produits : Aliments et boissons

Personne-ressource : AECEC - Gayle McCallum (613) 996-1530

FOOD MARKETING INSTITUTE (FMI)

Chicago

Mai 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Matériel et produits alimentaires

Profil des visiteurs : En 1991, 35 000 dirigeants d'entreprises agro-alimentaires du Canada, du Mexique et d'outre-mer ont participé à cette foire.

Organisateur : Food Marketing Institute, téléc. : (202) 429-4519

Personne-ressource : AECEC - David Shaw, tél. : (613) 944-9474

HOFEX 93

Hong Kong

Mai 1995

Fréquence : Bisannuelle

Produits : Aliments et transformation des aliments

Profil des visiteurs : Négociants en produits alimentaires venant de nombreux pays.

Personne-ressource : AECEC - Dan Mrkich, tél. : (613) 995-6962

NATIONAL RESTAURANT ASSOC. SHOW

Chicago, États-Unis

Mai 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Matériel et services pour l'hôtellerie, la restauration, les supermarchés et les collectivités

Personne-ressource : AECEC - David Shaw, tél. : (613) 944-9474

WORLD PORK EXPO

Du 10 au 12 juin 1994

Indianapolis, Indiana

Produits : Porc, porc transformé et technologies

Profil des visiteurs : De 70 000 à 80 000 personnes

Personne-ressource : Lisa Swenson (612) 333-4641

2° SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION

Caracas, Venezuela

Juillet 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Aliments, aliments transformés et boissons

Personne-ressource : AECEC - Jon Dundon, tél. : (613) 996-6921

EXPO ALIMENTOS

Monterrey, Nuevo Leon

Du 3 au 6 août 1993

Fréquence :

Produits : Foire multi-sectorielle comportant un volet important sur l'alimentation

Personne-ressource : AECEC - Paul Schutte, tél. : (613) 996-5358

FOOD EXPO 94

Hong Kong

Août 1994

Fréquence : Annuelle

Produits : Produits alimentaires destinés au marché de consommation

Organisateur : Conseil d'expansion du commerce de Hong Kong

Personne-ressource : AECEC - Dan Mrkich, tél. : (613) 995-6962

POLAGRA

Poznan, Pologne

Octobre 1993

Fréquence : Annuelle

Produits : Aliments et transformation des aliments

Personne-ressource : AECEC - Michael Vujnovich, tél. : (613) 996-7107

ANUGA

Cologne, Allemagne

Octobre 1993

Fréquence : Bisannuelle (en alternance avec le SIAL)

Produits : Aliments de tous genres

Exposants : En 1989, on dénombreait 1 565 exposants allemands et 3 422 exposants étrangers.

Organisateur : KolnMessa und Ausstellungen, téléc. : 0221-821-2574

Personne-ressource : AECEC - Lorraine Reardon, tél. : (613) 996-2147

SIAL

Paris, France

Octobre 1994

Fréquence : Bisannuelle (en alternance avec ANUGA)

Produits : Produits laitiers, gibier, viandes, volaille, confiserie, fruits, légumes, poissons, crustacés et coquillages, etc.

Personne-ressource : AECEC - Pascal André, tél. : (613) 996-5555

NATIONAL PREPARED FROZEN FOOD FESTIVAL

East Rutherford, États-Unis

Octobre 1993

Fréquence : Annuelle

Produits : Produits alimentaires réfrigérés et congelés

Profil des visiteurs : 4 100 acheteurs des services alimentaires des États du New Jersey, de New York et du Connecticut.

Personne-ressource : AECEC - David Shaw, tél. : (613) 944-9474

NATIONAL FOOD BROKERS' ASSOCIATION SHOW

Chicago

Décembre 1993

Fréquence : Annuelle

Produits : Boissons et aliments transformés et semi-transformés

Profil des visiteurs : 15 000 participants, y compris des membres de la NFBA venant de partout en Amérique du Nord.

