

CA1
EA
96F52f

DOCS



LE SECTEUR DE LA
TRANSFORMATION
DES ALIMENTS ET
DES BOISSONS



De bonnes raisons d'investir au Canada

LES BOISSONS

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

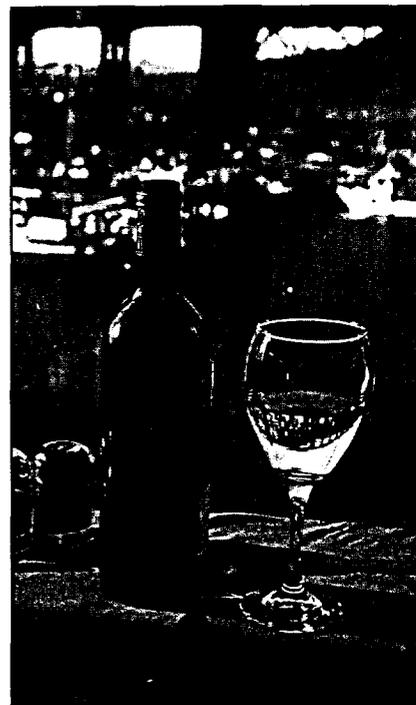
Les innovations et la croissance rapide de l'industrie canadienne des boissons se conjuguent pour offrir aux investisseurs étrangers des possibilités intéressantes d'investissement. Cette industrie représente déjà plus de 7 milliards de dollars de ventes par an et la création constante de nouveaux produits et de nouveaux marchés signifie qu'elle continuera de croître dans un avenir prévisible.

Les innovations dans l'industrie des boissons sont encouragées par les consommateurs nord-américains, qui sont disposés à essayer de nouveaux produits et de nouvelles saveurs. En effet, étant donné le grand nombre de nouvelles lignes de produits et de

marques qui ont été créées depuis quelques années, les consommateurs s'attendent à pouvoir choisir une gamme étendue de boissons.

Il en est ainsi pour les boissons alcoolisées aussi bien que non alcoolisées. En conséquence, les producteurs de tous les types de boissons s'efforcent d'en créer de nouvelles.

Il existe de nombreuses possibilités d'investissement dans l'élaboration et la commercialisation de très nouvelles boissons. Par exemple, on a enregistré des investissements récents très rentables dans les produits non alcoolisés, comme les eaux minérales plates et gazeuses, les boissons à base de jus de fruit, les boissons de thé aromatisé en bouteille, des boissons à base de yogourt et les succédanés laitiers.



Les boissons « de style laitier » qui remplacent le lait et autres produits laitiers traditionnels sont apparues en raison de l'intolérance au lactose très répandue dans une partie importante de la population nord-américaine. Ne pouvant pas consommer de produits laitiers naturels, de nombreuses personnes recherchent des boissons de style laitier qu'elles peuvent digérer. Un certain nombre de nouvelles petites sociétés canadiennes répondent à ces problèmes et besoins alimentaires en élaborant des succédanés laitiers pour remplacer les boissons lactières. Les premiers produits de ce genre ont été les préparations pour nourrissons et les boissons diététiques. Plus récemment, il est devenu plus facile de se procurer des succédanés de lait dans les grandes épiceries de détail et les magasins d'alimentation spécialisés.

Dans le cas des boissons alcoolisées, on enregistre la croissance la plus rapide au Canada dans les bières produites par les « microbrasseries », nouvelles brasseries indépendantes comme la Whistler Brewing Co., qui se sont établies au Canada depuis une dizaine d'années et dont le nombre dépasse maintenant 35.

De même, on compte un certain nombre de nouveaux venus dans l'industrie vinicole canadienne, comme Stony Ridge

LES ATTRAITS DU CANADA

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

★ Le Canada possède en abondance les ingrédients utilisés dans la fabrication de boissons de haute qualité. Le plus important d'entre eux est son eau pure réputée dans le monde entier.

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

★ La fabrication des boissons canadiennes est assujettie à un système d'assurance de la qualité auquel participent l'industrie et les autorités gouvernementales. Les fabricants canadiens remportent souvent des prix pour leur qualité et leur goût.

LA TECHNOLOGIE

★ Les fabricants canadiens de boissons utilisent des technologies de pointe. Le Canada est un chef de file mondial en matière de recherche et développement dans le domaine de la fermentation et en science laitière.

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

★ L'Accord de libre-échange nord-américain garantit aux fabricants canadiens de boissons l'accès à toute l'Amérique du Nord, le marché le plus riche du monde, qui

compte plus de 370 millions de consommateurs.

L'APPUI AU DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS

★ Les nouvelles boissons sont souvent mises au point en coopération avec les établissements de recherche universitaires et gouvernementaux qui se trouvent dans tout le Canada.

LES RESSOURCES HUMAINES

★ Il est reconnu que les industries canadiennes des boissons apportent une grande contribution à l'économie. Les établissements d'enseignement du Canada offrent des programmes conçus spécialement pour produire les compétences dont les fabricants de boissons ont besoin. Ainsi, les programmes gouvernementaux appuient la formation en apprentissage.

LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

★ Les industries de transports du Canada sont équipées pour répondre aux besoins spéciaux des fabricants de boissons et pour expédier leurs produits sur les marchés continentaux aussi bien qu'ailleurs dans le monde.

* Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

Wines. Ceux-ci se caractérisent par une petite production à l'échelle d'un domaine et par des exploitants indépendants qui sont souvent les membres d'une même famille. Ces nouvelles sociétés et leurs vignobles réussissent de plus en plus à produire et à commercialiser des vins de cépage dans le cadre du programme d'assurance de la qualité des négociants en vin, redonnant ainsi une nouvelle impulsion à l'industrie vinicole canadienne.

En même temps que l'apparition de microbrasseries et de producteurs de vin indépendants, on observe la création de sociétés qui répondent aux besoins des personnes qui préfèrent faire elles-mêmes leur bière ou leur vin. Ces consommateurs cherchent des ingrédients frais ou préemballés ainsi qu'un équipement spécialisé qui leur permettent de procéder à la fabrication à domicile.

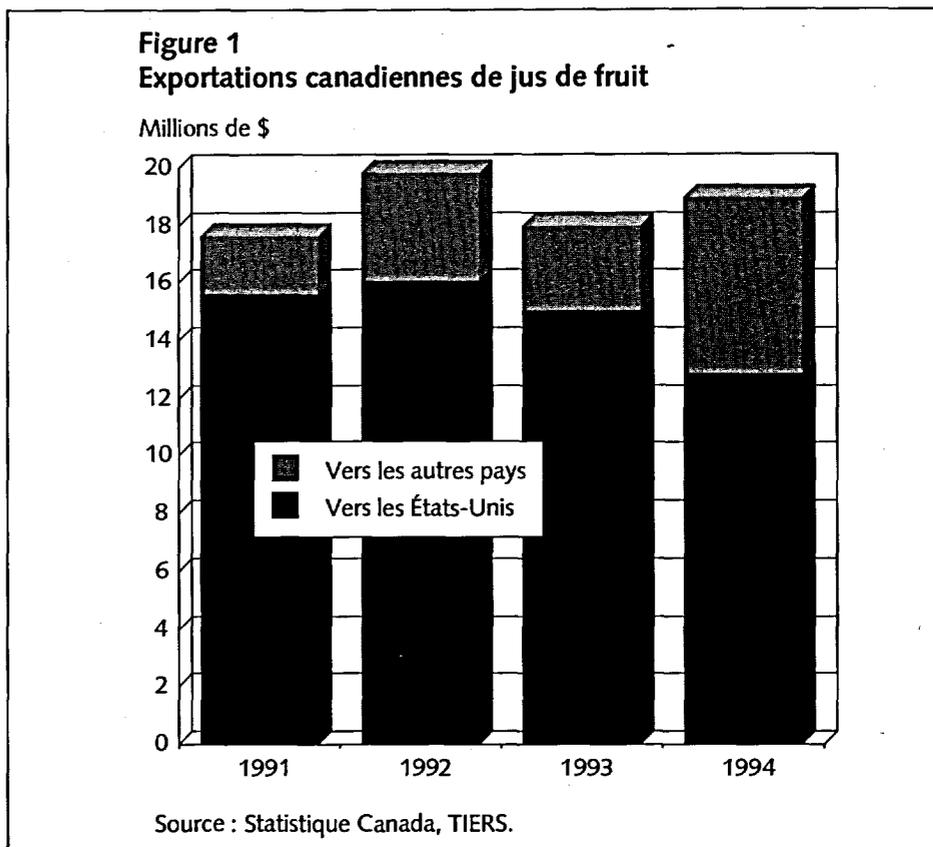
Les meilleures possibilités d'investissement dans la fabrication de boissons au Canada se trouvent probablement dans les microbrasseries et dans la production d'eau minérale. Le capital initial nécessaire pour s'établir dans l'un ou l'autre de ces deux sous-secteurs est considéré faible ou modéré par comparaison avec d'autres secteurs de l'industrie de fabrication des boissons.

☀ VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Le secteur canadien des boissons peut être réparti en six sous-secteurs ou regroupements d'industrie : les boissons gazeuses non alcoolisées, les eaux minérales, les jus de fruit et les boissons à base de jus de fruit, le lait et les boissons de style laitier, la bière et le vin et les spiritueux. Tous ces sous-secteurs connaissent le genre de transformation structurelle dynamique qui les rend attrayants pour les investisseurs étrangers.

Dans certains cas, les changements structurels se produisent parce que de nombreuses nouvelles sociétés s'installent sur le marché, ce qui est particulièrement vrai pour la bière, la fabrication du vin et les eaux minérales. Dans d'autres cas, le sous-secteur subit une rationalisation lorsque quelques grandes sociétés se créent et le dominant. C'est le cas des sociétés laitières, des boissons non alcoolisées et de la distillation.

Les industries canadiennes de boissons conditionnées effectuent ensemble des expéditions dépassant 7 milliards de



dollars par an et emploient plus de 13 000 personnes dans environ 250 points de fabrication dans tout le Canada. Elles comptent en moyenne environ 50 employés et la vaste majorité d'entre elles sont des petites et moyennes entreprises.

La distribution régionale varie beaucoup entre ces industries. Dans le passé, les frais de transport relativement élevés pour le produit fini ont encouragé la production régionale de grandes marques, particulièrement dans le cas des boissons gazeuses non alcoolisées et des boissons laitières. Toutefois, le phénomène est moins évident de nos jours. La fabrication a été centralisée, et ce processus a été facilité par l'utilisation plus fréquente de concessions de licence de marque qui assurent une présence sur tous les marchés régionaux.

La plupart des entreprises fabriquent et distribuent leurs propres marques de boisson. Néanmoins, il existe maintenant dans toutes les industries des boissons une certaine production pour la vente sans marque de distributeur.

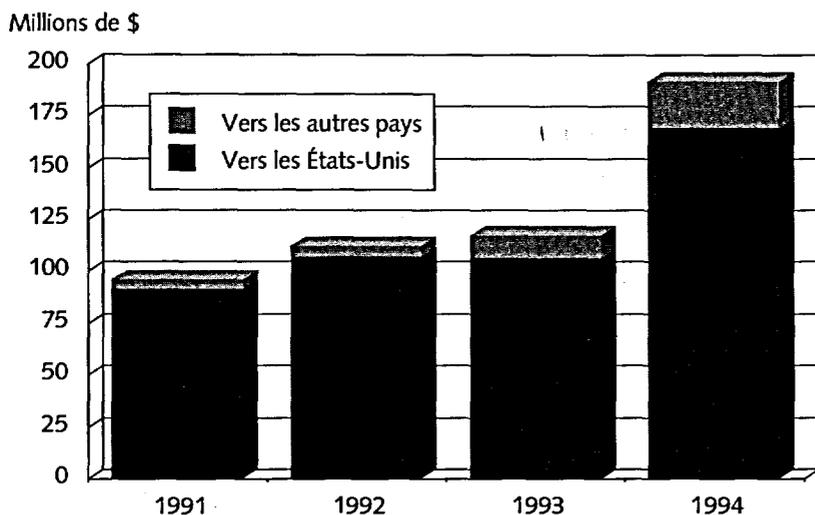
Les grandes sociétés de boissons non alcoolisées sont concentrées en Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique et au

Manitoba et le contrôle de ce sous-secteur a aussi tendance à être détenu par un petit nombre de grandes sociétés.

Par contre, l'apparition récente des « microbrasseries » constitue l'un des plus intéressants cas de réussite dans le secteur canadien des boissons. Il existe maintenant plus de 40 brasseries possédées et exploitées de façon indépendante, comme Moosehead, Upper Canada et Hart, alors qu'il y avait moins de 15 brasseries au Canada avant 1980. Ces petites brasseries ont accès à un marché qui a souffert d'une croissance très lente pendant la majeure partie des 15 dernières années. Au cours de cette période, l'industrie a été dominée par seulement trois grandes sociétés qui disposaient chacune d'une capacité de distribution nationale.

Le succès des petits brasseurs est attribuable à l'intérêt que manifestent les consommateurs pour des produits différents ayant de nouvelles saveurs. Il dépend aussi du désir de ceux-ci d'acheter des aliments et des boissons « naturels », ce qui constitue un phénomène général dans toute l'industrie des aliments et des boissons. Une croissance et une diversification plus grandes sont prévues à la suite des mesures prises pour libéraliser le commerce à l'intérieur du

Figure 2
Exportations des eaux embouteillées



Source : Statistique Canada, TIERS.

Canada aussi bien qu'entre celui-ci et ses partenaires nord-américains. Par exemple, grâce à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), les fabricants de boissons installés au Canada jouissent maintenant d'un libre accès aux marchés des États-Unis et du Mexique.

Les boissons alcoolisées aussi bien que non alcoolisées sont vendues dans toute l'Amérique du Nord par divers genres de commerces, épicerie de détail, magasins spécialisés, épicerie de dépannage et établissements de restauration.

TENDANCES DU MARCHÉ

Le secteur des boissons se développe plus vite que la population, en Amérique du Nord, et certaines catégories de boissons progressent plus rapidement que d'autres. Dans chacune d'entre elles, certaines lignes de produits enregistrent une croissance annuelle considérable.

Par exemple, en 1994, les « thés glacés » en bouteille — toute une gamme de produits à base et à saveur de thé — ont été la ligne de boissons qui a connu le plus grand essor au Canada aussi bien qu'aux États-Unis. En ce qui concerne le montant des ventes, les thés glacés ont augmenté en moyenne de plus de 70 %. Sur le plan du volume, les expéditions de thé glacé en bouteille ont presque doublé.

L'expansion des eaux minérales arrive en deuxième position après les thés glacés. Bien que le Canada soit connu pour l'abondance de son eau douce, les consommateurs dans la plupart des grandes villes canadiennes s'inquiètent de la qualité de l'eau du robinet. En conséquence, ils ont de plus en plus recours aux eaux minérales.

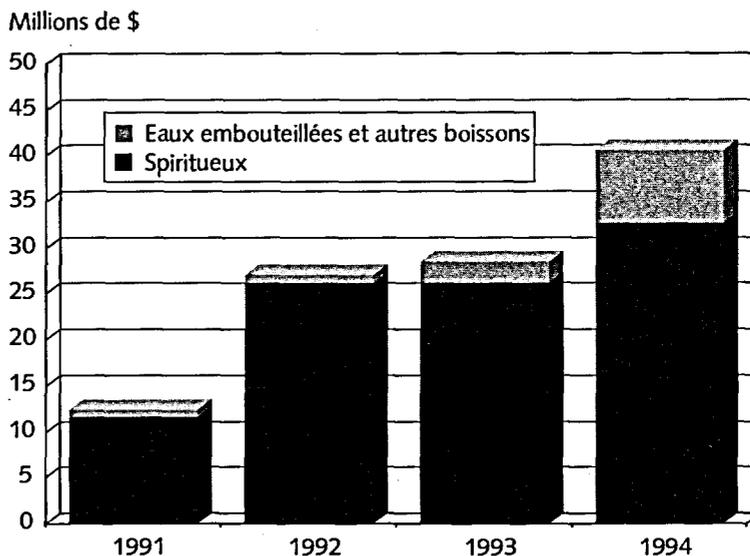
Les ventes canadiennes d'eau plate et gazeuse se sont accrues de 16 % et de 13 % respectivement. Ce taux est environ trois ou quatre fois supérieur à celui de l'augmentation des ventes pour tous les produits alimentaires et les boissons.

Les mélanges à boisson sous forme de poudre et de cristaux destinés à être consommés froids constituent une autre catégorie de boissons qui a connu une forte expansion. Il s'agit principalement de mélanges pour des boissons à saveur de fruit ou pour différents thés glacés. La consommation de boissons non alcoolisées par habitant par rapport au volume des ventes a battu tous les records en 1994, en augmentant de 6 à 7 % sur le marché canadien.

Les achats au détail de boissons non alcoolisées au Canada représentent de 3,8 à 4 milliards de dollars par an et augmentent au rythme de 3 % par an.

Les consommateurs canadiens et américains se préoccupent de plus en plus de la composition nutritionnelle des aliments préparés et des boissons. Ils tiennent compte aussi des renseignements relatifs à la nutrition qui sont fournis par la presse écrite et les médias électroniques et qui figurent sur les étiquettes des produits. Plus de 80 % des Nord-Américains choisissent et consomment déjà des produits à basse teneur en matière grasse et à basses calories.

Figure 3
Exportations canadiennes de boissons au Japon



Source : Statistique Canada, TIERS.

Cette tendance contribue à modifier la consommation de boissons, comme l'intérêt accru pour des produits laitiers contenant peu ou pas de matière grasse, pour des boissons non alcoolisées à basses calories et les eaux minérales. Les préoccupations sur le plan de la santé que cause la consommation de caféine ont aussi créé des débouchés pour de nouvelles boissons décaféinées et à teneur en caféine réduite.

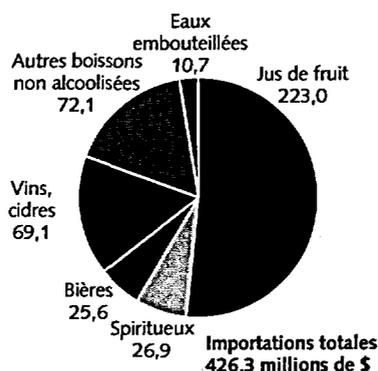
EXPORTATIONS

La performance commerciale du Canada diffère sensiblement selon les principales catégories de boissons. Il existe cependant des cas de réussites remarquables.

Les eaux minérales canadiennes ont connu d'excellents résultats sur le marché américain et plus récemment au Japon.

Dans le cas du commerce entre le Canada et les États-Unis dans le secteur des boissons, notre pays a enregistré un important excédent commercial de près de 500 millions de dollars en 1994. Les jus de fruit et les produits concentrés constituent près de la moitié des importations en provenance des États-Unis. Une importante proportion de ces importations est destinée à subir une transformation ultérieure. Par ailleurs, le

Figure 4
Importations canadiennes de boissons en provenance des États-Unis

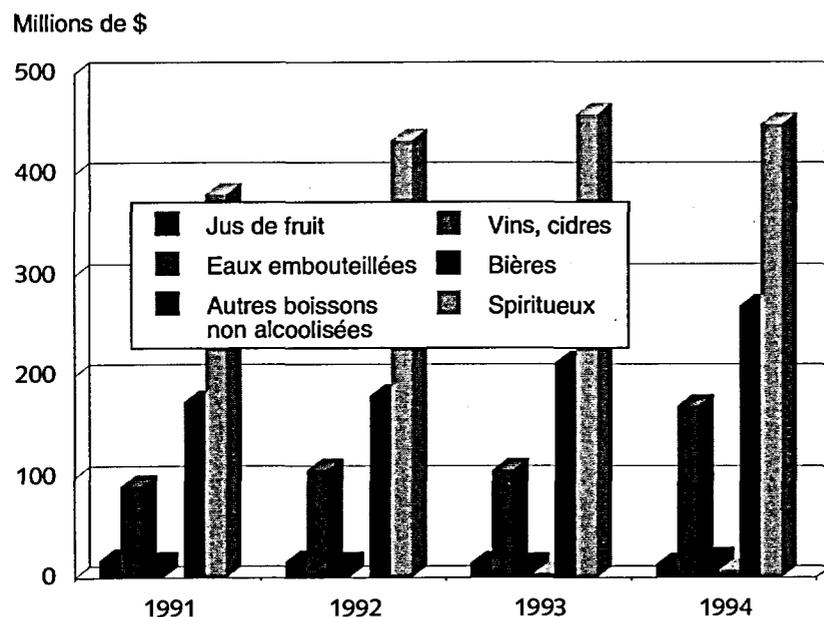


Source : Statistique Canada, TIERS.

vin est l'autre grande catégorie d'importation en provenance de ce pays.

Les importations canadiennes de boissons sont plus que compensées par de très fortes exportations de spiritueux, de bières et d'eau minérale vers les États-Unis. Entre 1991 et 1994, les exportations canadiennes de boissons vers ce pays ont augmenté de 37 %.

Figure 5
Exportations canadiennes de boissons aux États-Unis



Source : Statistique Canada, TIERS.

Le Japon est aussi un important marché en expansion pour les boissons canadiennes, en particulier pour les eaux minérales. Ce succès plus récent s'ajoute à de fortes exportations de spiritueux, surtout du whisky de seigle. Ainsi, le montant des exportations canadiennes de boissons vers le Japon a plus que triplé entre 1991 et 1994.

CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des boissons, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 749-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

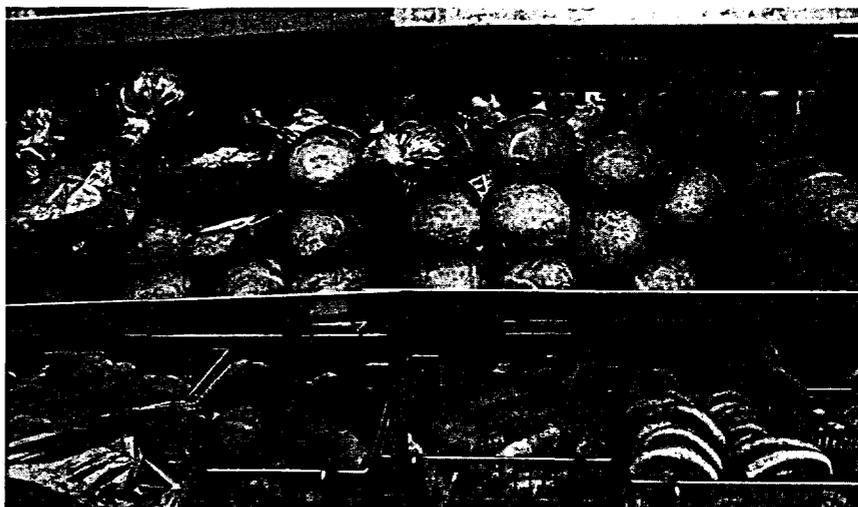
* Le FaxLink est un système de télécopie interactive grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro de FaxLink sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. 🍁

LES PRODUITS CÉRÉALIERS

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

Le secteur des produits céréaliers du Canada offre des possibilités intéressantes aux investisseurs qui veulent à la fois un marché où la demande grandit et où l'infrastructure est déjà installée.

Au chapitre de la demande, la consommation de produits céréaliers en Amérique du Nord progresse plus rapidement que celle de bon nombre d'autres catégories d'aliments. Le chiffre d'affaires généré par ces produits dépasse maintenant les 90 milliards de dollars par année sur le marché nord-américain.