Personne-ressource : AECEC - David Shaw, tél. : (613) 944-9483

ANNEXE B

PERSONNES-RESSOURCES AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA

125, promenade Sussex

Ottawa (ontario)

K1A 0G2

EXPANSION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Secrétariat de liaison
sectorielle (TOS)

Direction de la planification
et des opérations de
l'expansion du commerce
international

M. Christian Lapointe
Directeur adjoint

Tél.: (613) 995-1773

Télec.: (613) 943-1103

- questions de l'expansion du
commerce sectoriel et liaison
avec les autres ministères.

POLITIQUE ÉCONOMIQUE ET COMMERCIALE

Commerce de
l'agro-alimentaire et des
ressources (EAA)

Accès aux marchés
Direction de la politique
commerciale et économique
M. Earl. Weybrecht,
Directeur

M. Geoff Adams, Directeur
adjoint

Tél.: (613) 992-3586

Télec.: (613) 944-0756

- Accords commerciaux et
questions d'accès aux
marchés

DIRECTIONS GÉOGRAPHIQUES

AFRIQUE ET MOYEN- ORIENT

Direction de l'expansion du
commerce en Afrique et au
Moyen-Orient (GBTE)

Télec.: (613) 990-7431

M. Daniel Marchand,
Directeur

Tél.: (613) 944-6591

ASIE ET PACIFIQUE

Direction de l'expansion du
commerce en Asie et dans le
Pacifique sud (PST)

Télec.: (613) 996-4309

Mme Louise Fortin,
Directrice

Tél.: (613) 996-0910

Direction de l'expansion du
commerce en Asie de l'est
(PNC)

M. Colin Russel, Directeur

Tél.: (613) 995-7575

Direction de l'expansion du
commerce avec le Japon
(PNJ)

M. Peter Campbell, Directeur

Tél.: (613) 995-8985

EUROPE

Direction de l'expansion du
commerce en Europe
centrale et de l'est (RBT)

M. Melvyn L. MacDonald,
Directeur

Tél.: (613) 996-6835

Direction de l'expansion du
commerce, de
l'investissement et de la
technologie (RWT)

M. Robert Déry, Directeur

Tél.: (613) 995-9402

AMÉRIQUE LATINE ET ANTILLES

Direction du commerce avec
l'Amérique latine et les
Antilles

Télec.: (613) 943-8806

M. Denis Thibault, Directeur

Tél.: (613) 996-4198

ÉTATS-UNIS

Direction de la promotion du
commerce et de
l'investissement avec les
États-Unis (UTI)

Mme. Cynthia Hartman,
Directrice

Tél.: (613) 993-5912

Direction de la promotion du
commerce et du tourisme
avec les États-Unis (UTO)

M. Bernard Giroux, Directeur

Tél.: (613) 994-9477

CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, et Industrie, Sciences et technologie Canada ont créé les Centres de commerce international (CCI) dans tout le Canada pour aider les exportateurs novices aussi bien qu'expérimentés en fournissant des publications sur l'exportation, en attirant des participants aux foires et missions, en fournissant une gamme étendue de services aux compagnies à la recherche de conseils à l'exportation, sur le transfert de technologie ou les entreprises conjointes avec les investisseurs étrangers. Pour un complément d'information, les exportateurs sont encouragés à s'adresser au CCI le plus rapproché. Les conseils à l'exportation sont aussi disponibles au Bureau d'information du commerce d'exportation d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada que l'on peut rejoindre sans frais au 1-800-267-8376; appels locaux: 944-6435.

COLOMBIE BRITANNIQUE

Centre de commerce international
900-650 rue Georgia ouest
C.P. 11610
Vancouver, C.-B. V6B 5H8
Tél.: (604) 666-0434
Telex: 045-1191
Télec.: (604) 666-8330
Contact: M. Paul Lau,
Délégué commercial principal, (604) 666-1438

ALBERTA

Edmonton
Centre de commerce international
Canada Place, Suite 540
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta T5J 4C3
Tél.: (403) 495-2944
Telex: 037-2762
Télec.: (403) 495-4507
Contact: M. Bill Roberts,
Délégué commercial principal, (403) 495-4415

Calgary

Centre de commerce international
11e étage
510 - 5e rue sud-ouest
Calgary, Alberta T2P 3S2
Tél.: (403) 292-6660
Télec.: (403) 292-4578
Contact: M. Paul Hubbard,
Délégué commercial principal, (403) 292-6409

SASKATCHEWAN

Centre de commerce international
Suite 401, 119-4e avenue sud
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 5X2
Tél.: (306) 975-5315
Telex: 074-272
Télec.: (306) 975-5334
M. David Dix, Délégué commercial principal
(306) 975-4343

MANITOBA

Centre de commerce international
8e étage, 330 avenue Portage
Newport Centre
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tél.: (204) 983-8036
Telex: 07-57624
Télec.: (204) 983-2187
M. Carl A. Rockburne,
Délégué commercial principal, (204) 983-4099

ONTARIO

Centre de commerce international
4e étage, Dominion Public Building
1 rue Front Ouest
Toronto, Ontario M5J 1A4
Tél.: (416) 973-5053
Telex: 065-24378
Télec.: (416) 973-8161

M. Dennis Baker, Délégué commercial principal
(416) 973-5049

QUÉBEC

Centre de commerce international
Tour de la Bourse
800 Place Victoria - 38e étage
C.P. 247
Montréal, Québec H4Z 1E8
Tél.: (514) 283-8185
Telex: 055-60768
Télec.: (514) 283-8794
M. Haig Sarafian, Délégué commercial principal
(514) 283-6796

NOUVEAU-BRUNSWICK

Centre de commerce international
Place Assumption, 770 rue Main
C.P. 1210
Moncton, N.-B. E1C 8P9
Tél.: (506) 851-6452
Telex: 014-2200
Télec.: (506) 851-6429
M. Guy-André Gélinas,
Délégué commercial principal, (506) 851-6440

ÎLE-DU-PRINCE-EDOUARD

Centre de commerce international

Confederation Court Mall

134 rue Kent, Suite 400

C.P. 1115

Charlottown, Île-du-Prince-

Edouard C1A 7Mb

Tél.: (902) 566-7400

Telex: 014-44129

Télec.: (902) 566-7450

M. Fraser Dickson, Délégué

commercial principal

(902) 566-7443

CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL

PERSONNES RESSOURCES AU DEVELOPPEMENT

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et Industrie, Sciences et Commerce international (C.C.I.) dans tout le Canada ont créé les Centres de Commerce International (C.C.I.) dans tout le Canada. Les Centres de Commerce International (C.C.I.) ont pour but de faciliter les échanges commerciaux et industriels entre le Canada et les autres pays du monde. Ils offrent des services de conseil et d'information aux entreprises canadiennes et étrangères qui souhaitent faire des affaires à l'étranger. Les Centres de Commerce International (C.C.I.) sont aussi disponibles au bureau d'information du commerce d'exportation. Les exportateurs sont encouragés à s'adresser au C.C.I. le plus rapproché.

AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

SASKATCHEWAN

Centre de commerce international
11801 118e Avenue
Suite 401
Saskatoon, Saskatchewan
S7X 5X2
Tél.: (306) 975-5318
Telex: 074-777
Télec.: (306) 975-5334
M. David Dix, Délégué commercial principal

MANITOBA

Centre de commerce international
Be King 330 Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 1V2
Tél.: (204) 883-8038
Télex: 07-8534
M. Carl A. Rockburn, Délégué commercial principal, (204) 883-8039

ONTARIO

Centre de commerce international
4e étage, Dominion Public Building
1 rue Front Ouest
Toronto, Ontario M5J 1A4
Tél.: (416) 973-8023
Telex: 085-24378
Télec.: (416) 973-8181

ALBERTA

Edmonton
Centre de commerce international
Canada Place, Suite 510
8700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta T5C 2A6
Tél.: (403) 455-2344
Telex: 037-2782
Télec.: (403) 455-4807
Contact: M. Bill Roberts, Délégué commercial principal, (403) 455-4475

BRITANNIQUE

Centre de commerce international
900-550 rue Georgia ouest
Vancouver, C. B. V6B 5H8
C.P. 11810
Tél.: (604) 682-0434
Telex: 045-1791
Télec.: (604) 682-0330
Contact: M. Paul Linn, Délégué commercial principal, (604) 682-1438