LES ATTRAITS DU CANADA

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

- ✦ Les aliments céréaliers canadiens sont fabriqués avec les meilleures céréales au monde, toutes cultivées au Canada;

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

- ✦ La production céréalière canadienne est assujettie à un système d'assurance de la qualité auquel collaborent l'industrie et les pouvoirs publics et qui en couvre toutes les étapes, depuis la ferme céréalière jusqu'aux rayons des détaillants;

LA TECHNOLOGIE INDUSTRIELLE

- ✦ Les fabricants de produits céréaliers installés au Canada bénéficient d'équipements de fabrication et de transformation, de matériaux et d'une technologie d'emballage d'avant-garde;

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

- ✦ L'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) ouvre aux

fabricants de produits céréaliers installés au Canada l'accès au marché nord-américain de 370 millions de consommateurs, le marché le plus riche du monde;

LA RECHERCHE

- ✦ Les fabricants de produits céréaliers installés au Canada peuvent compter sur un réseau national de centres de recherche – développement alimentaires, dont des laboratoires du gouvernement, du secteur privé et des universités. Le Canada est un leader mondial de la recherche sur la sélection, la production et la transformation des céréales.

LES RESSOURCES HUMAINES

- ✦ Bon nombre de transformateurs de céréales du Canada sont à l'origine de la création d'un vaste réservoir de travailleurs qualifiés possédant toutes les compétences en technique, en gestion et en commercialisation que réclame l'industrie de la transformation.

Cette croissance est facilitée par la sensibilisation grandissante du consommateur à la valeur nutritive des produits céréaliers et à leur rôle clé dans la protection de la santé. Les gouvernements canadien et américain appuient des programmes de sensibilisation à la qualité des aliments en publiant des guides d'alimentation et de nutrition qui soulignent l'apport des produits céréaliers à un régime alimentaire équilibré.

Au chapitre de l'infrastructure, la qualité et la valeur des principaux produits céréaliers du Canada, soit le blé, l'orge, l'avoine et le maïs, jouissent d'une solide réputation internationale. Cette renommée s'étend aux produits de première transformation comme la farine de blé, l'amidon et le gluten ainsi que le malt d'orge. Le Canada est aussi reconnu pour la qualité de ses produits céréaliers de deuxième transformation comme les mélanges à pâtes et les pâtes surgelées, les céréales pour petit déjeuner, les produits de boulangerie et les biscuits sucrés.

C'est l'industrie des produits pâtisseries qui offre les meilleures possibilités d'investissement au Canada, car malgré la présence d'un certain nombre de grandes sociétés qui approvisionnent les chaînes de détail, la majorité des

* Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

établissements pâtisseries demeurent de petites et moyennes entreprises desservant les marchés locaux et régionaux.

La faveur grandissante que connaissent les aliments ethniques a aussi ouvert de nouveaux débouchés au secteur, car nombre de produits ethniques et de produits de spécialité sont à base de céréales. Par exemple, il y a une génération, la pizza passait pour un plat ethnique : aujourd'hui, elle constitue un aliment de base en Amérique du Nord. De la même façon, de nombreux aliments mexicains populaires aujourd'hui, comme les tacos, les burritos, les fajitas et les nachos, sont préparés avec des céréales. Ces grands changements dans les préférences du consommateur nord-américain continuent à ouvrir d'énormes débouchés aux fabricants d'aliments établis comme aux nouveaux arrivants, notamment les petites et moyennes entreprises de transformation.

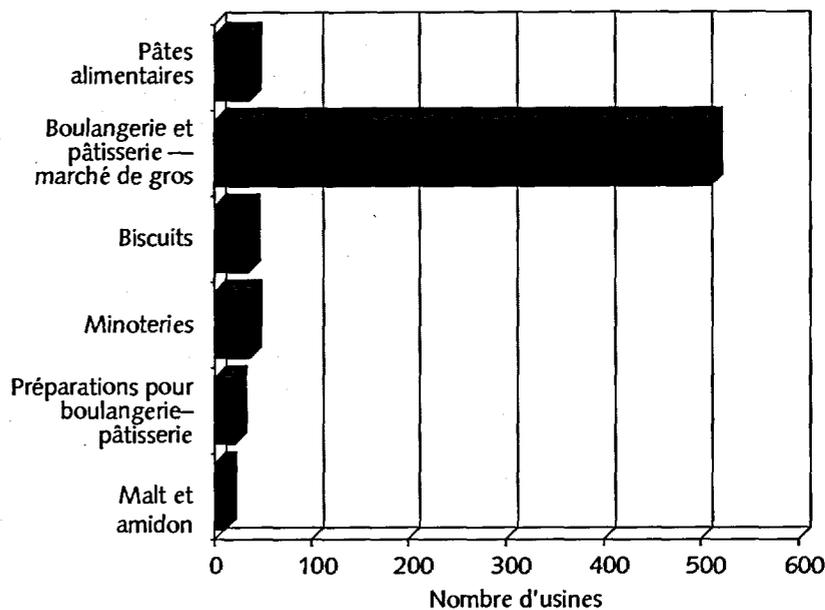
Enfin, la forte tendance du consommateur à essayer de nouveaux aliments de collation de boulangerie-pâtisserie et de nouvelles grignotines à base de céréales élargit les possibilités qui se présentent pour les nouveaux produits et les nouveaux établissements.

★ VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Ces dernières années, plusieurs transformateurs primaires canadiens de céréales ont attiré des investissements internationaux substantiels. Par exemple, des sociétés contrôlées ou gérées par des intérêts des États-Unis ou d'outre-mer possèdent environ 75 % de la capacité totale de l'industrie meunière du Canada, bien qu'en nombre, elles ne représentent encore qu'une minorité dans l'ensemble des établissements du secteur.

De plus, 75 % des compagnies de l'industrie canadienne du malt d'orge ont bénéficié d'investissements étrangers, qui sont également élevés dans les secteurs de la meunerie du maïs et de l'avoine ainsi que dans celui des céréales pour petit déjeuner.

Figure 1
Établissements manufacturiers des produits céréaliers au Canada, 1994



Source : Statistique Canada.

Plus de 650 fabricants de produits céréaliers sont installés au Canada, sans compter les petites boulangeries. La valeur marchande combinée de leurs livraisons se chiffre maintenant à plus de 4 milliards de dollars par année, et ils emploient autour de 32 000 personnes. Comme la plupart des sociétés canadiennes de fabrication alimentaire, les transformateurs de produits céréaliers sont concentrés en Ontario et au Québec. Cependant, il est possible de trouver des boulangeries et d'autres types de fabricants dans toutes les provinces canadiennes.

Au sein du secteur de la transformation céréalière, l'industrie des produits boulangers représente le segment de la plus grande envergure, en ce qui a trait tant à l'effectif qu'à la valeur des ventes. Les boulangeries de gros produisent de grandes quantités de pains et de petits pains mollets qui sont, en général, vendus aux chaînes d'épicerie, aux épiciers indépendants, aux dépanneurs et aux établissements de restauration. Les plus grandes sociétés de ce secteur possèdent souvent des installations combinées d'entreposage

et de distribution par camion pour compléter leurs opérations boulangères.

Le Canada compte également un grand nombre de boulangeries de spécialité, grossistes et détaillants, qui produisent des muffins anglais, des bagels, des croissants, des pâtisseries et des pains ethniques. Les boulangeries de gros se trouvent partout au Canada.

En plus de vendre des produits boulangers fabriqués par des gros fournisseurs, la majorité des grandes épicerie de détail possèdent maintenant leur propre boulangerie maison. Bon nombre d'entre elles fabriquent une vaste gamme de pains et de petits pains, dont des pains français et italiens, et certaines, des produits sucrés comme les petits fours, les gâteaux, les tartes, les muffins et les beignes.

L'arrivée des boulangeries maison a ouvert d'énormes débouchés à d'autres segments de l'industrie alimentaire. Par exemple, au niveau de base, il est possible d'alimenter aujourd'hui ces boulangeries en mélanges à pâtisserie et en pâtes surgelées, alors qu'à un niveau plus complexe, elles ont besoin d'aromatisants, de

remplissages aux fruits et de glaçages, de garnitures et de décorations pour desserts cuits et confiseries.

En plus des boulangeries de gros, on estime qu'il existe au Canada près de 3 000 boulangeries de détail indépendantes dont le chiffre d'affaires annuel s'établit à environ 500 millions de dollars.

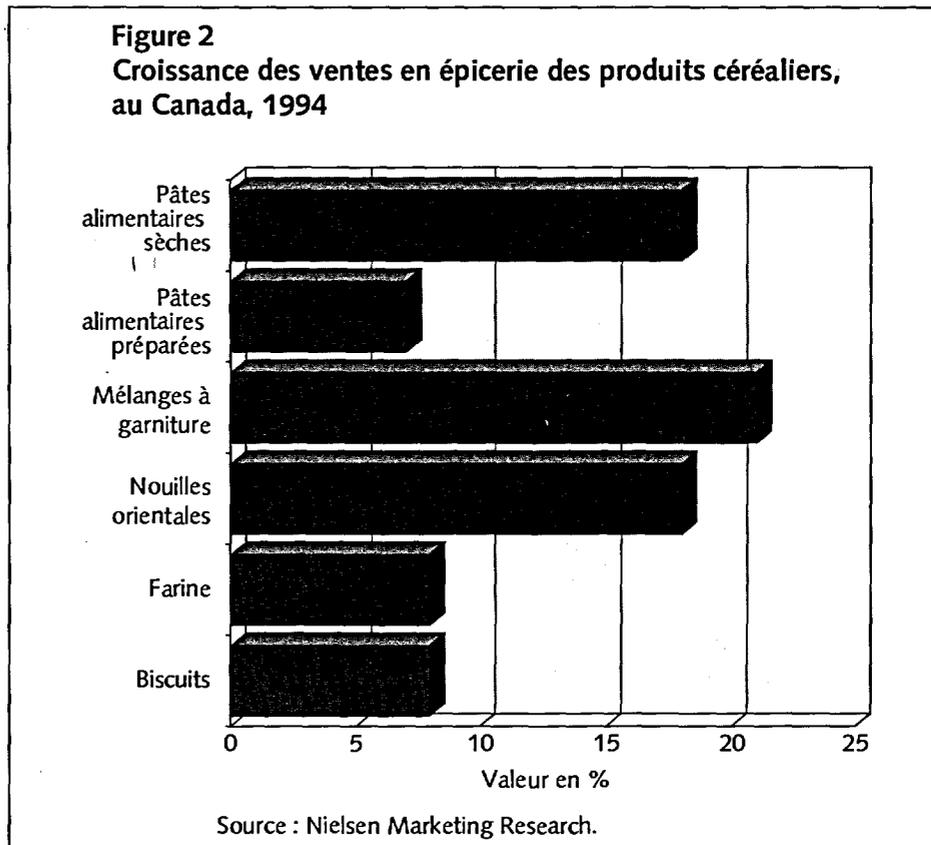
Les autres segments du secteur de la transformation des produits céréaliers comptent en général un moins grand nombre de fabricants. Par exemple, on ne retrouve sur l'ensemble du territoire canadien que 150 établissements de fabrication de pâtes, de meuneries, de maltage et de préparation de mélanges à boulangerie. Cependant, près de la moitié de la capacité de fabrication est concentrée en Ontario et au Québec, les deux provinces les plus peuplées du pays.

★ TENDANCES RÉCENTES DU MARCHÉ

Le consommateur canadien se voit offrir aujourd'hui un assortiment grandissant de produits de deuxième transformation en provenance des États-Unis, de l'Europe et de l'Asie. Les aliments faits de céréales sont du nombre, les Canadiens consommant plus de gâteaux et de biscuits de fantaisie, de craquelins amuse-gueules, de pâtes et de nouilles à la mode orientale.

Les fabricants de produits céréaliers installés au Canada ont réagi à l'évolution des goûts des consommateurs en mettant au point de nouveaux produits pour faire concurrence à ces importations.

Ces dernières années, la consommation de pizzas fraîches et surgelées a progressé de façon spectaculaire au Canada et aux États-Unis. En fait, elles se rangent parmi les produits de détail dont les ventes augmentent le plus rapidement au Canada. Les ventes de pizzas, associées à la demande de sandwiches congelés, réfrigérés ou préemballés pour l'industrie de la restauration, sont à l'origine d'un raffermissement considérable des ventes de farine et de mélanges à pâtes.



Les Nord-américains consomment également plus de pâtes, que ce soit à la maison ou au restaurant.

Les gammes de nouveaux produits céréaliers qui connaissent du succès comprennent les craquelins amuse-gueules, qui ont été créés pour concurrencer d'autres amuse-gueules, et les aliments précuisinés. Comme autres nouveautés, on peut citer les biscuits avec diverses garnitures aux fruits, les biscuits et craquelins en portion individuelle pour déjeuner à l'école, les pâtes fraîches et les céréales pour petit déjeuner, riches en fibres.

Si nombre de nouveaux produits ont été créés pour satisfaire l'intérêt grandissant que le consommateur accorde à la nutrition, d'autres, comme les craquelins et les biscuits fins, visent à satisfaire sa quête de nouvelles saveurs et d'une meilleure qualité.

La plupart des produits céréaliers sont vendus sous un nom d'origine. Toutefois, les industries de la boulangerie, de la

meunerie et des pâtes se sont développées, entre autres, grâce au lancement de marques de distributeurs dans les épiceries de détail.

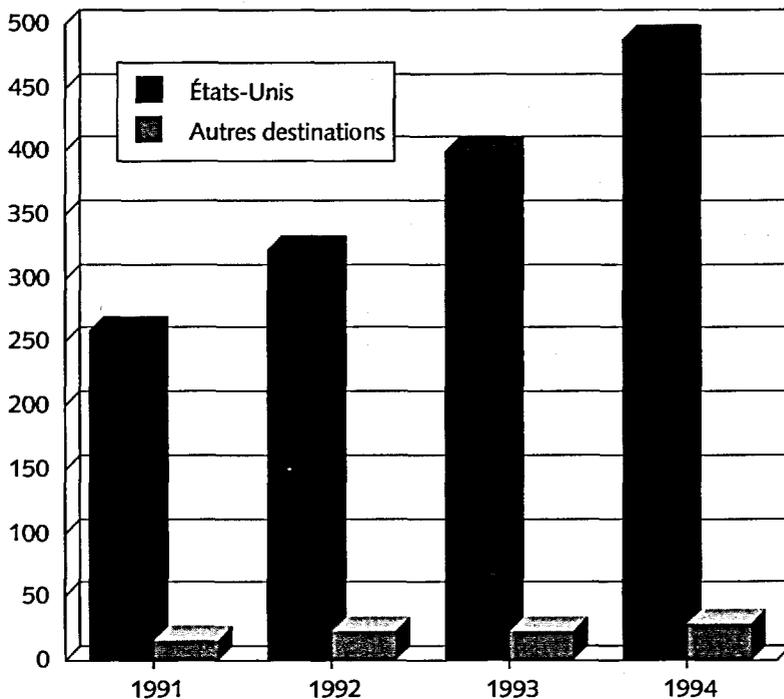
En 1994, les produits céréaliers ont été parmi les aliments dont les ventes ont connu la plus rapide progression dans les épiceries de détail d'Amérique du Nord. Au Canada, les ventes de nouilles orientales, de farine de blé, de pâtes sèches, de biscuits et de barres aux céréales ont connu un taux de croissance annuel supérieur à 8 %.

★ COMMERCE

Le Canada exporte de fortes quantités de produits céréaliers à valeur ajoutée. En moyenne, la valeur marchande des exportations de céréales pour petit déjeuner, de biscuits, de pâtes alimentaires, de mélanges à pâte, de pâtes à pain et de produits boulangers de seconde transformation a augmenté de 28 % par an entre 1991 et 1994.

Figure 3
Exportations canadiennes des produits céréaliers

Millions de \$



Source : Statistique Canada, TIERS.

Parallèlement, la valeur marchande des exportations de produits céréaliers primaires, comme la farine, l'amidon, le gluten, le malt et l'avoine usinée s'est raffermie en moyenne de 20 % par année, entre 1991 et 1994.

Les États-Unis constituent le principal marché d'exportation des produits céréaliers transformés du Canada. Les trois dernières années, ces exportations ont augmenté au total de près de 90 %.

Les importations de produits céréaliers des États-Unis ont aussi progressé. De la sorte, les échanges bilatéraux de ces aliments sont restés équilibrés, bien qu'en valeur marchande et en quantité, elles soient beaucoup plus élevées aujourd'hui.

Le Canada importe principalement des États-Unis des céréales pour petit déjeuner, des biscuits de fantaisie, des craquelins, des pâtes alimentaires et des produits de boulangerie préparés.

L'effet de la proximité géographique des marchés canadien et américain a été renforcé par l'Accord de libre-échange nord-américain. Les transformateurs céréaliers canadiens jouissent aujourd'hui d'un libre accès à l'ensemble du marché nord-américain, ce qui leur permet de définir des orientations stratégiques qui de plus en plus visent l'ensemble du continent. Les sociétés céréalères installées au Canada peuvent maintenant réaliser des économies d'échelle, mais aussi investir des créneaux de produits de spécialité tant au Canada qu'aux États-Unis.

Bien que les États-Unis soient le plus grand débouché des exportations d'aliments céréaliers transformés du Canada, d'autres marchés, comme le Japon et le Mexique, grandissent en importance, en particulier dans le cas des produits emballés comme les biscuits et les gâteaux de fantaisie.

*** CONTACTS**

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des produits céréaliers s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Bureau des aliments
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 759-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
Télex : 053-4450
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

* Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel on peut obtenir des feuilles de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. *

LA BIOTECHNOLOGIE AGRICOLE, ALIMENTAIRE ET AQUACOLE

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

L'industrie de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole du Canada est en pleine expansion. Les ventes des sociétés de biotechnologie d'Amérique du Nord devraient tripler au cours des dix prochaines années. ... Un nombre grandissant de compagnies canadiennes connaissent du succès avec leur premier produit et tentent d'établir et de bâtir des alliances avec de grandes sociétés de par le monde. À ce jour, les sociétés à participation publique ont atteint une valeur boursière de plus de 2,7 milliards de dollars.

Les compagnies canadiennes de biotechnologie qui ont mis au point des produits agricoles ou alimentaires ou encore des technologies de transformation, se multiplient rapidement et disposent des capacités nécessaires pour desservir des créneaux identifiables sur les marchés mondiaux des produits agricoles et alimentaires.

Les débouchés qu'offrent les marchés nationaux et internationaux aux applications de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole sont énormes.

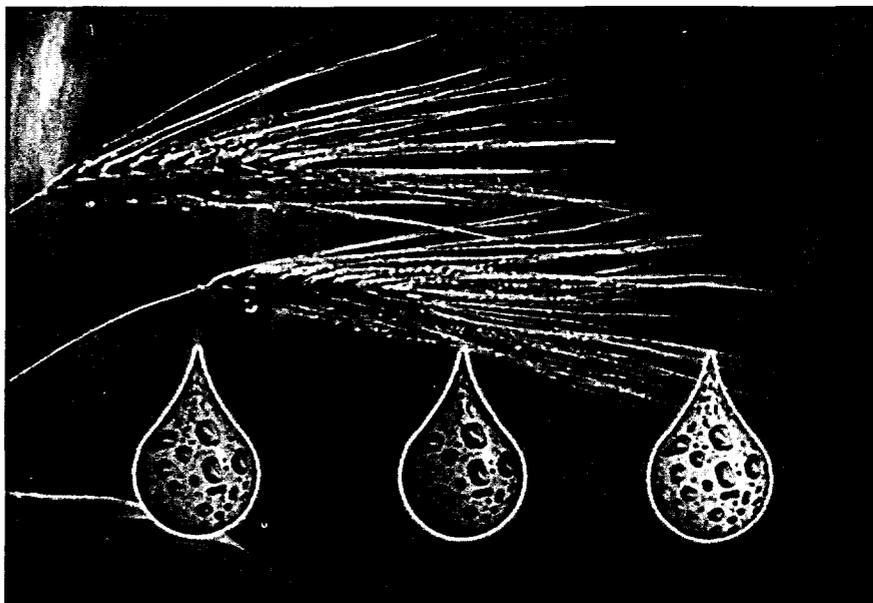


Photo courtesy of National Research Council, Ottawa 1995.

Par exemple, les technologies en production animale au Canada sont parmi les plus avancées au monde, et l'industrie de transformation alimentaire est l'un des plus vastes segments de l'économie canadienne. La biotechnologie peut améliorer considérablement les forces reconnues du Canada en agriculture, alimentation et aquaculture. Ainsi, des hybrides résistants à la pyrale du maïs seront commercialisés

dès 1998, ce qui permettra de faire échec à ce ravageur qui cause chaque année 1,5 milliard de dollars de dommages aux cultures de maïs d'Amérique du Nord.

La biotechnologie joue un rôle déterminant dans les progrès en transformation alimentaire. Grâce à elle, l'industrie alimentaire peut apporter aux caractéristiques de ses produits et à sa productivité des améliorations qui seraient extrêmement longues, voire impossibles, par les voies traditionnelles. Ces principales contributions sont, entre autres, les découvertes sur la régulation et la manipulation des enzymes, sur l'ingénierie des protéines et sur la fermentation.

Le secteur public a grandement contribué au développement initial de la biotechnologie canadienne. Les bioindustries agricoles, alimentaires et aquacoles du Canada ont profité des recherches menées par le secteur public ainsi que des dégrèvements fiscaux pour la R-D et des programmes d'aide à la recherche comme le programme de partage des frais pour l'investissement

LES ATTRAITS DU CANADA

La biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole du Canada est une industrie dynamique qui bénéficie des avantages suivants :

- ★ des universités, des institutions médicales et des laboratoires gouvernementaux réputés pour leurs recherches scientifiques et leur excellence;
- ★ l'ouverture sur le marché nord-américain;
- ★ une loi sur les brevets récemment modifiée, qui protège davantage la propriété intellectuelle;
- ★ une main-d'oeuvre hautement qualifiée et instruite, qui s'enrichit chaque année de 10 000 diplômés du niveau post-secondaire en sciences agricoles et biologiques, issus de plus de 14 universités canadiennes offrant des programmes en biotechnologie;
- ★ une réglementation bienveillante;
- ★ les dégrèvements fiscaux pour la R-D les plus généreux de tous les pays du G-7; et
- ★ une qualité de vie supérieure.

en R-D agroalimentaire, où le secteur public verse des contributions parfois égales à celles de l'industrie pour des projets de recherche conjoints.

✦ VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Au Canada, plus de 350 sociétés, employant 13 000 personnes, forment le secteur désigné par le terme général de bio-industrie, c'est-à-dire l'ensemble des entreprises qui recourent aux biotechnologies pour mettre au point des produits qui améliorent la productivité en agriculture, la salubrité et la valeur nutritive des aliments, les soins de santé aux êtres humains et aux animaux, la mise en valeur de l'environnement et (ou) le développement durable.

La majorité des bio-industries agricoles, alimentaires et aquacoles ainsi que des institutions de R-D sont situées en Ontario (31 %), au Québec (25 %) et en Saskatchewan (13 %), bien que l'industrie soit représentée dans toutes les parties du pays par des compagnies dont la vocation correspond aux avantages stratégiques régionaux. La recherche en aquaculture est concentrée dans les Maritimes, alors que la recherche en santé animale et en transformation alimentaire se pratique surtout au Québec et en Ontario, les manipulations génétiques des végétaux et des animaux, dans les Prairies, et les recherches en foresterie, en horticulture et en lutte antiparasitaire, en Colombie-Britannique.