ATLANTIQUE

Montréal, Québec H2Z 1E8
Tél.: (514) 283-8185
Télec.: 086-50768
M. Hans Sørensen, Délégué commercial principal, (514) 283-8788
NOUVEAU-BRUNSWICK
Centre de commerce international
Place Assomption, 710 rue
C.P. 1210
Moncton, N. B. E1C 8P9
Tél.: (506) 851-6487
Telex: 018-2200
Télec.: (506) 851-8429
M. Guy-Anne Gélinas, Délégué commercial principal, (506) 851-8440

QUEBEC

Centre de commerce international
Tour de la Banque
800 Place Victoria
Montréal, Québec H2Z 1E8
Tél.: (514) 283-8185
Télec.: 086-50768
M. Hans Sørensen, Délégué commercial principal, (514) 283-8788
NOUVEAU-BRUNSWICK
Centre de commerce international
Place Assomption, 710 rue
C.P. 1210
Moncton, N. B. E1C 8P9
Tél.: (506) 851-6487
Telex: 018-2200
Télec.: (506) 851-8429
M. Guy-Anne Gélinas, Délégué commercial principal, (506) 851-8440

ATLANTIQUE

Montréal, Québec H2Z 1E8
Tél.: (514) 283-8185
Télec.: 086-50768
M. Hans Sørensen, Délégué commercial principal, (514) 283-8788
NOUVEAU-BRUNSWICK
Centre de commerce international
Place Assomption, 710 rue
C.P. 1210
Moncton, N. B. E1C 8P9
Tél.: (506) 851-6487
Telex: 018-2200
Télec.: (506) 851-8429
M. Guy-Anne Gélinas, Délégué commercial principal, (506) 851-8440

ASSOCIATIONS SECTORIELLES

Canada Porc International
(CPI)
75, rue Albert, bureau
1101
Ottawa (Ontario)
K1P 5E7
Tél. : (613) 236-9886
Téléc. : (613) 236-6658

Personnes-ressources :
Don Newton, président
Jacques Pomerleau,
directeur exécutif

Conseil des viandes du
Canada
5233 Dundas Street
Islington (Ontario)
M9B 1A6
Tél. : (416) 239-8411
Téléc. : (416) 239-2416

Personnes-ressources :
John Lauer, président
Robert Weaver,
directeur général
Larry Campbell, secrétaire

Conseil canadien du porc
75, rue Albert, bureau
1101
Ottawa (Ontario)
K1P 5E7
Tél. : (613) 236-9239
Téléc. : (613) 236-6658

Personnes-ressources :
Jim Smith, président
Martin Rice, secrétaire
exécutif

STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES (SCPAA)

Les Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires (SCPAA) sont un service qui permet aux associations canadiennes du secteur agro-alimentaire qui ont besoin d'aide en matière d'expansion des exportations d'obtenir du financement auprès du gouvernement fédéral. En collaboration avec un groupe de travail formé de représentants des ministères participants, les associations sectorielles élaborent des plans stratégiques de commercialisation à long terme adaptés aux besoins de l'industrie.

En se fondant sur la recommandation du groupe de travail pour le secteur en cause, le Comité directeur de l'initiative SCPAA étudie le plan d'activités et approuve le financement qui sera accordé par le ministère concerné. Le Comité directeur regroupe des représentants d'Agriculture Canada, d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada et de Diversification économique de l'Ouest Canada.