La biotechnologie agricole

Les compagnies vouées à la biotechnologie agricole constituent 28 % des bio-industries au Canada. Ce sont les provinces des Prairies qui connaissent le plus fort taux de prolifération des compagnies de biotechnologie, la Saskatchewan en particulier, où les travaux s'articulent surtout autour du génie génétique des végétaux. Plus de 20 % des sociétés de biotechnologie agricole du Canada se trouvent à Saskatoon, en Saskatchewan, où plus de 700 scientifiques travaillent en biotechnologie de l'agriculture et de la transformation alimentaire dans 30 compagnies privées ou dans des

installations de l'État ou d'universités. Ce groupe a grossi de près de 300 % depuis 1991, et on s'attend que les ventes atteignent 200 millions de dollars d'ici à cinq ans.

La biotechnologie alimentaire

La biotechnologie joue un rôle clé dans la production et la transformation des aliments. Elle a été appliquée par l'industrie pour améliorer leur couleur, leur odeur et leur goût; pour en modifier la composition nutritionnelle; pour en rehausser le niveau de qualité et le classement et pour en prolonger la durée de conservation. Elle est de plus entrée dans certaines fonctions de la transformation alimentaire, notamment sous la forme de l'application des propriétés catalytiques des enzymes. La biotechnologie est une des principales sources d'innovation dans le secteur de la transformation des aliments. Les levures, les enzymes, les flaveurs et les colorants naturels, les agents de conservation et les émulsifiants naturels génétiquement manipulés, qui peuvent tous être considérés comme des bio-ingrédients, sont des produits clés pour l'industrie de la transformation alimentaire.

Près de 16 sociétés, situées pour la plupart en Ontario et au Québec, appartiennent à cette catégorie de compagnies de transformation, alors qu'autour du tiers des autres sociétés leur assurent une forme de service quelconque.

Biotechnologie aquacole

L'importance de l'aquaculture comme segment de la bio-industrie alimentaire grandit sans cesse dans le monde entier et au Canada. Le nombre de captures mondiales annuelles en milieu naturel a atteint 100 millions de tonnes, rythme qui n'est probablement pas soutenable. Pour l'heure, la production mondiale de l'aquaculture représente environ 20 % des prises naturelles, mais, tout porte à croire que, d'ici à 2010, elle aura dépassé la pêche naturelle.

Au Canada, la production aquacole a progressé fortement, son chiffre de vente passant de 7 millions de dollars en 1984 à près de 300 millions en 1993. L'élevage du saumon en est le principal élément

avec un chiffre d'affaires de près de 200 millions en 1993. Depuis 1992, le Canada vend plus de saumon d'élevage

Applications de la biotechnologie en agriculture

- ✦ modification des grandes cultures (par exemple, la tolérance aux herbicides);
- ✦ augmentation de la productivité (p. ex., les micro-organismes stimulateurs de croissance, les végétaux transgéniques, les biofertilisants);
- ✦ protection des grandes cultures (p. ex., biopesticides, bio-herbicides, bio-insecticides, biofongicides);
- ✦ soins vétérinaires (p. ex., la résistance à la maladie, le diagnostic, les vaccins, les médicaments);
- ✦ aide à la production animale (p. ex., les protéines d'organismes unicellulaires inoculées aux aliments du bétail, la STB, les probiotiques);
- ✦ sélection animale (p. ex., la transplantation embryonnaire, le pré-sexage, l'amélioration et la sélection de caractères);
- ✦ technologies de sélection animale et végétale (p. ex., le génie génétique, la micropropagation, le transfert d'embryon);
- ✦ horticulture et les plantes spéciales (p. ex., les fleurs ornementales).

Applications de la biotechnologie à la production et à la transformation alimentaires

- ✦ la mise au point d'aliments destinés aux êtres humains ou aux animaux (p. ex., des variétés de canola plus nutritives, la tomate FlavrSavr™, à saveur améliorée et de plus longue durée de conservation);
- ✦ les produits « nutriceutiques », aliments à propriétés médicamenteuses (p. ex., la pectine extraite des agrumes, qui réduit les taux de cholestérol, les produits de lutte contre les affections gastro-intestinales);
- ✦ les enzymes et les levures ainsi que leurs applications en transformation alimentaire (p. ex., pour le classement des jus de fruits, l'accélération de la fabrication du fromage, la production de lait exempt de lactose).

que de saumon sauvage. Dans le cas de la truite, de l'omble chevalier, des moules, des pétoncles et d'autres espèces, l'élevage en est aussi à divers stades de développement.

La biotechnologie joue un rôle d'importance grandissante non seulement dans le développement de stocks reproducteurs, mais aussi dans le diagnostic et la prévention de maladies qui peuvent nuire considérablement à la production commerciale.

Applications de la biotechnologie en aquaculture

- ✦ soin des poissons (p. ex., les aliments pour animaux aquatiques, le diagnostic);
- ✦ gestion des déchets, surveillance et remise en état de l'environnement;
- ✦ promoteurs de croissance (p. ex., les hormones de croissance recombinantes, la technologie de la stimulation de la croissance, les manipulations génétiques visant l'amélioration de caractères);
- ✦ qualité du produit (p. ex., les bio-capturs pour évaluer la fraîcheur).

L'industrie de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole forme un nombre grandissant d'alliances stratégiques qui seront un facteur clé de réussite sur le marché mondial. Cette tendance vers les alliances est favorisée par l'élimination des obstacles au commerce et par la baisse des coûts des communications et des voyages.

La majorité des sociétés canadiennes de biotechnologie ont conclu des alliances ou passé des contrats avec d'autres compagnies, dont bon nombre de partenaires internationaux. Elles sont tout particulièrement intéressées à constituer des partenariats avec des sociétés qui peuvent les aider à commercialiser leurs découvertes. En majorité, les alliances sont contractées avec les fournisseurs d'abord, suivis des distributeurs, des universités étrangères, des instituts de recherche et des compagnies de biotechnologie étrangères. Les alliances prennent la forme de co-entreprises de longue durée, d'accords de partenariat, de consortiums, de contrats de licence et de réseaux informels.

Exemples de produits de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole

- ✦ les biopesticides et les bio-herbicides, qui pour l'heure sont les principales sources de recettes de la biotechnologie agroalimentaire en Amérique du Nord;
- ✦ les hormones animales, qui devraient rapporter jusqu'à 50 % des recettes de la biotechnologie agroalimentaire d'ici à 1998;
- ✦ les végétaux génétiquement manipulés qui, cultivés à grande échelle, stimuleront les ventes de produits de la biotechnologie agroalimentaire et les profits engendrés au cours des dix prochaines années;
- ✦ les tomates mûries sur pied, qui conservent leur fraîcheur pendant plusieurs semaines;
- ✦ les pommes de terre qui absorbent moins d'huile (moins de calories), pour la préparation de frites;
- ✦ les pommes de terre issues du génie génétique, résistantes au doryphore ravageur de cultures, qui autoriseront donc une diminution de l'emploi des insecticides;
- ✦ les végétaux transgéniques, comme le canola, le lin, le maïs, la pomme de terre, le soja, le tabac et le blé, portant divers gènes marqueurs.

Depuis 1991, le nombre de ces alliances a plus que doublé, traduisant ainsi l'orientation vers la commercialisation. Actuellement, 83 % de toutes les sociétés vouées à l'agriculture, à l'alimentation et à l'aquaculture sont engagées dans une alliance stratégique.

LES MARCHÉS

Entre 1989 et 1993, les taux de croissance annuelle de l'emploi, des ventes et des exportations ont été en moyenne de 4 %, 17 % et 7 % respectivement. En 1993, le chiffre des ventes en biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole a atteint près de 600 millions de dollars, les exportations, environ 400 millions et le nombre d'emplois, autour de 4 000. Dans l'ouest du Canada, les ventes réelles de produits de la biotechnologie agricole, de 14 millions de dollars en 1988, sont passées à 40 millions en 1994.

TENDANCES RÉCENTES

La récente récession économique a forcé plusieurs sociétés du secteur à se réorganiser pour s'attacher à leurs principales productions, à se retirer des activités non essentielles et à acheter à l'extérieur les services où leurs compétences sont insuffisantes. Le résultat en est une industrie amincie, plus efficiente, en pleine expansion.

La formation de réseaux avec d'autres secteurs économiques, aspect d'importance pour l'industrie de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole, conduit à la formation de groupes régionaux. Des débouchés existent dans les secteurs à valeur ajoutée comme l'industrie des soins de santé et des produits pharmaceutiques ainsi que de la gestion de l'environnement.

Les craintes concernant l'environnement forcent à réévaluer de nombreux pesticides et herbicides chimiques et exacerbent les inquiétudes que suscitent les déchets industriels.

L'application de la biotechnologie aux produits agricoles traditionnels permet actuellement de créer des végétaux transgéniques qui trouvent des débouchés dans les secteurs des soins de santé et des produits pharmaceutiques.

Les secteurs canadiens de la biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole sont régis par une réglementation assez souple pour accepter les percées de la science. Le Canada est doté de l'un des régimes de réglementation les plus bienveillants au monde. Les sociétés actives dans ces secteurs peuvent aider grandement les producteurs et transformateurs d'aliments à satisfaire aux nouvelles exigences de la réglementation.

RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT

Les bio-industries privées du Canada ont consacré environ 700 millions de dollars à la R-D en 1993, soit une hausse de 40 % par rapport à 1991. En moyenne, les dépenses à ce poste ont progressé depuis 1991, en particulier celles des moyennes et grandes entreprises. Les

sociétés de biotechnologie agricole ont dépensé une moyenne de près de 0,5 million de dollars en R-D.

Les compagnies s'emploient à commercialiser les fruits de leur R-D. En 1994, plus de 8 800 produits avaient atteint divers stades du cycle de développement. Près de 80 % des compagnies de biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole fabriquent des produits commercialisables, dont les trois quarts sont liés aux végétaux.

Le pourcentage de produits aux stades de la R-D, des essais pré-cliniques et de la production (Figure I) a augmenté entre 1991 et 1993, sous l'effet de l'arrivée de nouveaux produits en R-D, alors que la baisse du nombre de produits aux stades des essais agréés témoigne d'une plus lente progression à travers ces stades.

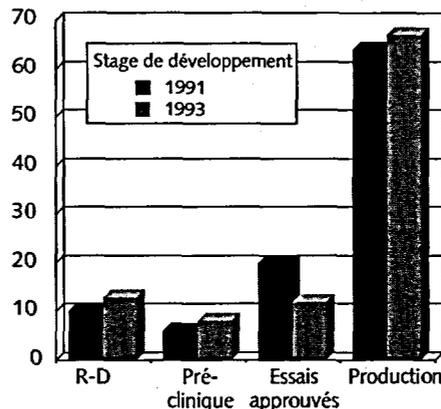
Avec l'augmentation du nombre de produits commerciaux mis en marché et comme un bon nombre d'autres approchent le stade de la commercialisation, le potentiel économique de la biotechnologie attire de nouveaux investisseurs dans les secteurs canadiens de l'agriculture et de l'alimentation.

Les compagnies privées et les établissements de recherche intéressés par les travaux conjoints en R-D sont les bienvenus. L'une des sections du Centre de recherche et de développement sur les aliments de Saint-Hyacinthe cherche des partenaires en R-D pour la mise au point de procédés de production, d'une part, de substances chimiques spéciales, comme les saveurs, les édulcorants, les

Quelques réalisations du Canada

- ✦ La première culture transgénique commerciale au monde a été introduite en Saskatchewan en 1993.
- ✦ L'herbicide Liberty[®], d'AgroEvo, a été autorisé à l'emploi sur une variété tolérante de canola, la première autorisation commerciale de l'usage d'un herbicide non sélectif sur une culture transgénique.
- ✦ Des compagnies de semences canadiennes essaient de nouveaux hybrides ayant subi des manipulations génétiques les rendant aptes à produire leur propre insecticide.

Figure 1
Étapes de développement R-D



Source : Ernst & Young "Canadian Biotech 1994: Capitalizing on Potential."

enzymes et les colorants et, d'autre part, des bactéries et des ferments lactiques utilisés en fermentation des aliments.

La R-D en biotechnologie profite de l'existence des centres d'excellence du Canada, qui réunissent des chercheurs de pointe d'universités et du secteur privé pour promouvoir l'excellence en recherche, améliorer les compétences scientifiques, approfondir les connaissances techniques et renforcer la compétitivité de l'industrie. Innovation Place, à Saskatoon en Saskatchewan, est l'un de ces centres : l'Université de la Saskatchewan, le centre de recherche fédéral et certaines compagnies privées s'y emploient à mettre au point des biotechnologies liées à la production végétale. Ce centre illustre bien la collaboration entre l'industrie et l'État, tant au Canada qu'à l'échelle internationale.

Au Canada, plus de 30 centres de recherche fédéraux travaillent dans des domaines comme la productivité des animaux et des végétaux, la salubrité et la valeur nutritive des aliments, les substances toxiques et les épreuves et techniques de tri, l'amélioration des arbres et la lutte biologique contre les insectes ravageurs. Le Conseil national de recherches du Canada gère l'Institut de biotechnologie des plantes, l'Institut des sciences biologiques et l'Institut de recherche en biotechnologie.

Agriculture et Agroalimentaire Canada, le ministère fédéral responsable de ce

CONTACTS

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Direction générale de la recherche
Bureau des initiatives commerciales
Ferme expérimentale centrale
Ottawa (Ontario) K1A 0C6
Canada
Téléphone : (613) 759-1485
Télocopieur : (613) 759-1506

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Bureau des aliments
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télocopieur : (613) 759-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télocopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

* Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel on peut obtenir des feuilles de renseignements sur les possibilités d'investissement et les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales.

Industrie Canada

Direction générale des produits chimiques et des bio-industries
Groupe des bio-industries
235, rue Queen, 9e étage, est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada
Téléphone : (613) 954-4715
Télocopieur : (613) 952-4209

secteur, est le point de contact des réseaux nationaux intéressés par le développement de souches végétales, la rhizosphère, les micro-organismes améliorateurs, la production animale, les bio-ingrédients ainsi que les produits servant aux soins de santé des êtres humains et des animaux.

LES ALIMENTS SURGELÉS

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

La forte demande d'aliments surgelés a ouvert aux investisseurs plusieurs occasions d'affaires dans cette industrie en expansion. Dans le secteur de l'alimentation au détail, les aliments surgelés constituent l'une des catégories qui accusent la plus forte croissance au Canada comme aux États-Unis. En fait, ils se situent au troisième rang



LES ATTRAIT DU CANADA

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

★ Les fruits, légumes, poissons et fruits de mer, viandes, volailles, huiles végétales, produits laitiers, céréales et autres ingrédients alimentaires de la meilleure qualité, qu'il est possible de se procurer auprès de fournisseurs situés à proximité, offrent aux fabricants d'aliments surgelés établis au Canada un net avantage concurrentiel.

DES COÛTS COMPÉTITIFS

★ Le Canada offre, pour l'implantation d'une entreprise, des avantages fort intéressants aux chapitres du capital initial investi, de l'énergie, du transport et du facteur travail. Une étude récente de KPMG comparait les coûts d'établissement et d'exploitation d'entreprises au Canada et aux États-Unis dans un certain nombre d'industries, dont celle des aliments surgelés. L'étude a révélé que l'investissement initial moyen nécessaire pour construire une usine d'aliments surgelés était d'environ 20 % inférieur dans les huit villes canadiennes visées par l'étude par rapport à des villes américaines comparables.

La même étude indiquait que les coûts de main-d'oeuvre dans le secteur de la production d'aliments surgelés étaient 31 % plus bas au Canada qu'aux États-Unis. Les coûts de transport et d'électricité sont également beaucoup plus faibles.

UNE MAIN-D'OEUVRE QUALIFIÉE

★ Le Canada affiche une des plus fortes croissances pour ce qui est de la productivité de la main-d'oeuvre et les coûts y sont compétitifs. Les fabricants d'aliments surgelés établis au Canada peuvent compter sur une main-d'oeuvre scolarisée, compétente et productive. Les établissements canadiens d'enseignement et de formation s'adaptent aux besoins de l'industrie et ont conçu leurs programmes en fonction des besoins de techniciens et de compétences en production et en gestion dont font état les industries de transformation des aliments et des boissons.

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

★ Les aliments surgelés du Canada sont réputés pour leur qualité, laquelle est assurée et améliorée grâce aux normes, aux contrôles de la qualité et aux inspections de l'industrie et du gouvernement, qui sont compatibles avec l'ISO.

LA TECHNOLOGIE D'EMBALLAGE ET DE TRANSFORMATION

★ Le Canada possède des industries de matériaux et de technologies d'emballage bien développées, prêtes à répondre aux nouvelles demandes des fabricants d'aliments surgelés.

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

★ L'Accord de libre-échange nord-américain fournit aux fabricants d'aliments surgelés établis au Canada un accès assuré aux 370 millions et plus de consommateurs de l'Amérique du Nord, le marché le plus riche du monde.

RECHERCHE

★ Le Canada possède un réseau national de centres de recherche-développement en alimentation comprenant des laboratoires gouvernementaux, privés et universitaires. De nombreux produits surgelés et procédés sont nés au Canada. La recherche-développement en alimentation est une priorité nationale, partagée par le gouvernement et les partenaires de l'industrie. Par ailleurs, des études ont démontré que les coûts de R-D du Canada sont parmi les plus bas du monde industrialisé.

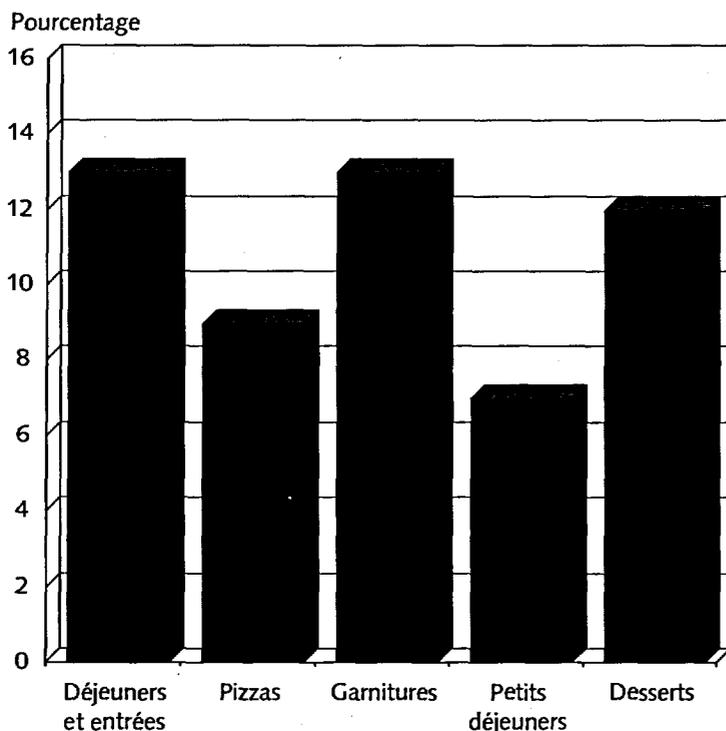
LE CLIMAT D'INVESTISSEMENT

★ Les capitaux investis dans la transformation des aliments et boissons au Canada sont de l'ordre de plus de 2 milliards de dollars par année. Plus des trois quarts des plus grandes sociétés mondiales du secteur de l'alimentation et des boissons ont choisi d'investir dans des usines de transformation au Canada.

Les nombreux avantages offerts par le Canada, combinés à la qualité de vie enviable des villes canadiennes, en font un endroit de choix pour investir dans le secteur des aliments surgelés. Le Canada accueille favorablement et encourage les investissements dans ce secteur et il offre un cadre de politique propice à l'investissement et à la croissance. Les décisions des investisseurs le prouvent d'ailleurs.

*Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

Figure 1
Croissance des ventes des aliments surgelés
au Canada, 1994



Source : Nielsen Marketing Research.

des produits alimentaires pour ce qui est des ventes au détail en épicerie, après les viandes et les produits laitiers, et leur part des ventes totales d'aliments ne cesse de s'accroître.

Cette croissance est stimulée en Amérique du Nord par la préférence de plus en plus marquée des consommateurs pour ce type de produits au détriment des conserves en boîte et des autres aliments prêts à cuire et prêts à consommer. Cette préférence s'étend à une grande variété d'aliments surgelables, dont les viandes, les poissons et fruits de mer, les boissons, les produits de boulangerie, les desserts, les légumes et les produits laitiers. Voilà pourquoi le marché nord-américain des aliments surgelés enregistre des ventes supérieures à 25 milliards de dollars US chaque année.

Les fabricants d'aliments surgelés établis au Canada se sont adaptés aux goûts et aux modes de vie changeants des consommateurs en offrant un plus grand choix de boissons et d'aliments surgelés. Ceux-ci comprennent les produits surgelés traditionnels comme les fruits et légumes, les poissons et fruits de mer, les jus et les produits laitiers préparés et prêts à cuire. Mais de nouveaux produits surgelés populaires sont aussi offerts maintenant, tels des petits déjeuners, des repas complets, des plats cuisinés et des confiseries.

Le vif intérêt des consommateurs pour les nouveaux produits surgelés permet de mettre au point de nouveaux produits et de créer de nouvelles entreprises. Par exemple, en 1993, les nouveaux produits de volaille surgelés ont compté pour plus de la moitié de l'accroissement

enregistré dans la valeur des ventes de toute la catégorie des produits surgelés aux États-Unis.

L'augmentation des ventes de nombreux aliments surgelés au Canada a aussi été très forte.

Les sociétés qui se spécialisent dans le développement de nouveaux produits surgelés trouveront preneurs pour leurs produits. La durée de vie plus longue des produits surgelés est un atout aux yeux des détaillants en alimentation de toutes tailles. Au Canada, presque tous les détaillants en alimentation, de la grande chaîne de supermarchés à la petite épicerie de dépannage en passant par le marchand d'aliments spécialisés, offrent des boissons et aliments surgelés.

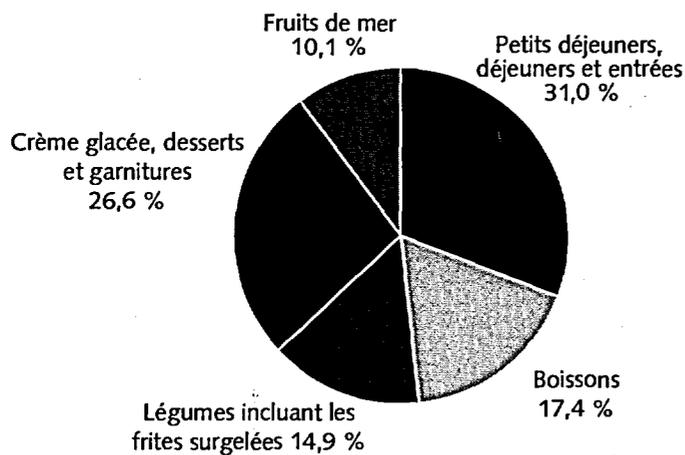
🍁 VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Comme les produits surgelés comprennent aujourd'hui une très grande variété de groupes alimentaires, il est difficile de présenter une vue d'ensemble de l'industrie. Les techniques de surgélation, d'emballage, d'entreposage et de distribution peuvent s'appliquer à une foule de produits transformés et semi-transformés, solides ou liquides, la forme physique du produit important généralement peu.