C.P. 2522
New Westminster B.C.
V3L 5A4
Tél. : (604) 656-6344
Téléc. : (604) 656-7235

174, chemin Stone Ouest
Guelph (Ontario)
N1G 4S8
Tél. : (519) 837-9400
Téléc. : (519) 837-9782

SECRETARIAT SCPAA

Elwood Hodgins, secrétaire
Direction des programmes
internationaux
Agriculture et Agro-
alimentaire Canada
Ottawa
Tél. : (613) 993-6671
Télec. : (613) 995-0949

David H. Clendenning
Secrétariat de liaison
sectorielle (TOS)
Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada
Ottawa
Tél. : (613) 995-1712
Télec. : (613) 943-1103

Jackie Draper
Direction générale des
produits alimentaires
Agriculture et Agro-
alimentaire Canada
235, rue Queen, 10 Est
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-2922
Télec. : (613) 954-3776

**GRUPE DE TRAVAIL
SCPAA**

Randy Nelson (chef
d'équipe)
Division du soutien à la
commercialisation
internationale
Direction générale du
développement agro-
alimentaire
Agriculture Canada
240, rue Sparks, 1^{er} étage
G-Ouest
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Tél. : (613) 993-6671
Télec. : (613) 995-0949

Alain Juneau
Agriculture et Agro-
alimentaire Canada
Gare maritime Champlain
901, Cap-Diamant,
pièce 350-4
Québec (Québec)
G1K 4K1
Tél. : (418) 648-4775
Télec. : (418) 648-7342

SECTEUR DU PORC

Cathy Istead
Direction des produits
agricoles et alimentaires
Agriculture et Agro-
alimentaire Canada
Immeuble sir-John-Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Tél. : (613) 994-0246
Télec. : (613) 953-0969

Ken Gibson
Diversification de l'économie
de l'Ouest Canada
C.P. 2025
601, 119-4^e avenue sud
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 5Y2
Tél. : (306) 975-4373
Télec. : (306) 975-5484

PERSONNES-RESSOURCES À AGRICULTURE ET AGRO-ALIMENTAIRE CANADA

Prévisions concernant le porc

Brian Cozzarin
Analyse de l'industrie
Division de l'analyse des
politiques agro-alimentaires
Agriculture et Agro-
alimentaire Canada
930, avenue Carling
Immeuble sir-John-Carling
Ottawa (Ontario)
K1A 0C5
Tél. : (613) 995-5880
Télé. : (613) 996-8586

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Derek Banfield
St. John's (Terre-Neuve)
A1C 5R4
Tél. : (709) 772-4063
Télé. : (709) 772-4803

Île-du-Prince-Édouard

Joy Bell-McKenzie
C.P. 2949
Charlottetown (Î.-P.-É.)
C1A 8C5
Tél. : (902) 566-7300
Télé. : (902) 566-7316

Nouvelle-Écosse

Allan Sorflaten
C.P. 698
Truro (N.-É.)
B2N 5E5
Tél. : (902) 893-0068
Télé. : (902) 893-6777

Nouveau-Brunswick

Mike McCormick
633, rue Queen, pièce 209
Fredericton (N.-B.)
E3B 1C3
Tél. : (506) 452-3706
Télé. : (506) 452-3509

Québec

Marc Chénier
Complexe Guy-Favreau
200, boul. René-Lévesque
ouest
Montréal (Québec)
H2Z 1Y3
Tél. : (514) 285-8888
Télé. : (514) 283-3143

Ontario

Frank Webster
174, chemin Stone ouest
Guelph (Ontario)
N1G 4S9
Tél. : (519) 837-9400
Télé. : (519) 837-9782

Manitoba

Dave Wasylyshen
303, rue Main, pièce 402
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3G7
Tél. : (204) 983-2200
Télé. : (204) 983-8022

Saskatchewan

Jim Hannah
C.P. 8035
Regina (Saskatchewan)
S4P 4C7
Tél. : (306) 780-5545
Télé. : (306) 780-7360

Alberta

Rodney Dlugos
9700, av. Jasper, pièce 810
Place Canada
Edmonton (Alberta)
T5J 4G5
Tél. : (403) 495-4141
Télé. : (403) 495-3324

Colombie-Britannique

Gretchen Bozak
C.P. 2522
New Westminster (C.-B.)
V3L 5A4
Tél. : (604) 666-6344
Télé. : (604) 666-7235

Examen des perspectives du marché
mondial pour le porc -
4326783

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20008209 0

DOCS

CA1 EA679 93G46 FRE

Examen des perspectives du marche
mondial pour le secteur du porc. -

43267831