La structure du secteur canadien des aliments surgelés suit l'évolution des exigences des consommateurs, qui réclament une plus grande variété de saveurs et de types d'aliments.

Au début, les entreprises de transformation alimentaire stratégiquement situées à proximité des sources de matières premières et d'ingrédients dans les régions de production agricole de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et des Maritimes et des zones de pêche répondaient à la demande de produits alimentaires

Figure 2
Répartition du marché canadien des aliments surgelés



Source : Nielsen Marketing Research.

surgelés. Ces entreprises fabriquaient surtout des produits surgelés traditionnels tels les fruits et légumes surgelés, les poissons et fruits de mer ainsi que les repas complets surgelés.

Mais au fil du temps, un grand nombre d'entreprises établies au Canada se sont modernisées et de nouvelles usines se sont ajoutées pour produire d'autres types de légumes, de viandes, de volailles et de poissons et fruits de mer surgelés. L'adaptabilité de l'industrie permet une utilisation continue de sa capacité de production pendant l'année et un recours plus économique aux denrées saisonnières.

L'équipement de surgélation et d'emballage s'est perfectionné en fonction de la multitude des nouveaux aliments surgelés, particulièrement dans le secteur des produits de spécialité. Le nombre d'emplois dans le secteur a augmenté graduellement et il en va de même pour la main-d'oeuvre canadienne spécialisée dans les opérations et les techniques de préparation des aliments surgelés.

Les canaux de distribution des produits alimentaires au Canada sont suffisamment bien développés pour s'adapter à une forte croissance

de la production et des ventes d'aliments surgelés. Les transporteurs canadiens ont investi dans l'équipement spécialisé nécessaire pour desservir les fabricants d'aliments surgelés et assurent déjà des services de transport pour l'exportation des aliments surgelés canadiens vers des marchés d'Amérique du Nord et de tous les autres continents.

★ TENDANCES RÉCENTES DU MARCHÉ

Les aliments surgelés offrent des avantages importants à de nombreuses catégories de consommateurs pour qui la préparation de repas à partir d'aliments traditionnels est devenu compliquée à cause de leur mode de vie, l'âge ou les exigences nutritionnelles.

Le choix d'emballages et de portions appropriés apporte un net avantage concurrentiel sur les marchés nationaux et étrangers. Au Canada et aux États-Unis, le vieillissement de la population et le nombre croissant de personnes vivant seules ont créé un créneau pour les petites portions et

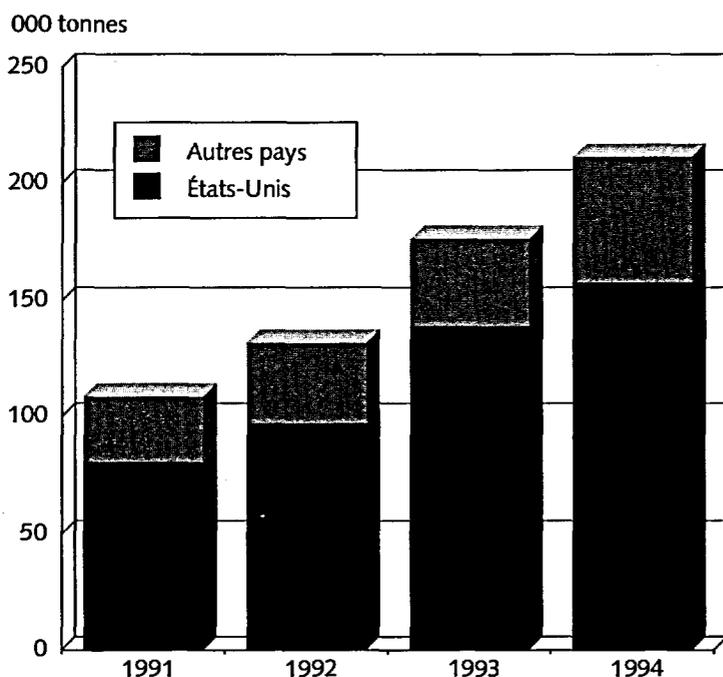
les surgelés destinés au four à micro-ondes. Ces produits fort pratiques permettent aux consommateurs d'avoir un menu varié à la maison tout en évitant le gaspillage. Cette caractéristique vaut autant pour le Mexique que pour le Canada et les États-Unis.

Beaucoup de familles nombreuses en Amérique du Nord, se tournent vers des aliments surgelés de seconde transformation, offerts en plus gros formats. Ces produits comprennent surtout des poissons, fruits de mer et volailles panés, une grande quantité de produits à base de pommes de terre et de nouveaux produits comme les « burgers » de poulet et de dinde. Les gros formats sont très populaires dans les grandes épiceries et les entrepôts de vente au détail.

Les consommateurs soucieux de leur santé optent pour des plats surgelés ayant des caractéristiques nutritives particulières et répondant à leurs besoins alimentaires personnels. Il existe un choix de plus en plus intéressant d'aliments surgelés à faible teneur en sodium et en gras et à portions contrôlées à partir desquels les consommateurs élaborent leurs menus quotidiens.

Toutefois, les consommateurs ne renoncent pas tous à leurs mets surgelés préférés, gras et riches en calories. Parmi les plus populaires au cours des dernières années, citons les pizzas et mets apparentés à la pizza, ainsi que les crèmes glacées et autres desserts laitiers très riches. Certains de ces produits ont même enregistré un taux de croissance parmi les plus élevés en 1994, comme les plats cuisinés et les desserts surgelés, dont les taux de croissance ont été de trois à quatre fois supérieurs à la moyenne de 4 % établie pour les aliments conditionnés et préparés.

Figure 3
Exportations canadiennes de légumes surgelés



*Inclut les frites surgelées et autres produits de pomme de terre.

Source : Statistique Canada, TIERS.

Les établissements de services alimentaires constituent également un marché grandissant et important pour les viandes, poissons et fruits de mer, sauces et aliments semi-préparés en portions unitaires. D'autres articles, comme les soupes, exigent peu de préparation et offrent en outre l'avantage d'être pratiques pour l'industrie de la restauration et des services alimentaires dans les établissements.

★ EXPORTATIONS

La sensibilisation des consommateurs à l'importance d'une bonne alimentation et la demande d'aliments précuisinés sont des phénomènes de plus en plus marqués à l'extérieur de l'Amérique du Nord et créent de nouveaux débouchés pour les fabricants d'aliments surgelés établis au Canada.

Les exportations canadiennes d'aliments surgelés ont augmenté rapidement ces dernières années. Par exemple, les exportations vers les États-Unis de surgelés à base de légumes de première ou de seconde transformation se sont accrues d'environ 95 % entre 1991 et 1994. Les produits surgelés à base de pommes de terre représentent les deux tiers de toutes les exportations de légumes surgelés à destination des États-Unis.

Les exportateurs canadiens d'aliments surgelés sont en train de développer de nouveaux marchés. En effet, même si les États-Unis constituent dans ce secteur le plus grand marché du Canada, le Japon, le Mexique et un nombre croissant de pays latino-américains, dont le Venezuela, le Brésil, le Guatemala et le Chili, achètent de plus en plus d'aliments

★ CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des aliments surgelés, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 749-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de la technologie et de l'investissement
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

* Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro de FaxLink sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. ★

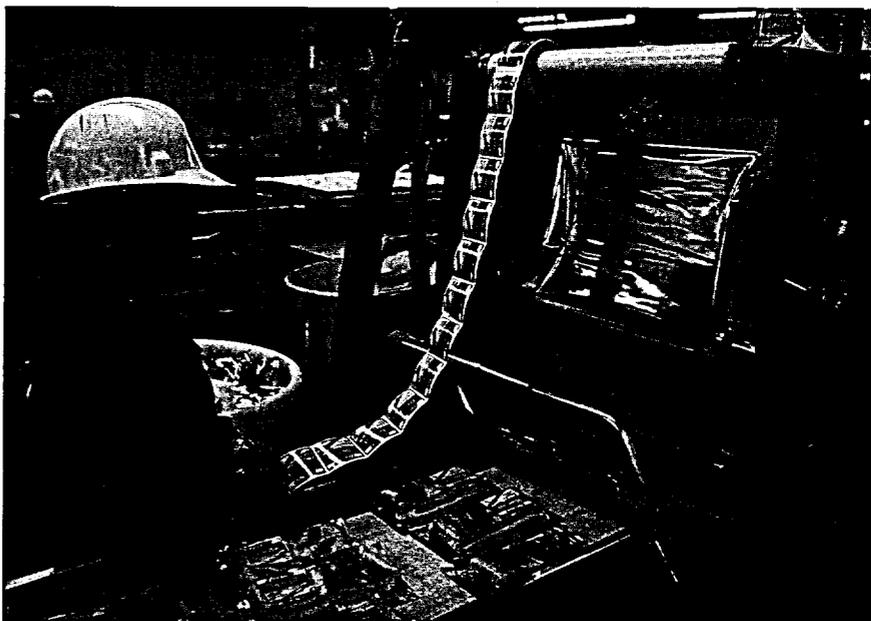
surgelés canadiens. Les exportations de légumes surgelés vers tous les pays autres que les États-Unis ont augmenté de 90 % entre 1991 et 1994.

LE SECTEUR DES VIANDES ROUGES

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

L'industrie des viandes rouges commence à offrir d'intéressantes occasions d'affaires aux investisseurs. En effet, la demande croissante de produits surtransformés sur les marchés intérieur et extérieur et la demande croissante de viande de porc sur les marchés d'exportation laissent entrevoir d'excellentes occasions d'investissement dans l'industrie.

Le Canada est un grand producteur de bétail et de produits carnés. Chaque année, ses 100 000 éleveurs mettent en marché environ 3 millions de bovins et 16 millions de porcs. Le secteur de la transformation produit environ 2 millions de tonnes métriques de viandes sous forme de premières coupes, de coupes de détail et de produits surtransformés comme la saucisse et les produits de charcuterie. Parce que le Canada produit plus qu'il ne consomme, il est un fournisseur fiable des marchés extérieurs.



Jouissant d'une source assurée et fiable de matière première de qualité, le Canada possède une industrie d'abattage bien établie qui peut servir de base à l'expansion des activités de seconde et de

troisième transformations. Des débouchés existent aussi dans l'utilisation des sous-produits d'abattage pour la fabrication de nourriture pour les animaux, de collagène et de gélatine, ainsi que dans l'industrie pharmaceutique.

LES ATTRAITS DU CANADA

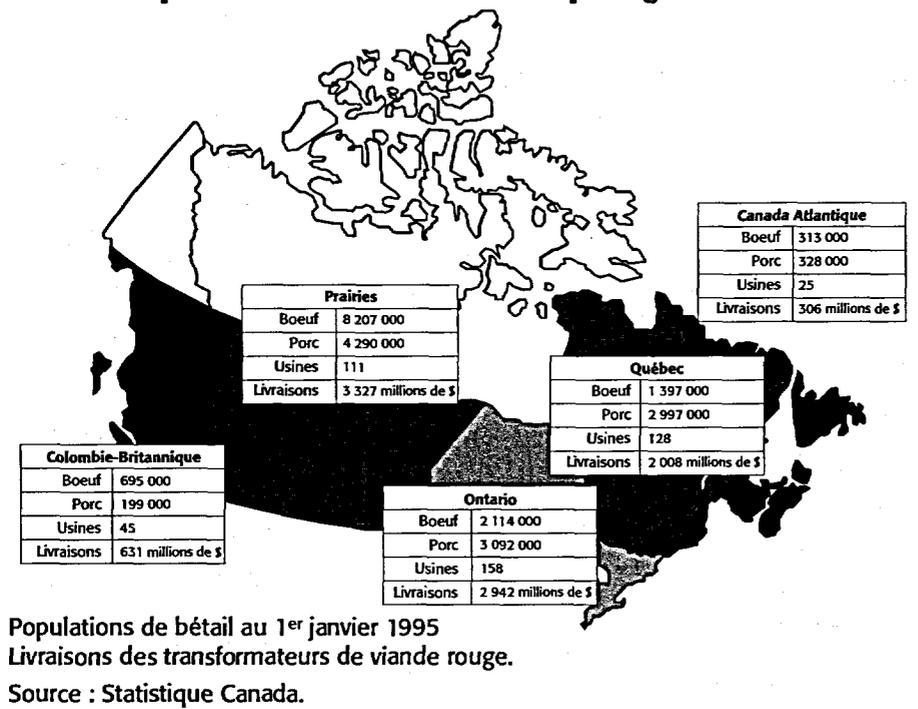
- ★ La réputation du Canada comme fournisseur de viande de qualité supérieure est bien établie. Le savoir-faire et les techniques de pointe des éleveurs canadiens et des entreprises de transformation ont contribué à cette réputation mondiale d'excellence.
- ★ Le Canada est reconnu dans le monde entier pour la génétique supérieure de son bétail. La rigueur du climat et la pureté de l'air, conjuguées à l'abondance de terres arables et de céréales, fourragères offrent des conditions d'élevage idéales. Des normes rigoureuses garantissent la santé du cheptel national.
- ★ Le Canada possède un réseau de centres de recherche spécialisés sur la viande. Ces centres sont situés stratégiquement d'un bout à l'autre du pays, de manière à servir à la fois éleveurs et entreprises de transformation.
- ★ La qualité et l'intégrité du système de classement et d'inspection confèrent un avantage concurrentiel aux entreprises canadiennes désireuses d'exporter.
- ★ Grâce à leurs techniques de transformation et à leur main-d'œuvre qualifiée, les abattoirs possèdent la marge de manoeuvre nécessaire pour satisfaire rapidement et efficacement aux exigences particulières des clients.
- ★ Le Canada possède des filières commerciales bien établies, qui permettent de livrer les produits carnés rapidement et en toute sécurité dans plus de 50 pays différents. C'est ce qui lui a permis de devenir le deuxième exportateur mondial de viande de porc.
- ★ L'emplacement des usines de transformation canadiennes leur permet de servir avantageusement les grands marchés régionaux de l'Amérique du Nord.

Pour répondre à la demande croissante de porc sur les marchés d'exportation, il faudra augmenter aussi bien la production que les activités de transformation. Au Canada central, l'industrie a récemment souffert d'une pénurie de porcs destinés à la transformation, en raison des succès qu'ont connus sur les marchés d'exportation les produits du porc, et en raison d'une forte demande de porcs vivants de la part des entreprises de transformation et des producteurs américains. L'industrie canadienne du porc subit l'influence des conditions de l'offre et de la demande régionales du marché nord-américain. En 1994, les producteurs de porcs ont expédié environ 270 000 porcs vivants aux abattoirs américains et plus de 900 000 porcelets sevrés et porcs d'élevage aux éleveurs américains. Une telle demande favorise également l'accroissement de la production.

Les Prairies offrent aux entreprises de transformation de la viande de porc un potentiel de croissance intéressant. La population porcine de la région a augmenté de 30 % au cours de la

**Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.*

Figure 1
Activités de production et de transformation par région



dernière décennie. Il y a abondance de céréales fourragères à bas prix et une demande de porc soutenue sur les marchés internationaux. La production dans la région devrait donc prendre de l'ampleur.

Les producteurs canadiens de porc cherchent aussi à former des alliances et des partenariats stratégiques en vue de l'élaboration de nouveaux produits et de nouvelles techniques qui permettront d'accroître la compétitivité du secteur.

★ APERÇU DE L'INDUSTRIE

La transformation de la viande au Canada est une industrie qui rapporte 9 milliards de dollars et emploie 32 000 personnes. Plus important segment de l'industrie de la transformation des aliments, elle compte à elle seule pour 20 % des ventes du secteur. C'est une industrie diversifiée, qui comprend 467 établissements allant des petites et moyennes entreprises de transformation jusqu'aux grandes multinationales.

Il y a deux catégories d'entreprises de transformation : les entreprises d'abattage et celles de surtransformation. Les premières produisent une grande variété de coupes fraîches et surgelées. Les secondes comprennent un vaste et complexe groupe

d'entreprises qui produisent une large gamme d'aliments salaisonnés, fumés, appertisés ou cuits, comme le bacon, le jambon, les saucisses et saucissons, les pâtés et la charcuterie fine. Ces produits représentent environ 70 % de la production porcine canadienne et 25 % de la production bovine.

Les établissements d'abattage sont situés près des régions d'élevage. L'industrie du boeuf est fortement concentrée en Alberta : on y trouve 43 % de la population bovine et il s'y transforme plus de 50 % de la production de viande bovine du pays. Par contre, la production porcine est répartie plus également sur les Prairies, le Québec et l'Ontario. Environ 60 % de la production est transformée au Québec et en Ontario. La production porcine du Québec qui est de loin supérieure aux besoins du marché local, représente près de 50 % des exportations canadiennes de porc.

★ TENDANCES RÉCENTES DU MARCHÉ

Avant atteint son régime de croisière, le secteur de la transformation de la viande s'est déjà restructuré et consolidé. Récemment, deux grandes entreprises de transformation américaines sont venues

s'établir au Canada. IBP Inc., première entreprise au monde de transformation de la viande bovine, a fait l'acquisition en 1994 de la société Lakeside, de Brooks, en Alberta, annonçant qu'elle doublerait sa capacité d'abattage. La société Cargill a récemment annoncé qu'elle ajouterait 100 000 pieds carrés à l'établissement moderne qu'elle a construit à High River, en Alberta, afin de doubler sa capacité de transformation. Ces grandes entreprises ont pris de l'expansion afin de se rapprocher des élevages de bovins de qualité supérieure nourris au grain. Ensemble, elles dominent l'industrie du conditionnement des viandes dans l'Ouest canadien.

À l'heure actuelle, l'industrie porcine du Canada central souffre d'une pénurie de l'approvisionnement local. Les éleveurs désireux de prendre de l'expansion ont de la difficulté à le faire, principalement par manque de capitaux et, dans une certaine mesure, parce qu'ils doivent se conformer à la réglementation environnementale. Il est difficile pour le secteur de la transformation d'augmenter sa capacité sans une hausse de l'approvisionnement. Par conséquent, le moment serait propice pour une nouvelle restructuration et une expansion de l'ensemble de l'industrie porcine.

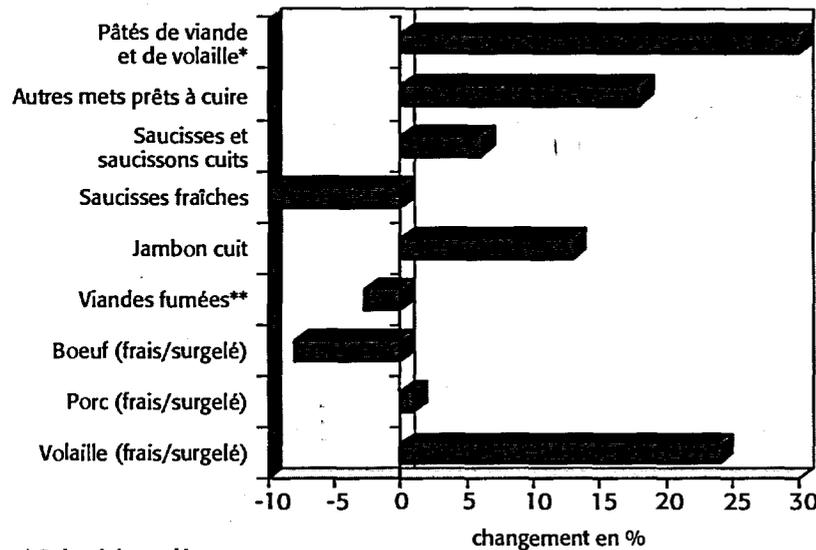
★ ACTIVITÉS DE R-D

Vu l'importance du secteur des viandes rouges, le gouvernement fédéral a créé plusieurs centres de recherche spécialisés dans la mise au point de nouvelles méthodes de classement des carcasses, de préservation de la viande et de conditionnement. En outre, on y développe et met à l'essai des techniques novatrices d'élevage.

Par exemple, les chercheurs du Centre de recherche de Lacombe, en Alberta, spécialisé dans la transformation des viandes rouges, se penchent également sur les systèmes de productions végétales spécifiques aux productions bovine et porcine. Le Centre de recherche et de développement sur les aliments, à Saint-Hyacinthe, se concentre sur les bio-ingrédients, les techniques de conservation des aliments et l'irradiation, surtout pour les industries des viandes rouges et l'industrie laitière.

Il y a beaucoup d'autres centres fédéraux de recherche et de développement, qui offrent tous des possibilités de former des partenariats en R-D. Un grand nombre de projets de recherche sont également en cours avec le secteur privé, des groupes de producteurs et des universités, à l'échelle nationale et internationale.

Figure 2
Changement dans la consommation canadienne de viande par habitant, 1986-1992



* Pré-cuit/surgelé

** principalement le bacon et le jambon fumé

Source : Statistique Canada, Enquête sur les dépenses alimentaires des familles.

En Amérique du Nord, la consommation de porc et de boeuf frais et surgelés perd du terrain par rapport à la consommation de viande de volaille. Au Canada, entre 1986 et 1994, la consommation de volaille par habitant est passée de 25 à 31 kilos, tandis que celle du boeuf a chuté, de 28 à 23 kilos. La consommation de boeuf semble cependant avoir trouvé un palier, augmentant à peine en 1994. Au cours de la même période, la consommation de porc est demeurée plutôt stable, s'établissant à 21 kilos par personne. Les résultats de l'enquête sur les dépenses alimentaires des familles au Canada (figure 2) indiquent une demande croissante de produits carnés comme le jambon cuit, les saucisses et saucissons cuits, les produits de salaison, les pâtés en croûte, ainsi que d'autres aliments cuisinés cuits et prêts à servir.

Entre 1987 et 1993, le consommateur américain a dépensé 20 % de plus pour la volaille, les pâtés de viande et volaille en croûte surgelés, tandis que les ventes de boeuf et de porc frais ont légèrement reculé. Ce sont les ventes de produits de charcuterie qui ont enregistré les gains les plus remarquables, avec une augmentation de plus de 100 % au cours de la période. En fait, les produits de charcuterie représentent pour les entreprises canadiennes un important créneau de croissance.

Les marchés canadien et américain sont passablement mûrs pour les viandes rouges fraîches ou surgelées. Ainsi, le marché pour les coupes fraîches et surgelés de porc et de boeuf connaîtra de l'expansion surtout outre-mer, particulièrement en Asie. Il y aurait aussi un plus grand nombre de débouchés étrangers par suite de la demande croissante de produits de consommation à valeur ajoutée.

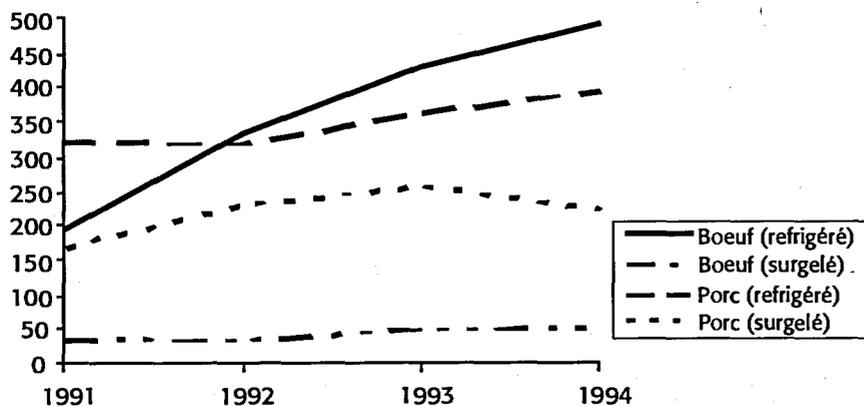
EXPORTATIONS

Les exportations canadiennes de viande ont connu une croissance soutenue ces dernières années. De 1991 à 1994, la valeur des exportations de viande et de sous-produits a augmenté en moyenne de 17 % par année, tandis que celle des exportations de produits sur transformés a crû de 19 %. En 1994, les exportations de porc et de boeuf ont atteint 210 000 et 280 000 tonnes respectivement.

Deuxième producteur mondial en importance de produits du porc, le Canada exporte environ 30 % de sa production vers plus de 50 pays. De bonnes perspectives d'expansion s'offrent dans ce domaine. À la suite du dernier accord GATT/OMC, les producteurs canadiens de porc auront un meilleur accès à plusieurs marchés, et un grand nombre d'entreprises verront s'ouvrir d'excellentes perspectives.

Figure 3
Valeurs des exportations de boeuf et de porc*

Millions de \$



* carcasses, demi-carcasses, épauls, autres coupes

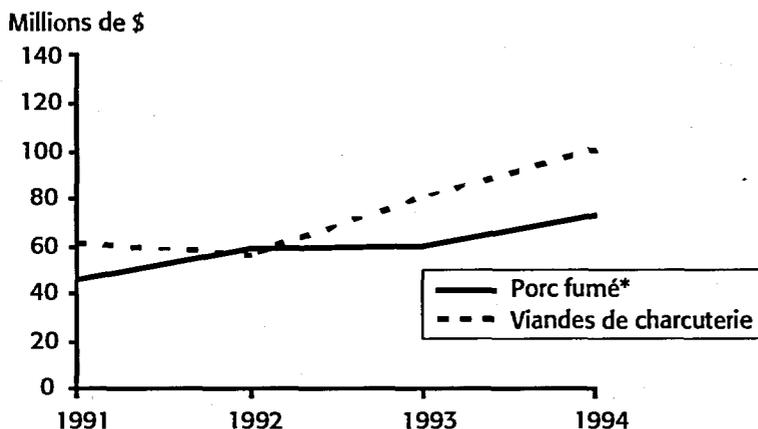
Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux.

TENDANCES DU MARCHÉ

Les types et les formes d'aliments offerts. Les consommateurs canadiens évoluent sous l'influence des tendances globales du marché nord-américain. Les nouveaux modes de vie de même que l'augmentation du nombre de familles à deux revenus et de ménages d'une personne font en sorte

qu'on consacre moins de temps à la préparation des repas, d'où une demande accrue pour les plats cuisinés, comme les pâtés de viande et de volaille en croûte et les plats de résistance pré-cuits et surgelés, ainsi que pour les produits carnés prêts à servir. Par ailleurs, comme les consommateurs se préoccupent davantage de leur santé, la consommation de viandes rouges par habitant a chuté et il s'achète davantage de viandes maigres.

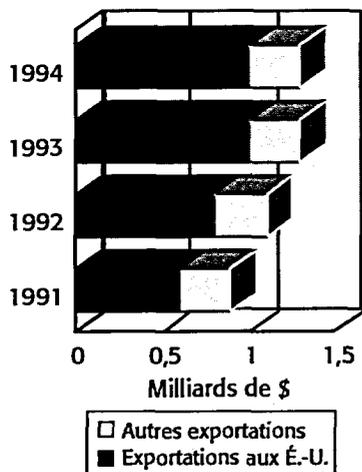
Figure 4
Valeur des exportations canadiennes des produits surtransformés



*principalement le bacon et le jambon

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux.

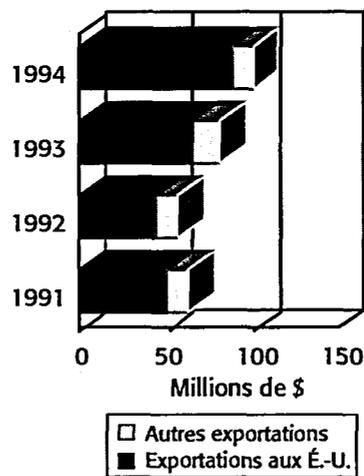
Figure 5
Exportations canadiennes de viande et de sous-produits, 1991-1994



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux.

Les principaux clients du Canada pour l'exportation de viande sont les États-Unis, le Japon, la Corée du Sud, le Mexique, Hong Kong et la Russie. Principal partenaire commercial du Canada, les États-Unis achètent 72 % de ses exportations de viande et de ses sous-produits, et 87 % de ses exportations de produits surtransformés. Ils sont

Figure 6
Exportations canadiennes de produits surtransformés, 1991-1994



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux.

également son principal fournisseur de viande. Ils représentent 64 % des importations canadiennes de viande et de ses sous-produits et 88 % des importations de produits surtransformés. Les échanges bilatéraux entre le Canada et les États-Unis ont augmenté de façon soutenue ces dernières années, et la tendance devrait se maintenir au cours des prochaines années.

* CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des viandes, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Bureau des aliments
930, avenue Carling
Édifice Sir John Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 759-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

* Le FaxLink est un système de télécopie interactive grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro de FaxLink sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. *

LES ALIMENTS DE COLLATION

★ OCCASIONS D'AFFAIRES

La popularité croissante des croustilles et autres aliments de collation en Amérique du Nord offre d'intéressantes possibilités d'investissement aux fabricants de produits traditionnels ou nouveaux. À des produits traditionnels comme les croustilles et les bretzels viennent maintenant se joindre une variété croissante de grignotines comme les produits à base de viande, les barres aux céréales et les mélanges de fruits séchés.

Les aliments de collation sont consommés deux ou trois fois par jour dans les foyers nord-américains. D'utilisation



rapide et commode, ils sont devenus partie intégrante de l'alimentation quotidienne de la grande majorité des consommateurs. Ce qui confirme

l'observation du futurologue Daniel Barris, qui affirme que « le temps est la monnaie des années 90 ».

LES ATTRAITS DU CANADA

UN BASSIN DE CONSOMMATEURS DIVERSIFIÉ

★ Les consommateurs canadiens sont non seulement affluents, mais aussi avides de produits nouveaux. Le Canada est un marché-test idéal pour les grignotines et autres aliments de collation.

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

★ Le Canada a d'abondants approvisionnements en ingrédients alimentaires à base d'oléagineux, de céréales et de pommes de terre, qui sont utilisés pour la production d'aliments de collation, y compris des ingrédients qui ont été mis au point au Canada, comme l'huile de canola.

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

★ La fabrication des produits alimentaires canadiens est assujettie à un régime d'assurance de la qualité administré par le gouvernement et par le secteur privé. Ce régime donne aux consommateurs une grande

confiance dans les nouveaux produits fabriqués au Canada.

LA TECHNOLOGIE ALIMENTAIRE

★ Les fabricants canadiens d'aliments de collation ont accès à ce qu'il y a de plus moderne en fait de matériel de fabrication et de transformation, de matériaux de conditionnement, de design et de technologie.

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

★ L'Accord de libre-échange nord-américain donne aux fabricants canadiens d'aliments de collation un accès assuré à l'ensemble du continent nord-américain, qui constitue le marché le plus riche du monde avec ses 370 millions de consommateurs.

LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS

★ Les nouveaux fabricants d'aliments de collation peuvent profiter des

services de soutien au développement de produits offerts par un certain nombre d'universités canadiennes, ainsi que par les laboratoires d'aliments et les centres de développement de produits alimentaires gérés par le secteur public.

L'EXPERTISE EN SCIENCE ALIMENTAIRE

★ Le secteur canadien de la transformation des aliments est reconnu pour sa grande contribution à l'économie. Les instituts de recherche et établissements d'enseignement canadiens offrent les compétences requises aux entreprises alimentaires qui se créent ou qui étendent leurs activités.

LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

★ L'accès à un grand nombre d'épicerie indépendantes et de magasins de spécialités alimentaires aide les nouvelles firmes à commercialiser leurs produits.

*Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

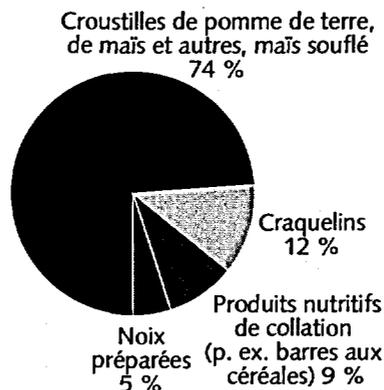
Les consommateurs recherchent tout ce qui est rapide et facile; c'est pourquoi la consommation par habitant d'aliments de collation s'est accrue d'environ 23 % entre 1988 et 1994. À l'heure actuelle, les dépenses nord-américaines annuelles pour l'achat d'aliments de collation se situent entre 13 et 15 milliards de dollars, et s'accroissent de plus de 4 % par année.

Au Canada, les meilleures possibilités d'investissement dans ce secteur se situent au niveau de la production d'aliments de collation nutritifs permettant de remplacer des produits traditionnels riches en matière grasse. Parmi ces nouveaux produits, mentionnons les fruits séchés, les pâtes de fruit séchées et les barres aux fruits et aux noix. D'autres types de grignotines attirent aussi le consommateur : ce sont par exemple les produits à base de pommes de terre et de maïs qui sont cuits au four plutôt que frits. De nouvelles techniques sont par ailleurs mises au point pour réduire l'utilisation des graisses et des huiles dans la production et dans la cuisson.

Pour ce qui concerne les amuse-gueule traditionnels, il s'ouvrira des débouchés dans le développement de produits comprenant des ingrédients « naturels » et ayant une faible teneur en gras et en sel. Les croustilles à faible teneur en gras qui sont commercialisées par un certain nombre de petites entreprises connaissent du succès sur le marché. Mais les nouveaux produits qui seront mis en marché devront surtout attirer les consommateurs avides de nouvelles sensations.

Comme dans le cas de plusieurs produits alimentaires de spécialité, les nouveaux investisseurs dans la production d'amuse-gueule au Canada seront, du moins initialement, davantage attirés par la production à échelle modérée pour les marchés locaux et régionaux ainsi que par la commercialisation de leurs produits par l'entremise des épicerie indépendantes et des magasins de

Figure 1
Parts de marché des aliments de collation au Canada



Source : Nielsen Marketing Research, 1995.

denrées alimentaires spéciales — où les coûts de promotion et de distribution constituent un obstacle moins important à la pénétration du marché.

★ VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

L'industrie canadienne des aliments de collation est dominée par moins de 20 firmes, dont les principaux produits sont les croustilles de pommes de terre, de maïs et les amuse-gueule extrudés, qui retiennent l'intérêt du public par leurs formes et leurs saveurs. Mais un certain nombre d'entreprises plus modestes se sont également lancées sur le marché des croustilles depuis quelques années.

Les principaux producteurs d'aliments de collation sont concentrés en Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique et au Manitoba, mais plusieurs de ces entreprises possèdent et exploitent des installations de production dans d'autres provinces. La plus grosse de ces firmes vend au détail pour plus de 2 milliards de dollars par année en Amérique du Nord. Il existe aussi un nombre considérable de producteurs canadiens d'aliments de collation dont les ventes annuelles sont inférieures à 1 million de dollars.

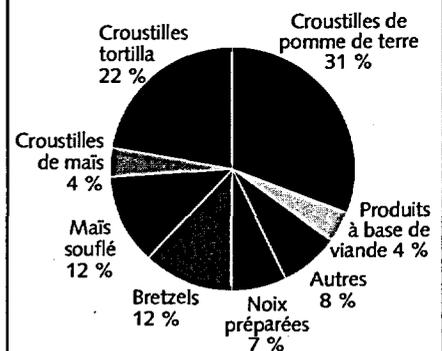
La plupart des entreprises fabriquent et distribuent leurs propres marques. Un nombre relativement restreint de firmes fabriquent des produits sous marque de distributeur pour les grandes chaînes de magasins de détail.

Les aliments de collation sont offerts dans toutes sortes de points de vente, et surtout dans les supermarchés d'alimentation et dans les grands magasins. On les trouve aussi dans les épicerie indépendantes et les magasins de spécialités alimentaires, les épicerie de dépannage, les entrepôts-clubs et les pharmacies. Ces produits sont aussi vendus dans les distributrices automatiques et les établissements de services d'alimentation.

★ TENDANCES DU MARCHÉ

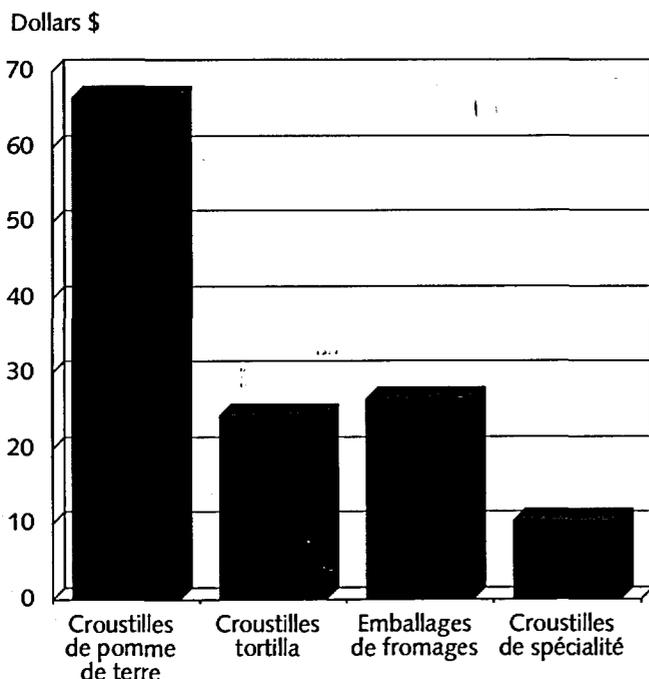
Les ventes d'aliments de collation en Amérique du Nord ont connu une forte croissance en 1993 et 1994 en raison de l'introduction de nouveaux produits. Plus de 2 000 nouveaux produits sont introduits chaque année sur le marché nord-américain. Les plus populaires connaissent une croissance spectaculaire dans les premières étapes de leur cycle de vie.

Figure 2
Parts de marché des aliments de collation au Canada



Source : Nielsen Marketing Research, 1995.

Figure 3
Dépenses annuelles des ménages pour les aliments de collation, 1994



Source : Association canadienne des fabricants de chips/grignotines

On en trouve un exemple dans les amuse-gueule à base de viande vendus sous forme de bâtonnets de pepperoni et autres produits de charcuterie. C'est la catégorie qui a connu la plus forte croissance en 1994. En 1993, les ventes de grignotines à base de viande se sont accrues de 22 %.

Autre exemple : le volume des ventes de produits à base de maïs au caramel a augmenté de 16 % aux États-Unis en 1993.

Les produits de style mexicain ont aussi accaparé une large part des dépenses des consommateurs pour les aliments de collation. Les croustilles au maïs et au blé genre tacos, tortillas et nachos ont saisi environ 30 % du marché des amuse-gueule salés. Le succès de ces produits reflète une tendance plus large à commercialiser divers types de chips et de craquelins comme produits

d'accompagnement pour les trempettes, les salsas (sauces piquantes), les tartinades, les mélanges à trempette et autres condiments.

Les aliments « nutritifs » de collation constituent une autre nouvelle catégorie de produits englobant notamment les barres aux céréales emballées en portions individuelles, les craquelins pour casse-croûte, les emballages individuels de fromages et craquelins ainsi que les mélanges de fruits déshydratés et de noix séchées. Les ventes de barres aux céréales se sont accrues de plus de 8 % en 1994.

Les produits à base de pommes de terre constituent encore la plus grande catégorie d'amuse-gueule, grâce à la popularité des croustilles aromatisées et des croustilles de spécialité. Bien que se vendant plus cher, les croustilles frits à la poêle ont accaparé quelque 4 % des ventes totales.

Les nouvelles saveurs de croustilles reflètent les préférences alimentaires régionales, les mets ethniques et, dans certains cas, des saveurs largement utilisées dans la préparation des aliments prêts à consommer. Les ventes totales de chips en Amérique du Nord ont progressé de plus de 25 % depuis 1988. Les producteurs de certaines nouvelles marques de chips à faible teneur en gras ont vu leurs ventes s'accroître de 250 % en 1994 seulement.

Le regain de popularité des bretzels et du maïs soufflé a stimulé les ventes d'aliments de collation en 1993 et 1994. Les bretzels attirent les consommateurs en raison de leur teneur généralement faible en gras et de leurs nouvelles saveurs. En 1994, les ventes nord-américaines de bretzels se sont accrues d'environ 15 %.

La consommation de maïs soufflé a augmenté après l'introduction d'un plus vaste choix de grains de maïs éclatés préemballés et prêts à consommer. Parmi ces nouveaux produits, le maïs soufflé aromatisé et le maïs soufflé confit ont aussi gagné en popularité. Le volume des ventes de maïs soufflé sucré s'est accru de plus de 8 % au Canada en 1994. Le volume des ventes de tous les types de maïs soufflé prêt à consommer a augmenté de plus de 4 % aux États-Unis en 1994, ce qui correspond au taux de croissance observé au Canada.

Les consommateurs canadiens et américains sont de plus en plus conscients de la composition nutritionnelle des aliments préparés. Plus de 80 % des consommateurs nord-américains choisissent et consomment déjà consciemment des produits à faible teneur en gras. Cette tendance a été renforcée par l'introduction récente d'exigences touchant l'étiquetage nutritionnel de tous les aliments vendus au Canada et aux États-Unis.

Selon les analystes, les produits sans gras et à faible teneur en gras pourraient venir à compter pour le tiers de toutes les ventes d'amuse-gueule. Conscients de cette tendance, les fabricants et leurs fournisseurs d'équipement de transformation développent le plus rapidement possible de nouvelles technologies. Il s'agit notamment de nouveaux procédés de cuisson, de brunissement et de cuisson par micro-ondes qui réduisent ou éliminent l'utilisation de graisses ou d'huiles et, dans certains cas, qui permettent la production de chips et de craquelins sur une échelle plus réduite.

EXPORTATIONS

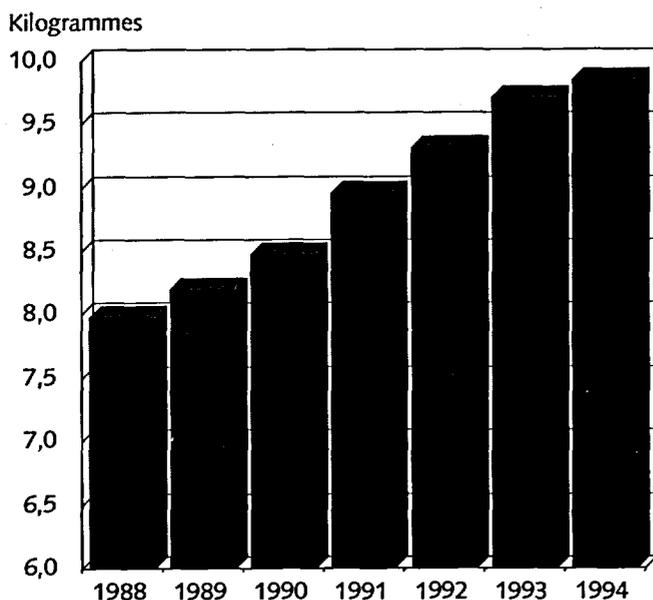
À quelques produits près, nos fabricants d'aliments de collation se concentrent essentiellement sur le marché canadien. Cela est largement attribuable au volume important et au poids léger de plusieurs types d'amuse-gueule comme les diverses variétés de croustilles et les produits extrudés. Ces

caractéristiques physiques ajoutent sensiblement aux frais de transport et de distribution. Il n'est donc pas pratique de desservir des marchés éloignés par camion.

Pour ce qui concerne le commerce canado-américain des croustilles, les volumes de nos exportations et de nos importations sont en déclin depuis quelques années. Quant au commerce bilatéral des noix et graines préparées, le Canada a connu de meilleurs résultats que les États-Unis.

Une exception importante à ces tendances du marché est l'exportation de sauces et de condiments vendus comme produits d'accompagnement pour les amuse-gueule assaisonnés (*savouries*) et les noix préparées.

Figure 4
Consommation d'aliments de collation par habitant, 1988 à 1994



Source : SnackWorld Industry Report 1995.

CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des aliments de collation, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 749-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

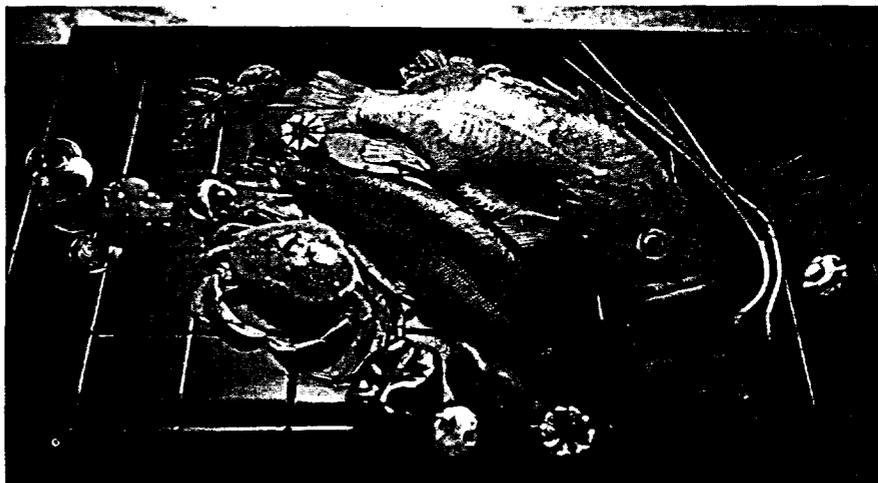
*Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro du FaxLink sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. ✦

LES FRUITS DE MER, POISSONS ET AUTRES PRODUITS MARINS

* OCCASIONS D'AFFAIRES

En 1993, le Canada était le principal exportateur mondial de poissons, de fruits de mer et d'autres produits marins. Ce secteur a généré des recettes annuelles d'environ 3 milliards de dollars et joue un rôle crucial dans les économies des régions côtières du Canada.

Le secteur offre des possibilités d'investissement dans deux grands domaines : la mise au point et la commercialisation de nouveaux produits, et l'adaptation des opérations de transformation traditionnelles.



La mise au point et la commercialisation de nouveaux produits couvrent une vaste gamme de produits

comprenant les ingrédients alimentaires et pharmaceutiques, les pigments ainsi que les huiles et les

LES ATTRAITS DU CANADA

UNE RESSOURCE NATURELLE SOLIDE

* Le Canada possède une flotte de pêche très performante, autant pour les produits marins comme pour les espèces de poissons d'eau douce. Les pêcheries canadiennes sont complétées par une production aquacole à croissance rapide, qui sert de source de matières premières pour le secteur de la transformation des poissons et fruits de mer. Les ministères et instituts de recherche canadiens intensifient leurs efforts pour améliorer la gestion des ressources en vue de soutenir le développement durable du secteur.

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

* La production des poissons et fruits de mer canadiens est soumise à un régime d'assurance de la qualité auquel participent l'industrie et les pouvoirs publics et qui renforce la confiance des consommateurs canadiens et étrangers.

LA TECHNOLOGIE

* Les producteurs canadiens ont largement modernisé leurs installations et, par des recherches conjointes, améliorent encore davantage leur accès aux toutes dernières techniques de transformation.

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

* L'Accord de libre-échange nord-américain donne aux producteurs canadiens de poissons et de fruits de mer un accès assuré à l'ensemble du continent nord-américain, qui constitue le marché le plus riche du monde avec ses 370 millions de consommateurs.

LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

* L'infrastructure canadienne des transports est sophistiquée et capable de soutenir une croissance substantielle des activités de transformation des produits de la mer et d'aquaculture.

LES RENSEIGNEMENTS SUR LES MARCHÉS ET LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

* Les nouveaux transformateurs de produits de la mer ont accès aux sources gouvernementales et privées de renseignements sur les marchés intérieurs et extérieurs. Les associations de transformateurs et d'aquiculteurs appuient activement les activités de développement de marchés étrangers.

LES RESSOURCES HUMAINES

* Les industries canadiennes de poissons et de fruits de mer sont appuyées par des initiatives de formation sectorielle mises en oeuvre par le secteur privé. Ces initiatives visent à améliorer les connaissances et les aptitudes des travailleurs du secteur aux plans de la production, de la transformation et de la commercialisation.

* Sauf indication contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

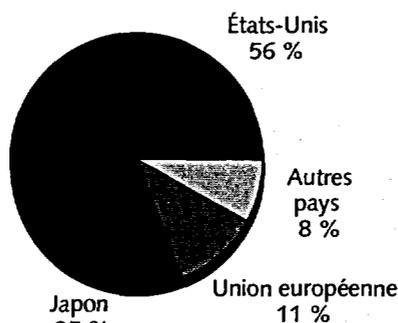
produits chimiques fins utilisés pour la production de cosmétiques et pour d'autres fins industrielles. Ces produits peuvent être tirés d'espèces sous-utilisées comme l'anatife, le sébaste et d'autres espèces de poisson de fond du Pacifique, ainsi que de matières auparavant traitées comme déchets ou comme produits de faible valeur. Comme exemples récents de nouveaux produits, mentionnons les aromatisants et les enzymes extraits des résidus de la transformation de poissons et de fruits de mer.

De nouveaux produits et procédés seront aussi générés par le développement et l'application des biotechnologies. Plusieurs de ces produits sont déjà offerts sur le marché : il s'agit par exemple d'ingrédients d'utilisation courante comme la carraghénane et l'agar, et d'ingrédients utilisés dans la production de cosmétiques, d'engrais et de fongicides. Des recherches en biotechnologie marine sont menées non seulement au Canada, mais aussi dans d'autres pays industrialisés comme le Japon, les États-Unis, la Norvège et l'Australie. Ces recherches ouvriront ultimement de nouvelles possibilités d'investissements au Canada, qui pourra servir de base permettant de desservir les marchés étrangers pour ces produits.

La deuxième grande possibilité d'investissement dans le secteur se situe au niveau de l'adaptation d'opérations traditionnelles de transformation. Ces opérations traditionnelles peuvent être transformées en installations à usages multiples et mieux adaptées à la production d'une gamme plus large de produits tirés de la mer ou dérivés d'autres ingrédients alimentaires.

L'une des caractéristiques du secteur est que la valeur ajoutée est souvent obtenue non par la transformation poussée, la congélation, la mise en boîte ou la cuisson, mais par le conditionnement méticuleux du produit frais pour la vente aux services

Figure 1
Marchés canadiens d'exportation des produits de la mer, 1993



Source : Statistique Canada, Commerce international.

d'alimentation haut de gamme et pour l'exportation. C'est le cas dans le secteur de l'aquiculture; de même pour des poissons comme le saumon et pour les mollusques et crustacés. Les produits des deux catégories ont une très grande valeur lorsque correctement récoltés, manipulés et expédiés sur les marchés de détail et de gros des produits frais.

Ces dernières années, le secteur s'est notamment concentré sur la formation de coentreprises avec des firmes internationales pour acquérir de nouvelles technologies applicables aux produits et aux procédés et pour obtenir un meilleur accès aux marchés étrangers et aux sources étrangères de matières premières. Parmi les partenaires commerciaux du Canada, la France, la Chine et la Russie ont été identifiées comme des pays où les Canadiens peuvent trouver des copartenaires adaptés.

Le secteur de l'aquiculture fait lui aussi bon accueil aux investissements étrangers. Des coentreprises sont formées pour appuyer la mise en marché conjointe de produits aquicoles. Ces entreprises vont probablement générer d'autres possibilités d'investissements étrangers dans le secteur canadien de l'aquiculture au fur et à mesure que celui-ci poursuivra sa croissance.

Des investissements stratégiques plus considérables seront aussi probablement réalisés dans les opérations canadiennes de transformation du poisson et des fruits de mer pour améliorer la desserte d'autres marchés d'exportation.

★ VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Le secteur canadien des poissons, fruits de mer et autres produits marins peut être divisé en un certain nombre de sous-secteurs englobant autant la récolte d'espèces sauvages que l'aquiculture en eaux douces et salées.

Les grandes firmes de transformation des produits de la mer sont concentrées dans les provinces atlantiques, au Québec et en Colombie-Britannique. Dans les provinces atlantiques, plus de 600 000 tonnes d'espèces sauvages sont récoltées et transformées chaque année. Les espèces les plus importantes sont le homard, le sébaste, le pétoncle, le crabe des neiges, la crevette, la mye et le hareng. Cette région comprend environ 900 établissements de transformation à taille et à chiffre d'affaires fort différents.

Sur la côte ouest, le saumon est l'espèce sauvage la plus commercialement exploitée; viennent ensuite le hareng — récolté surtout pour sa roogue — et les mollusques et crustacés. La Colombie-Britannique compte environ 200 établissements de transformation.

Les pêches en eaux douces et les activités de transformation de leurs produits sont concentrées autour des Grands Lacs et dans le centre et le nord du Canada. Bien que récoltées et transformées en quantités bien plus petites (6 % du total pour le secteur), ce sont les espèces d'eau douce qui donnent la plus forte valeur moyenne par kilogramme mis en marché.

Les produits les plus recherchés sont ceux qui proviennent de l'aquiculture —

une activité qui génère maintenant 300 millions de dollars en revenus annuels. Les firmes spécialisées dans l'aquiculture sont aussi bien des entreprises familiales que de grandes corporations multinationales. Les espèces d'eau salée les plus prééminentes en aquiculture sont notamment le saumon, l'huître et la moule. L'aquiculture d'eau douce est dominée par la truite et l'omble. On étudie aussi intensivement la possibilité d'appliquer les techniques aquicoles à d'autres espèces.

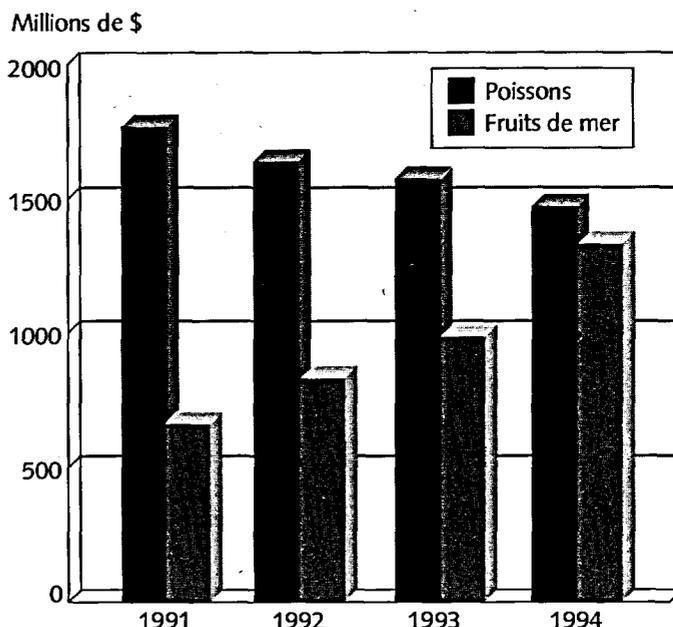
Nombre de nos producteurs de poissons et de fruits de mer ont récemment connu de grands changements structurels. Grâce à cette rationalisation, certaines firmes établies depuis longtemps ont pu retrouver leur rentabilité, mais en menant des activités et des opérations sensiblement différentes. Les opérations de transformation sont maintenant plus mécanisées et plus efficaces sur le plan des ressources. Elles sont aussi plus souples en ceci qu'elles peuvent bien souvent utiliser d'autres ingrédients riches en protéines, comme la volaille, pour la fabrication de produits panés et enrobés de pâte, de plats cuisinés congelés et de repas complets.

TENDANCES DU MARCHÉ

Les poissons et fruits de mer, et surtout les produits congelés et en boîte, sont depuis longtemps un élément important de l'alimentation des Canadiens. En fait, 4 % des principales marques nationales d'aliments désignent des produits de la mer.

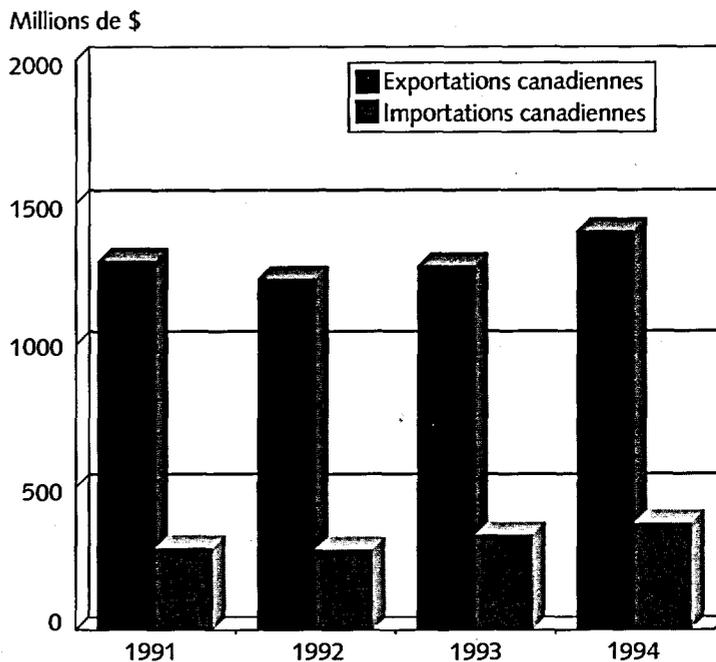
Mais la croissance du secteur canadien de la transformation des produits de la mer est entravée depuis quelques années par un déclin important des prises d'espèces sauvages comme la morue du Nord, la plie et l'aiglefin, soit les espèces les plus recherchées tant pour la transformation que pour la vente à l'état frais. Ce déclin a forcé nos transformateurs à acheter du poisson frais et congelé de sources plus éloignées des eaux canadiennes. Mais

Figure 2
Exportations canadiennes des produits de la mer



Source : Statistique Canada, TIERS.

Figure 3
Le commerce des produits de la mer avec les États-Unis, 1991 à 1994



Source : Statistique Canada, TIERS.

le même problème est rencontré par les transformateurs américains, dont les fournisseurs nationaux souffrent eux aussi du déclin des stocks de poisson.

Malgré l'insuffisance des approvisionnements en certains produits, la consommation nord-américaine de produits de la mer par habitant s'est accrue marginalement en 1993 et totalise environ 7 kilogrammes par année.

Comme dans le cas d'autres aliments emballés, chaque catégorie de produits de la mer donne des résultats différents selon les marchés et selon les grandes régions du continent nord-américain. À titre d'exemple, le déclin des ventes canadiennes au détail de plats congelés de « poisson-frites » en 1993 s'est accompagné d'un accroissement de près de 10 % des ventes d'autres produits de la mer congelés. De même, les ventes de saumon en boîte se sont accrues de 12 % au Canada en 1993 alors que les ventes de produits de la mer en boîte diminuaient aux États-Unis.

Pour attirer et retenir l'attention des consommateurs, les transformateurs de produits de la mer ont fortement investi dans des emballages nouveaux, plus attrayants et plus instructifs. C'est particulièrement vrai des mets préparés et congelés. D'autres produits de la mer — surtout les produits entiers congelés et les produits semi-transformés mais non cuits — ont aussi gagné en popularité. Au total, on trouve aujourd'hui une plus grande variété de poissons et de fruits de mer dans les épiceries nord-américaines.

Certains détaillants en alimentation réagissent à la pénurie d'espèces traditionnelles en mettant en vedette des produits achetés à l'étranger. C'est le cas du tilapia, qui est produit en Amérique centrale et du Sud à l'aide de techniques aquicoles.

EXPORTATIONS

Le Canada a une très bonne performance commerciale pour ce qui concerne la vente de poissons et de fruits de mer. Depuis quelques années, ce secteur exporte plus de 90 % de sa production. Bien que les États-Unis soient notre marché le plus important — et aussi l'un des plus lucratifs — le Canada exporte des fruits de mer, des poissons et d'autres produits marins vers plus de 80 pays.

Le Canada a un important excédent dans ses échanges de produits de la mer avec les États-Unis, son principal partenaire commercial (voir la figure 3). Cet excédent était d'environ 1,0 milliard de dollars en 1994. Cette bonne performance est partiellement attribuable au fait que les exportations de produits de la mer aux États-Unis à 6,13 \$ le kilogramme, alors que les importations depuis les États-Unis avaient une valeur moyenne de 4,59 \$ le kilogramme.

Un autre facteur du succès du Canada a été l'assurance de la qualité offerte dans le contexte d'inspections strictes pendant et après la récolte. Le régime couvre les navires, les installations de déchargement au port, les installations de stockage et de manutention, le matériel de transport et les usines de transformation. Le programme de certification des exportations favorise la commercialisation des produits de la mer à l'étranger en garantissant aux exportateurs que leurs produits seront jugés acceptables par le pays importateur.

Les principaux marchés d'exportation pour le saumon en boîte et congelé sont le Royaume-Uni, la France, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Japon, les États-Unis et la Suède. Les États-Unis sont le principal marché pour nos espèces d'eaux douces et leurs dérivés. Le Japon est un marché très important pour les produits de la mer obtenus autant de l'aquaculture que de la récolte et de la transformation d'espèces sauvages.

CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des produits de la mer, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifce Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télocopieur : (613) 749-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifce Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télocopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

*Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels à partir d'un télécopieur. Composer le numéro sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. ✦

LES SPÉCIALITÉS GASTRONOMIQUES ET ETHNIQUES

* OCCASIONS D'AFFAIRES

Les consommateurs d'Amérique du Nord, friands de nouveaux types d'aliments, constituent un marché réceptif pour la mise au point et l'essai de nouveaux produits alimentaires. Beaucoup de consommateurs recherchent continuellement de nouveaux produits et cette disposition aux nouveaux produits ouvre de nouveaux créneaux pour les spécialités les plus diverses. En fait, plus de 12 000 nouveaux produits sont introduits dans les magasins d'alimentation nord-américains chaque année, et composent ainsi l'un des segments les plus dynamiques de l'industrie alimentaire.



D'après la Canadian Specialty Food Association, l'expression « spécialités

alimentaires » désigne les aliments de qualité supérieure dotés d'un certain

LES ATTRAITS DU CANADA

UN BASSIN DE CONSOMMATEURS DIVERSIFIÉ

* Le marché canadien est composé de consommateurs originaires de différentes parties du monde. Cette clientèle cosmopolite est prospère et recherche la variété, le choix et la nouveauté. Ayant le deuxième niveau de vie du monde, selon le coût relatif des aliments, le Canada est un marché-test idéal pour les produits alimentaires haut de gamme.

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

* Le Canada a d'abondantes sources d'ingrédients alimentaires de base pouvant servir à la fabrication des spécialités alimentaires, y compris des ingrédients qu'on ne trouve nulle part ailleurs.

L'ASSURANCE DE LA QUALITÉ

* La fabrication des ingrédients et produits alimentaires canadiens est soumise à un régime d'assurance de la qualité auquel participent l'industrie et les pouvoirs publics.

UNE TECHNOLOGIE DE POINTE

* Les fabricants de spécialités alimentaires installés au Canada ont facilement accès à ce qu'il y a de plus moderne en fait d'équipement de fabrication et de transformation, de matériaux de conditionnement, et design et de technologie convenant aux industries alimentaires de toutes tailles.

L'ACCÈS AUX MARCHÉS

* L'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) offre aux fabricants de spécialités alimentaires installés au Canada un accès assuré à l'ensemble de l'Amérique du Nord, c'est-à-dire au marché le plus riche du monde, qui compte plus de 370 millions de consommateurs.

L'APPUI À LA MISE AU POINT DE NOUVEAUX PRODUITS

* Les nouvelles entreprises de spécialités alimentaires ont accès aux services de plusieurs universités, laboratoires publics et centres privés pour la mise au point de leurs produits.

L'EXPERTISE EN SCIENCE ALIMENTAIRE

* L'industrie alimentaire canadienne est reconnue comme un des piliers de l'économie. Les établissements canadiens de recherche et d'enseignement offrent l'expertise en ressources humaines nécessaire aux nouvelles entreprises de transformation alimentaire et aux compagnies existantes qui prennent de l'expansion.

LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

* Les nombreux commerces bien établis de spécialités alimentaires aident les nouvelles entreprises à procéder à des essais de commercialisation et à mettre sur le marché leurs produits innovateurs.

*Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en dollars canadiens.

caractère exclusif, bien présentés et distribués dans des établissements sélects. Ces produits se distinguent par leur qualité, leur attrait sensoriel (goût, texture, arôme), leur présentation (conditionnement), leur formulation, leur origine ou leur distribution. Même des aliments de base comme le lait et le beurre donnent naissance à des produits gastronomiques.

Plusieurs nouveaux produits répondent à la demande toujours croissante d'aliments sains, nutritifs, savoureux et pratiques. De plus, de nombreuses spécialités alimentaires sont issues de cuisines nationales traditionnelles.

Elles sont devenues populaires au Canada, qui est un pays diversifié sur le plan ethnoculturel et riche d'immigrants venus de toutes les parties du monde. Un grand nombre de ces nouveaux arrivants apportent des traditions culinaires et des aliments particuliers. Certains exploitent des restaurants spécialisés, de sorte que les cuisines de différents pays sont devenues familières aux consommateurs canadiens, et la demande de spécialités ethniques déborde les communautés où elle a pris naissance. Il en résulte également d'appréciables possibilités d'investissement pour les fournisseurs de ces aliments.

Les préférences des consommateurs canadiens suivent une tendance générale en Amérique du Nord. On estime à plus de 30 milliards de dollars par année le marché nord-américain des spécialités alimentaires ethniques et gastronomiques.

À l'heure actuelle, les principales possibilités d'investissement dans la fabrication des spécialités alimentaires au Canada résident dans la production d'aliments de qualité supérieure auxquelles sont attribuées des caractéristiques spéciales aux points de vue de la santé et de la nutrition ou qui offrent les saveurs inédites et les nouvelles expériences gastronomiques que les consommateurs recherchent.

Les nouvelles sauces et les condiments de qualité sont de bons exemples de ces produits. On trouvera également des débouchés dans la création de nouveaux produits susceptibles de rivaliser avec les produits ethniques et gastronomiques importés. Les importations de ces produits ont atteint les 300 millions de dollars en 1993.

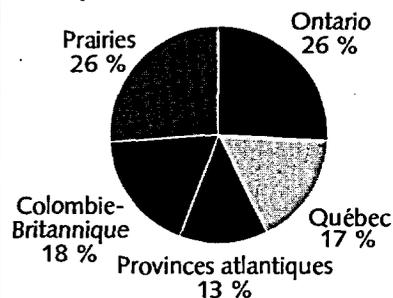
Le Conseil de la compétitivité agro-alimentaire a réalisé, sur des entreprises de spécialités alimentaires installées au Canada, des études de cas qui montrent qu'une fois établies, beaucoup d'entre elles recherchent des investisseurs extérieurs, auxquels elles sont prêtes à offrir une participation à leur capital, pour entamer une deuxième phase de croissance. Le plus souvent, elles ont besoin de capitaux relativement modestes qui peuvent produire à terme des taux de rendement très élevés. Il faut souligner que l'investissement étranger dans l'industrie alimentaire ne fait l'objet d'aucune restriction au Canada.

🍁 VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Le secteur des spécialités alimentaires englobe des produits fort divers. Les préparations de viandes et de légumes, les marinades, les sauces, les condiments, les aliments à grignoter, les fruits séchés et en conserve et les boissons de spécialité composent la plus grande partie de l'offre. Il existe aussi une large gamme de spécialités alimentaires canadiennes, qu'il s'agisse de produits de la mer préparés, de produits de boulangerie ou d'aliments conditionnés frais et prêts à consommer.

À l'heure actuelle, on estime à 400 le nombre des fabricants de spécialités alimentaires au Canada. Ils sont présents dans l'ensemble du territoire, mais concentrés en Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique et en Nouvelle-Écosse.

Figure 1
Distribution régionale des fabricants canadiens de produits alimentaires de spécialité



Source : Conseil fédéral-provincial du développement des marchés.

Les rayons de spécialités gastronomiques ont fait leur apparition dans les magasins d'alimentation d'Amérique du Nord il y a plus de 40 ans, et un grand nombre d'entre eux offraient surtout des spécialités ethniques. Depuis, les grandes chaînes d'alimentation ont constamment agrandi les surfaces consacrées aux spécialités ethniques et gastronomiques. En même temps, on a vu se multiplier substantiellement le nombre de magasins de détail spécialisés exclusivement dans la cuisine ethnique, les aliments de santé et autres articles de spécialité. En réalité, les magasins spécialisés et les établissements de restauration effectuent probablement la majorité des ventes de produits alimentaires ethniques au Canada, mais en raison de leur faible taille, de leur dispersion géographique et de leur diversité, il est difficile d'évaluer leur chiffre d'affaires avec précision.

À peine 45 % de ces établissements sont en activité depuis plus de 10 ans, ce qui indique le caractère dynamique et évolutif du secteur. La majorité des fabricants de spécialités alimentaires sont indépendants et établis depuis moins de 10 ans. Qui plus est, un grand nombre de nouvelles entreprises continuent à s'établir sur le marché chaque année. Il n'est donc pas surprenant que le secteur soit dominé par les petites entreprises. Plus des trois quarts de tous les fabricants de spécialités

alimentaires établis au Canada ont moins de 50 employés, et environ 65 % ont un chiffre d'affaires annuel de moins de 3 millions de dollars.

On compte pourtant, parmi les entreprises qui fabriquent des aliments de spécialité au Canada, quelques grandes firmes bien établies, notamment des multinationales qui produisent des spécialités en même temps qu'un éventail plus large d'articles. Ces grandes entreprises ont cependant tendance à spécialiser chacun de leurs établissements dans un petit nombre de produits.

La majorité des firmes du secteur commercialisent leurs produits sous leurs propres marques. Un tiers fabriquent des produits pour la vente sous marque de distributeur, et moins de 10 % produisent exclusivement pour d'autres fabricants et détaillants qui vendent leurs produits sous leurs propres marques.

Les fabricants de spécialités alimentaires empruntent divers canaux de distribution. La vente directe aux détaillants des environs est courante. Pour les nouvelles compagnies, la distribution directe aux détaillants locaux et régionaux de comestibles de spécialité peut être extrêmement avantageuse, d'autant plus que l'on évalue à 40 % le pourcentage des ventes effectuées par ces détaillants spécialisés. Les fabricants peuvent aussi recourir aux courtiers et aux

distributeurs, particulièrement s'ils veulent servir des marchés éloignés ou fournir les grandes chaînes de détaillants.

TENDANCES DU MARCHÉ

Les consommateurs canadiens sont exposés à un nombre croissant de nouveaux produits alimentaires de seconde transformation en provenance des États-Unis, de l'Europe et de l'Asie. Un grand nombre de ces produits « ethniques » importés ouvrent des débouchés pour la fabrication au Canada, où ils sont imités et améliorés sous l'angle de la présentation, du conditionnement et de la saveur.

Les profonds changements des goûts des consommateurs nord-américains continuent à présenter d'importants débouchés, non seulement pour les industries alimentaires établies, mais pour les nouveaux venus, y compris les transformateurs de petite et moyenne taille.

Les grands supermarchés canadiens offrent environ 3 000 produits alimentaires de spécialité ethnique préemballés. En 1995, le marché canadien de ces comestibles était évalué à quelque 700 millions de dollars, et affichait des taux de croissance élevés. En 1993, les ventes de 11 grandes catégories de ces produits ont progressé de 12 % par rapport à l'année précédente, comparativement à une hausse moyenne de 4 % seulement pour l'ensemble de l'industrie alimentaire. Les plus demandées sont les spécialités italiennes, mexicaines et chinoises, mais celles qui accusent les plus forts taux de croissance sont les cuisines antillaise (76 %) et japonaise (18 %).

La popularité des produits alimentaires ethniques est très appréciable. Une étude réalisée en 1994 par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada a révélé qu'ils constituaient plus de 40 % des préparations alimentaires conditionnées

à sec et congelées et plus de 35 % des sauces et mélanges pour sauces vendues dans les supermarchés.

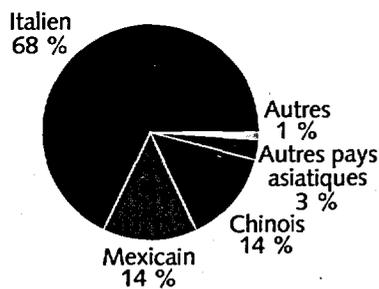
Beaucoup de nouveaux produits alimentaires qui pourraient être considérés comme des spécialités sont préparés et vendus frais, presque le jour même. Ce sont par exemple les pâtes alimentaires fraîches, les salades, les viandes et légumes marinés et les plats cuisinés frais. Plus de 75 % des supermarchés nord-américains ont des sections d'épicerie fine, dont plus de 90 % offrent des plats cuisinés prêts à consommer.

Ces articles s'ajoutent aux nombreux produits des boulangeries intégrées aux magasins, de sorte que les supermarchés et les boutiques de spécialités alimentaires sont en concurrence avec les restaurants et les établissements de services d'alimentation, offrant à la fois la commodité des mets à emporter et un choix plus vaste d'aliments souvent considérés comme plus sains.

Le marché des services d'alimentation, en fait, représente près de 25 % du total des ventes de spécialités alimentaires en Amérique du Nord. Les bons établissements offrent aux transformateurs de nouvelles possibilités de créer des produits exclusifs pour les marchés de spécialités ethniques haut de gamme. Les établissements de services d'alimentation représentent entre 65 et 80 % du marché de la plupart des spécialités ethniques au Canada.

Les ventes de certaines catégories de préparations alimentaires ethniques affichent des taux de croissance spectaculaires depuis quelques années. Par exemple, les ventes de sauces et *salsas* mexicaines dans les supermarchés ont augmenté de 55 % entre 1992 et 1994. D'autres condiments et sauces, telles les vinaigrettes, les moutardes et les sauces pour viandes, accusent aussi des hausses supérieures à la moyenne depuis quelques années. De même, les ventes de plats de nouilles orientales emballés ont progressé de plus de 40 % au cours de la même période.

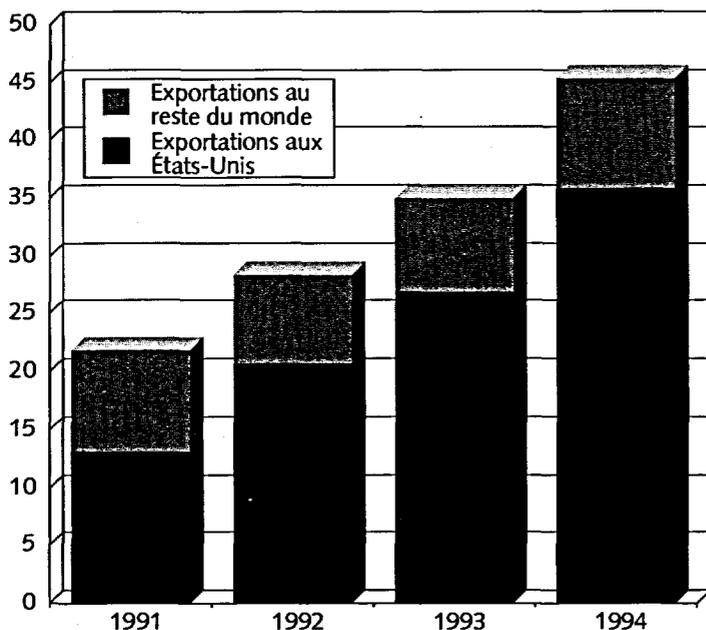
Figure 2
Parts de marché des aliments ethniques emballés au Canada



Source : Ekos Research/Nielsen Marketing.

Figure 3
Exportations canadiennes de sauces et de condiments

Millions de \$



Source : Statistique Canada, TIERS.

EXPORTATIONS

Les fabricants canadiens de spécialités alimentaires sont généralement moins orientés vers les marchés d'exportation que les autres sous-secteurs. C'est plus particulièrement le cas des nouveaux producteurs et des petites entreprises qui s'implantent sur un marché local ou régional.

Une fois établis, cependant, la plupart des fabricants de produits alimentaires recherchent de nouveaux marchés pour leurs produits les plus vendus afin d'augmenter leur chiffre d'affaires, ce qui les amène à exporter. À peu près la moitié des fabricants de spécialités alimentaires établis au Canada exportent en quantités appréciables.

À cause de la façon dont les données statistiques sont compilées, il est difficile d'isoler la valeur des exportations de spécialités alimentaires. Par le passé, toutefois, les producteurs des provinces des prairies se sont montrés peu tributaires des exportations, préférant concentrer

leurs efforts sur le marché intérieur. Les entreprises du Canada atlantique et de la Colombie-Britannique exportent abondamment vers les marchés voisins du Nord-Est et de la côte ouest des États-Unis.

Des études récentes donnent à penser que, comme c'est le cas pour beaucoup d'autres produits alimentaires, les États-Unis constituent le principal marché des spécialités alimentaires, bien que 85 % des producteurs canadiens exportent aussi vers d'autres pays. Les statistiques des exportations de sauces et de condiments, importante catégorie de spécialités alimentaires, illustrent cette tendance.

La proximité des États-Unis et l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) donnent aux industries alimentaires spécialisées canadiennes l'accès en franchise aux riches et dynamiques marchés des États-Unis. À mesure que le Mexique éliminera ses droits de douane aux termes de l'Accord, les producteurs canadiens

* CONTACTS

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans l'industrie canadienne des spécialités gastronomiques et ethniques, s'adresser à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat du Canada le plus proche, ou encore aux ministères suivants :

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifce Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Téléphone : (613) 759-1000
Télécopieur : (613) 749-7480

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifce Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Canada
Téléphone : (613) 992-4916
Télécopieur : (613) 996-1370
InfoCentre : (613) 944-4000
FaxLink* : (613) 944-6500

*Le FaxLink est un système de télécopie interactive grâce auquel on peut obtenir des feuillets de renseignements sur les possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels, à partir d'un télécopieur. Composer le numéro sur le combiné téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales. *

obtiendront la même liberté d'accès à ce riche et vigoureux marché.

L'ALENA contient aussi d'autres dispositions, comme celles sur le règlement des différends et la liberté de mouvement des gens d'affaires, qui facilitent l'accès à l'ensemble du marché nord-américain à partir du Canada. Les investisseurs éventuels peuvent maintenant tirer parti des nombreux atouts du Canada pour fabriquer des produits destinés à ce vaste marché de 370 millions de consommateurs.

DOCS
CA1
EA
96FS2
FRE

16296/1857(F)



LE SECTEUR DE LA
TRANSFORMATION
DES ALIMENTS ET
DES BOISSONS



De bonnes raisons d'investir au Canada

DE BONNES RAISONS D'INVESTIR AU CANADA : LE SECTEUR DE LA TRANSFORMATION DES ALIMENTS ET DES BOISSONS

43-277-946



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade



Agriculture et Agroalimentaire
Canada

Agriculture and Agri-Food
Canada

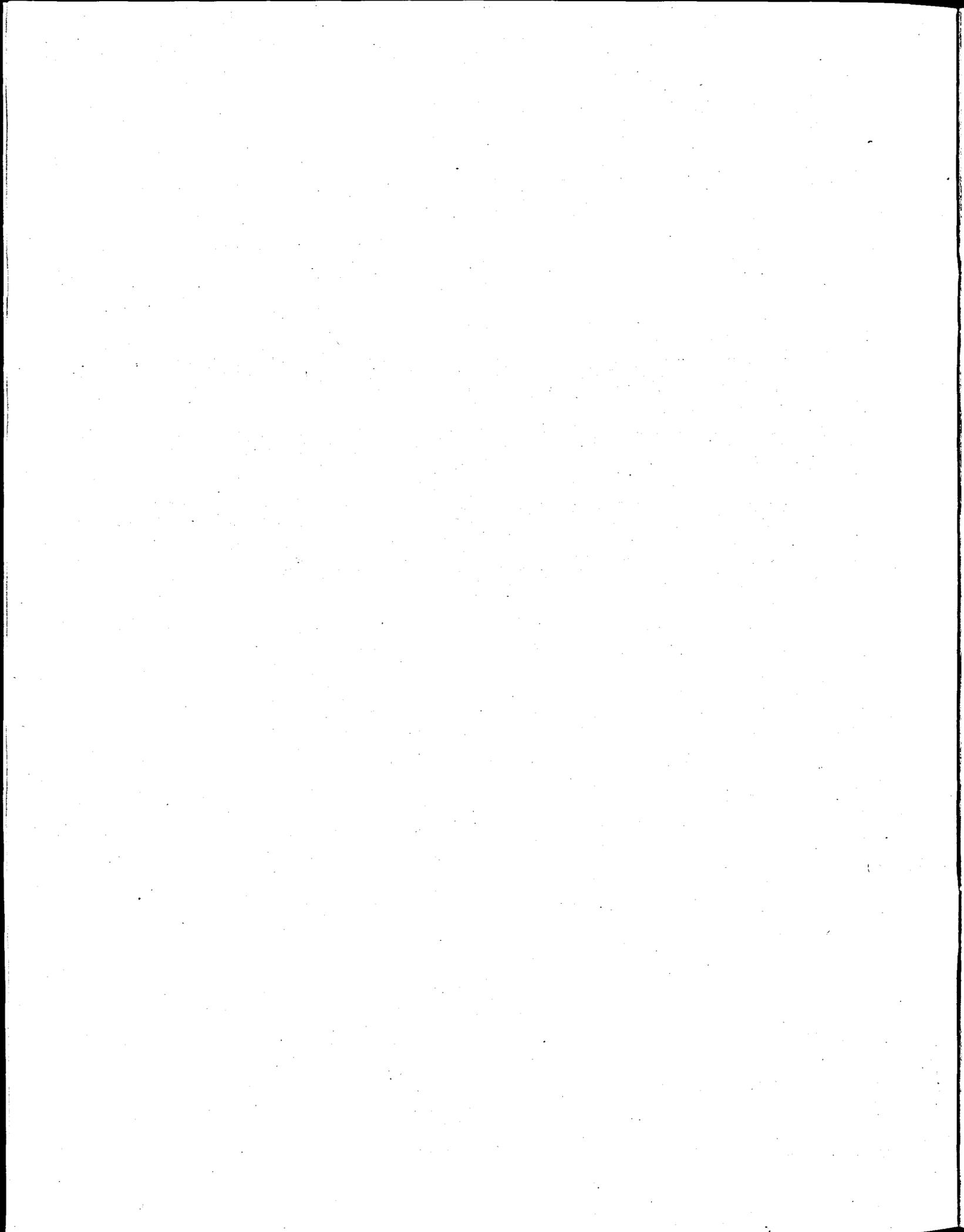
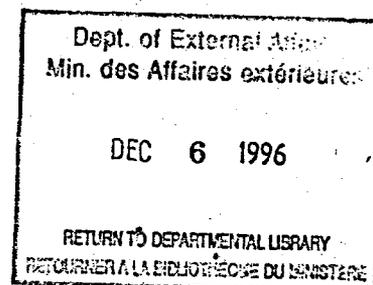
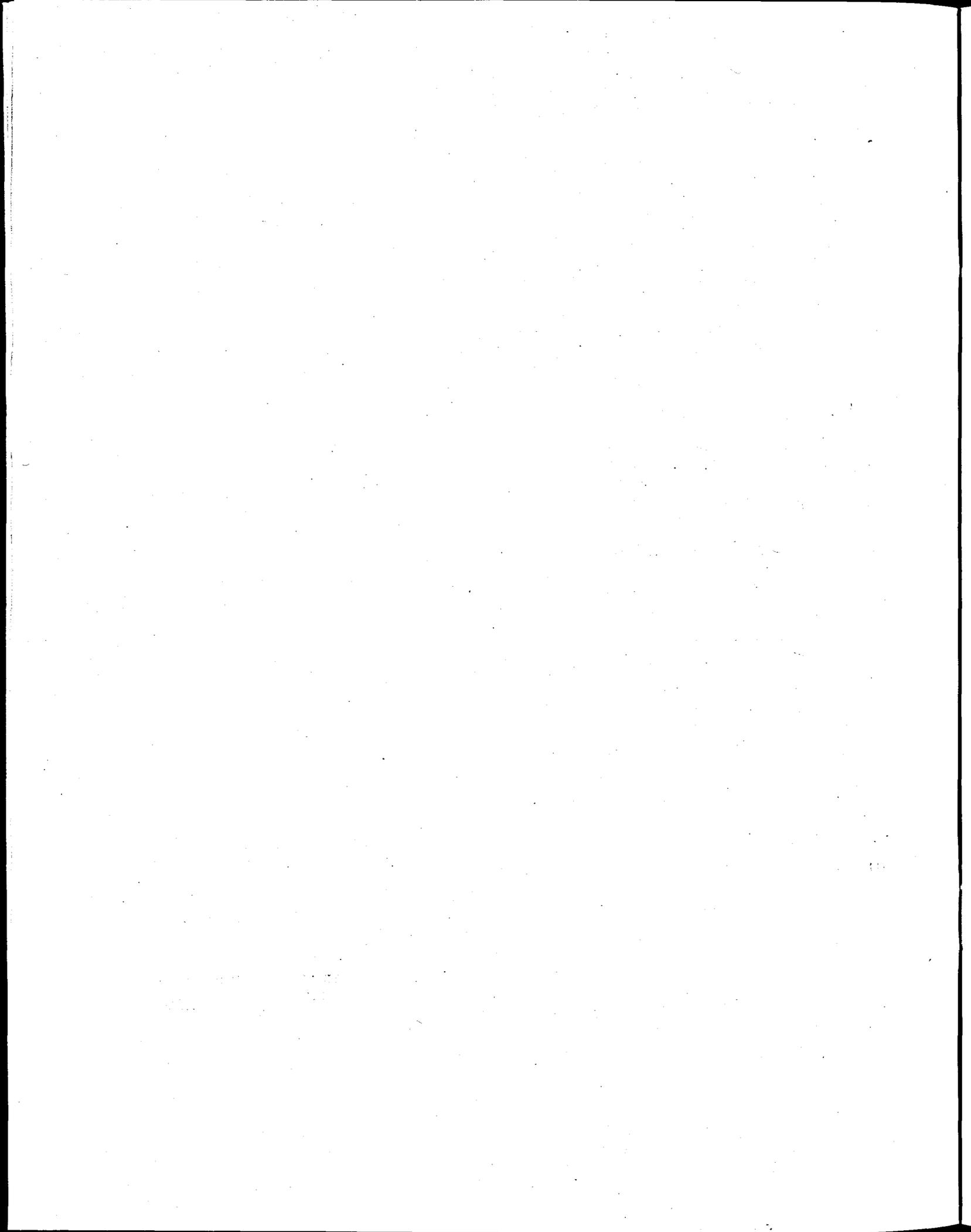


TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	45
LA TRANSFORMATION DES ALIMENTS ET DES BOISSONS – LES AVANTAGES DU CANADA	7
UN TOUR D’HORIZON DU SECTEUR	10
Les grappes régionales stratégiques	11
La croissance et la diversification	13
L’excellence technologique	14
Une réputation de qualité	17
Les exportations agroalimentaires : une priorité nationale	18
LE MARCHÉ LE PLUS RICHE DU MONDE	19
L’accès au marché dans le cadre de L’ALENA	19
Les principales tendances du marché	21
LES POSSIBILITÉS OFFERTES PAR LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES CANADIENNES	24
L’investissement dans le secteur alimentaire canadien	24
Une analyse des possibilités du secteur	25
LE CANADA : L’ENDROIT IDÉAL OÙ INVESTIR	28
Un climat favorable à l’investissement	28
Les secteurs d’amont et d’appoint	28
Les avantages sur le plan des coûts	30
Des ressources humaines qualifiées	31
Des programmes fiscaux et sociaux compétitifs	32
De généreuses incitations à la R-D	33
Une qualité de vie supérieure	33
Le soutien de l’État	33
SOURCES D’INFORMATION COMPLÉMENTAIRE	35





RÉSUMÉ

Le Canada peut faire état d'une longue histoire d'échanges fructueux avec l'étranger, dans laquelle son secteur agroalimentaire a joué un rôle important. Dans le prolongement de cette tradition, le gouvernement canadien a fixé à ses exportations agroalimentaires un objectif minimal de 20 milliards de dollars pour l'an 2000, ce qui représente une augmentation de 33 % par rapport aux 15 milliards de 1994, ou ultimement, il vise à conquérir une part de 3,5 % du marché agroalimentaire mondial. Pour atteindre l'un ou l'autre de ces objectifs, l'agroalimentaire canadien aura besoin de nouveaux investissements de l'étranger. Le Canada est depuis longtemps conscient du fait que l'investissement étranger a un rôle essentiel à jouer dans la mise en valeur de son immense potentiel et il encourage la formation de partenariats internationaux.

Le secteur agroalimentaire canadien offre aux investisseurs la possibilité de mettre au point et de mettre à l'essai de nouveaux produits dans un milieu qui se caractérise par l'excellence technologique, l'abondance des ressources naturelles et la demande de consommateurs aussi informés qu'exigeants.

Comme il est l'un des principaux producteurs de denrées agricoles du monde, le Canada jouit d'une offre abondante et assurée de matières premières pour la transformation des aliments.

Les consommateurs canadiens se montrent très réceptifs aux nouveaux produits.

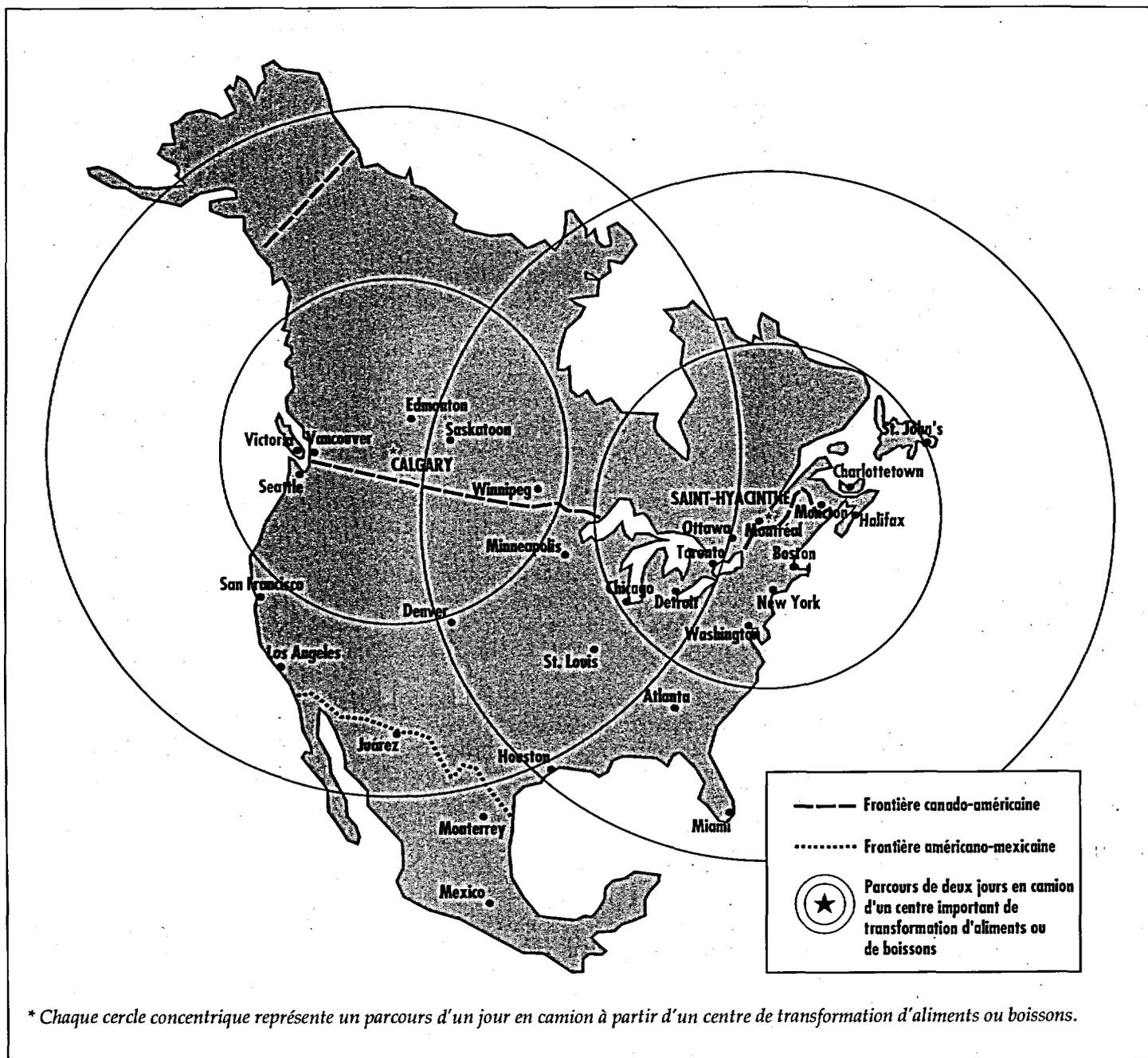
L'Accord de libre-échange nord-américain donne aux entreprises agroalimentaires canadiennes un accès préférentiel à l'ensemble du marché nord-américain, qui compte 370 millions de consommateurs et est à la fois le plus riche du monde et le plus réceptif à l'innovation.

Qui plus est, les investisseurs étrangers ont la faculté de conclure les accords qui leur conviennent le mieux. Par exemple, il se peut qu'ils souhaitent signer des accords de licences technologiques, former des coentreprises pour accroître leur capacité de transformation, conclure des ententes de commercialisation en commun, ou encore construire des établissements entièrement nouveaux pour la recherche-développement et l'essai de produits.

Il s'agit là d'un ensemble de caractéristiques idéal pour tout investisseur désireux de tirer parti des nouvelles possibilités qui se font jour dans le secteur agroalimentaire mondial.

Nota : Sauf indication contraire, les statistiques d'argent sont exprimées en dollars canadiens.

L'ACCÈS AU MARCHÉ NORD AMÉRICAIN

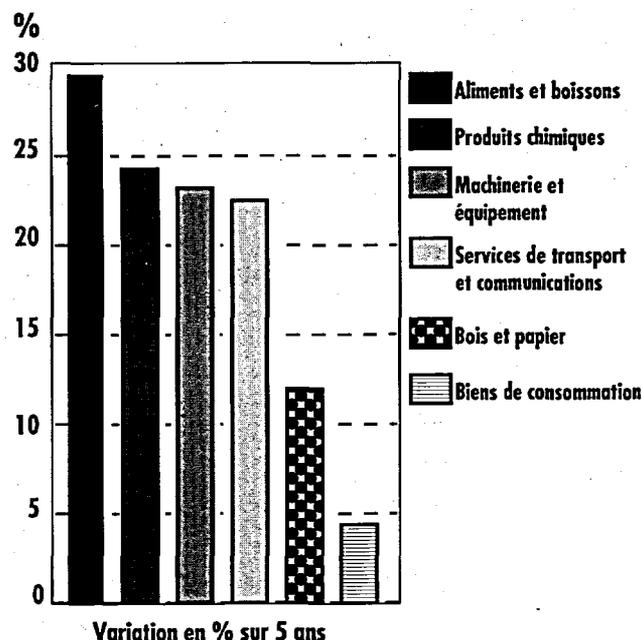


LA TRANSFORMATION DES ALIMENTS ET DES BOISSONS — LES AVANTAGES DU CANADA

Le Canada a tiré parti de l'abondance et de la qualité supérieure de sa production agricole et de ses réserves d'eau douce pour devenir l'un des chefs de file dans la production agroalimentaire à l'échelle mondiale. Pays commerçant pouvant faire état d'une longue histoire d'échanges fructueux avec l'étranger, il est aussi un foyer important d'innovation et de compétence technique en matière de recherche agronomique, de biotechnologie et de transformation des aliments. Il peut offrir une main-d'oeuvre instruite et productive, des infrastructures de transport du plus haut niveau et l'un des réseaux de télécommunications les plus avancés de la planète. Enfin, il jouit d'un accès facile aux marchés considérables et lucratifs que représentent les États-Unis et le Mexique.

Étant donné ces avantages qu'offre le secteur canadien des aliments et boissons, l'investissement étranger y est en pleine croissance. Ainsi, au cours des cinq dernières années, l'investissement étranger dans l'industrie de la transformation des aliments et des boissons a augmenté de presque 30 %, soit beaucoup plus que dans tout autre segment du secteur manufacturier (voir la figure 1). On voit donc que le Canada continue d'offrir un emplacement de choix aux investisseurs étrangers souhaitant placer des capitaux dans la transformation des aliments et des boissons.

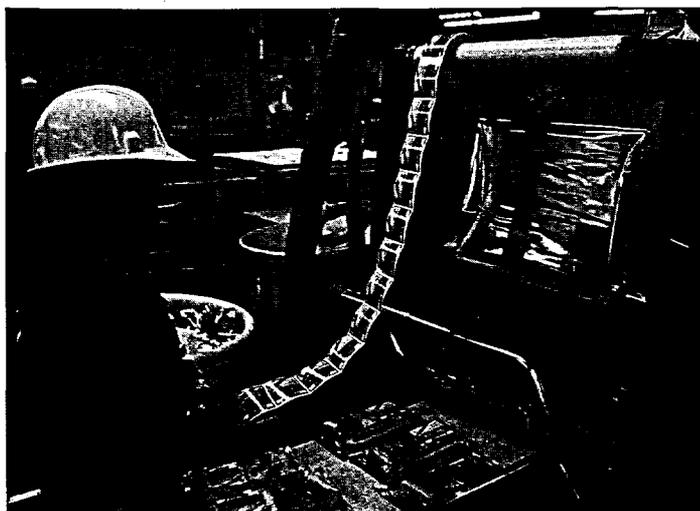
Figure 1
Augmentation des investissements étrangers de 1990 à 1994 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada, 1994

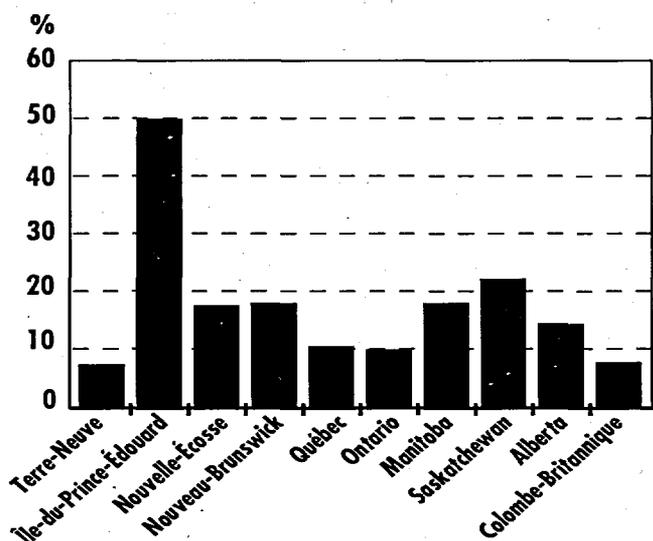
UNE SOURCE INÉPUISABLE DE MATIÈRES PREMIÈRES

Le Canada dispose d'immenses réserves agricoles et halieutiques. De vastes étendues du pays sont consacrées à la production de céréales, d'oléagineux, de fruits, de légumes et d'autres grandes cultures. On trouve au Canada d'importants troupeaux d'élevage, des exploitations avicoles d'avant-garde ainsi que des réserves de poisson et de fruits de mer, d'origine sauvage ou aquicole, caractérisées par une grande variété. Qui plus est, une tradition d'étroite collaboration entre les secteurs public et privé a donné naissance à une infrastructure avancée de recherche. On voit donc que le Canada constitue le milieu idéal pour la mise au point et la vente de nouveaux produits alimentaires.



L'industrie canadienne de la transformation des aliments et des boissons présente un profil diversifié, et ses activités sont réparties sur l'ensemble du territoire national. On peut ainsi voir à la figure 2 qu'elle représente une part importante de l'activité économique de chacune des provinces. Toutes les régions du Canada sont donc susceptibles d'intéresser les investisseurs étrangers qui souhaitent placer des capitaux dans ce secteur.

Figure 2
Ratio de la transformation des aliments et des boissons au PIB du secteur manufacturier, selon les provinces, 1994 (en pourcentage)



Source : Statistique Canada, Comptes nationaux

UN MARCHÉ RÉCEPTIF

Les consommateurs canadiens, comme ceux des États-Unis, ont un revenu élevé par rapport au reste du monde, ont l'habitude de se voir offrir un choix très large d'aliments transformés et ne demandent qu'à essayer de nouveaux aliments et boissons. Ils attendent de leurs fournisseurs qualité, commodité et variété. Toutes ces caractéristiques font du marché canadien un champ d'essai exigeant pour les nouveaux aliments et boissons. En outre, le marché canadien constitue un excellent indicateur des tendances et des préférences du marché américain avoisinant. En effet, la plupart des détaillants canadiens offrent les marques d'aliments et boissons qui sont aussi les plus vendues aux États-Unis. Cette similitude fait du Canada le marché d'essai idéal pour les produits destinés à l'ensemble de l'Amérique du Nord.

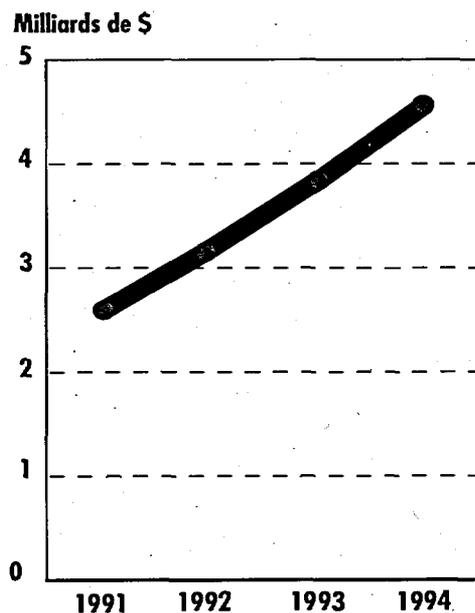
L'ACCÈS AU MARCHÉ

Les 370 millions de consommateurs que compte l'Amérique du Nord forment le marché le plus riche de la planète. Les transformateurs d'aliments et de boissons opérant au Canada bénéficient d'un accès préférentiel à l'ensemble du continent grâce aux garanties prévues par l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Les États-Unis sont depuis longtemps le plus important partenaire commercial du Canada, et ces liens se sont encore resserrés d'abord avec la mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) en 1989, puis avec la conclusion de l'ALENA, qui s'étend aussi au Mexique. Par suite de ces accords, les exportations d'aliments transformés du Canada vers les États-Unis connaissent un accroissement soutenu (voir la figure 3).

Parallèlement à cette évolution, les marchés d'exportation du Canada se sont diversifiés, un certain nombre de nouveaux partenaires ayant acquis une plus grande importance ces dernières années. L'accroissement des

Figure 3
Exportations canadiennes d'aliments et boissons vers les États-Unis, 1991-1994 (en milliards de dollars)



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux

exportations agroalimentaires est une priorité nationale. Le gouvernement canadien a fixé comme objectif au secteur agroalimentaire un chiffre d'exportations de 20 milliards de dollars d'ici l'an 2000, et le Canada vise, ou ultimement, à conquérir une part de 3,5 % du commerce mondial des produits agroalimentaires.

L'INFRASTRUCTURE

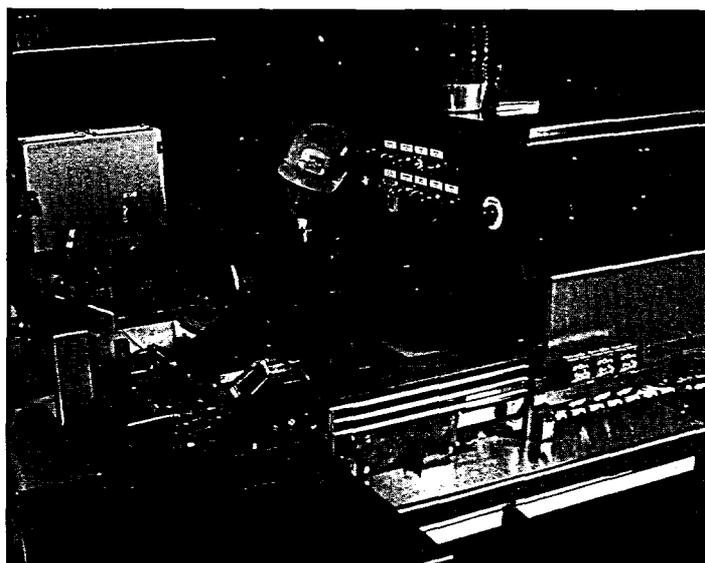
Les fabricants canadiens d'aliments et boissons bénéficient de circuits de commercialisation très perfectionnés au Canada aussi bien qu'aux États-Unis et au Mexique. Ces trois pays ont en effet créé des secteurs de vente de gros et de distribution très efficaces dans le domaine alimentaire. Ces circuits favorisent de surcroît le développement de marchés pour les marques de distributeur qui représentent une proportion croissante des expéditions d'aliments transformés.

L'autre grand débouché commercial des transformateurs canadiens est le secteur de la restauration qui représente environ 38 % de l'ensemble des ventes au détail d'aliments et de boissons en Amérique du Nord. La production en fonction des exigences de la restauration donne aux transformateurs la possibilité de mettre au point toutes sortes de gammes de produits à fort volume tout en réduisant leurs coûts d'emballage et de publicité.

LA SOPHISTICATION TECHNOLOGIQUE

Le Canada est depuis longtemps l'un des chefs de file mondiaux de la recherche agroalimentaire. Depuis la mise au point de variétés de blé plus résistantes au siècle dernier jusqu'au développement récent du canola, les chercheurs canadiens ont créé des plantes capables de tirer parti des caractéristiques particulières de notre milieu. De même, le Canada a une réputation mondiale en matière d'élevage et, plus récemment, il a donné des preuves de sa supériorité dans plusieurs domaines clés de la biotechnologie.

Cette sophistication technologique est soutenue et stimulée par un réseau national des centres de recherche-développement agroalimentaire regroupés en plusieurs grappes d'un océan à l'autre. En outre, les investisseurs étrangers qui souhaitent tirer parti du potentiel canadien se verront offrir des incitations fiscales qui comptent parmi les plus généreuses du monde industriel avancé.



LE SOUTIEN DE L'ÉTAT

Les ministères fédéraux du Canada offrent des services très variés au secteur des aliments et boissons et aux investisseurs étrangers éventuels de ce secteur. Ainsi ils leur fournissent une information détaillée, des services d'orientation, des listes d'interlocuteurs ainsi que des programmes conçus pour stimuler et soutenir divers segments du secteur. De même, les gouvernements provinciaux sont en train de prendre des mesures pour favoriser la croissance des industries alimentaires ressortissant à leur compétence et y stimuler l'investissement. Le palier municipal apporte également un soutien aux nouveaux investissements.

Les investisseurs n'ont pas à traiter avec trois niveaux de gouvernements puisque l'administration fédérale, qui constitue souvent le premier point de contact, travaille en étroite collaboration avec les provinces dans le domaine des services aux investisseurs. Les administrations provinciales peuvent facilement fournir une évaluation de site complète pour chaque projet.

Enfin, les administrations publiques de tous les niveaux s'emploient énergiquement à ouvrir de nouveaux marchés internationaux aux produits alimentaires canadiens.

UN TOUR D'HORIZON DU SECTEUR

L Le secteur de la transformation des aliments et des boissons occupe une place importante parmi les industries canadiennes manufacturières. Ainsi il l'emporte sur des secteurs clés comme ceux de l'automobile, des pâtes et papiers, de l'électronique ou des textiles et du vêtement. Il est en fait le principal secteur de production de biens de consommation tant au Canada que dans l'ensemble de l'Amérique du Nord.

LA COMPOSITION DU SECTEUR

Le secteur de la transformation des aliments se compose d'un grand nombre de segments distincts. On peut les classer en grandes catégories, selon leurs rapports avec les activités agricoles et leurs caractères respectifs de première ou de seconde transformation (voir la figure 4).

Les industries de première transformation incluent celles des viandes rouges et de la

volaille, des produits de la mer, des produits laitiers et des cultures céréalières et maraichères et sont étroitement liées aux secteurs primaires (agriculture et pêche). Étant donné qu'elles bénéficient en amont d'une offre abondante de denrées produites au Canada, les entreprises de ces industries, dans une proportion considérable, fabriquent à la fois des produits destinés aux consommateurs et des produits semi-finis destinés à une transformation ultérieure. Les industries de première transformation représentent à peu près la moitié de l'ensemble des expéditions du secteur des aliments et boissons.

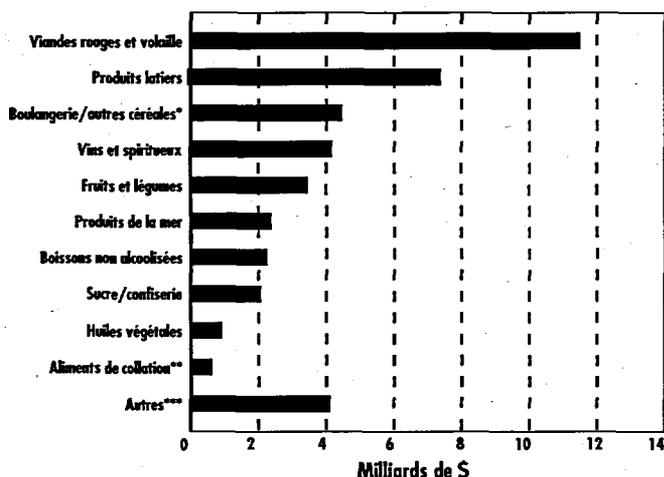
Les autres catégories d'industries du secteur réunissent les producteurs de boissons et les fabricants de ce qu'on appelle en général les produits « de transformation plus poussée », prêts à servir à la maison ou au restaurant. Ces industries représentent environ 50 % de l'ensemble des expéditions du secteur et quelque 60 % de la valeur ajoutée totale attribuable à l'activité de transformation du secteur dans son entier.

Le secteur de la transformation des aliments et des boissons constitue le marché d'importance pour les 280 000 agriculteurs et des 80 000 pêcheurs et aquiculteurs que compte le Canada. Chaque année, ce secteur achète aux producteurs canadiens pour plus de 20 milliards de dollars de matières à transformer, en plus des sept ou huit milliards qu'il importe. Il transforme ensuite ces intrants pour produire chaque année des expéditions évaluées à près de 50 milliards de dollars.

LA COMPÉTITIVITÉ ET LA SOUPLESSE DES ENTREPRISES CANADIENNES

Mesurés en fonction de l'emploi et de la valeur des expéditions, beaucoup des transformateurs canadiens d'aliments et de boissons seraient classés parmi les petites et moyennes entreprises (PME) selon les normes internationales. Néanmoins, un grand nombre de ces entreprises se révèlent extrêmement compétitives parce

Figure 4
Expéditions du secteur canadien des aliments et boissons selon les principaux segments de transformation, 1993 (en milliards de dollars)



* Entrent dans cette catégorie la farine, les produits de boulangerie-pâtisserie, les céréales pour petit déjeuner, les aliments pour animaux et les pâtes alimentaires.

** Cette catégorie comprend les croustilles, le maïs soufflé et les bretzels.

*** On a classé ici le thé, le café, le malt et divers autres produits alimentaires.

Source : Statistique Canada, Enquête sur les fabricants.

qu'elles utilisent des installations de production et de transformation polyvalentes qui leur permettent de varier leurs extrants. En effet, plutôt que d'investir dans des installations destinées à la fabrication en très grande quantité d'un seul produit, les transformateurs canadiens ont misé sur des structures de production et de transformation qui leur permettent d'obtenir des économies d'échelle acceptables même pour des séries de fabrication restreintes, tout en conservant la souplesse nécessaire pour fabriquer des produits divers avec le même équipement. Cette polyvalence permet aussi aux entreprises opérant au Canada de produire des marques maison pour les détaillants et d'autres fabricants dans le cadre d'accords de conditionnement à forfait et de tirer parti plus rapidement de l'ouverture de créneaux.

LA PRÉSENCE DES CAPITAUX ÉTRANGERS

La répartition du capital varie considérablement d'un sous-secteur à l'autre de la transformation des aliments et des boissons. Dans certains sous-secteurs, le capital des entreprises est canadien à 95 %; dans d'autres, plus de la moitié des sociétés appartiennent à des intérêts étrangers.

Environ la moitié de la valeur des expéditions du secteur de la transformation des aliments et des boissons est attribuable à des sociétés sous contrôle canadien, dont quelques-unes sont relativement importantes, tandis que le reste est formé de PME. La majorité des entreprises du secteur sont des sociétés fermées; relativement peu d'entreprises canadiennes de cette nature font appel public à l'épargne. L'autre moitié des expéditions du secteur est attribuable aux filiales et sociétés associées canadiennes d'importantes multinationales qui sont depuis longtemps conscientes des avantages que représente l'investissement au Canada.

LES GRAPPES RÉGIONALES STRATÉGIQUES

Le secteur de la transformation des aliments et des boissons est important dans toutes les régions du pays, mais pas partout de la même manière. Des industries de transformation

d'aliments distinctes de nature régionale s'organisent autour d'un certain nombre de grappes industrielles d'un océan à l'autre. Ces grappes représentent des capacités différentes, résultant des avantages compétitifs propres aux différentes régions.

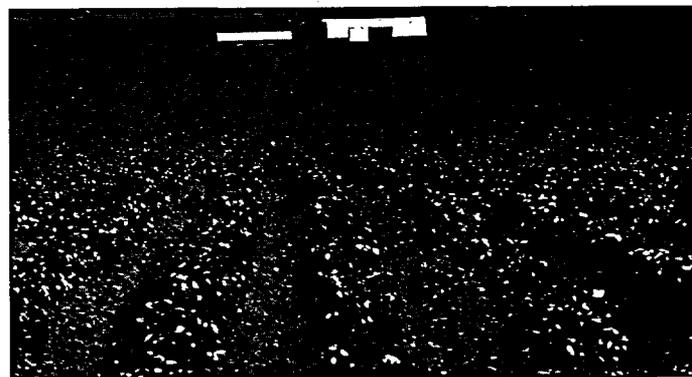
LES PRODUITS DE LA MER

Les complexes de transformation de poisson et de fruits de mer qu'on trouve sur les côtes de l'Atlantique et du Pacifique constituent des grappes industrielles importantes. À la transformation traditionnelle du poisson pêché aussi bien en mer que dans les eaux intérieures s'ajoute maintenant un secteur aquicole en expansion rapide, spécialisé dans l'élevage de diverses espèces de saumon, de crustacés et de coquillages, en grande partie à l'intention du marché de produits frais et de la restauration.

LES FRUITS ET LÉGUMES

Les industries de transformation des fruits et légumes forment des grappes dans plusieurs régions du pays. Ainsi les activités de recherche agronomique, de sélection génétique, de production et de transformation liées à la pomme de terre sont concentrées au Nouveau-Brunswick, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Ontario, au Manitoba et en Alberta. Quant à la production et à la transformation des autres fruits et légumes, elles se font surtout en Nouvelle-Écosse, au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique.

Dans chacune de ces régions, les transformateurs ont noué des liens stratégiques de recherche-développement avec les centres de recherche des universités et de l'État. De plus, on a vu apparaître au Canada ces dernières années quantité de nouveaux produits à forte croissance et de PME alimentaires dans les branches de la production de fruits et légumes en conserve, de sauces et de condiments.



LES VINS

L'Ontario et la Colombie-Britannique sont aussi connus pour leur industrie vinicole. Ils réussissent de mieux en mieux dans le développement et la commercialisation de vins fins dans le cadre d'un programme d'assurance de la qualité des négociants en vins, adopté par beaucoup de nouvelles entreprises indépendantes qui se sont créées pour satisfaire une clientèle de plus en plus avertie.

LES VIANDES ROUGES ET LA VOLAILLE

Les industries canadiennes des viandes rouges et de la volaille sont concentrées en Alberta, en Ontario et au Québec. Ce sous-secteur a traversé au cours de la dernière décennie une période de restructuration et de regroupement d'entreprises qui a entraîné la formation de centres importants de commerce de viandes rouges et de la volaille dans ces provinces. Cette évolution a aussi permis au Canada de s'assurer une source fiable de matières premières pour l'industrie de la surtransformation des viandes

Les transformateurs canadiens produisent plus de viandes rouges que n'en demande la consommation intérieure, ce qui garantit une offre permanente et sûre de produits pour les marchés d'exportation. Grâce à des efforts attentifs et soutenus, le Canada a acquis une solide réputation internationale d'exportateur de viandes de qualité supérieure. Cette réputation d'excellence est attribuable à la fois au savoir-faire des éleveurs et des transformateurs canadiens et à l'application de techniques de pointe.

L'industrie de la volaille, dans une large mesure axée sur le marché intérieur, est devenue une industrie très sophistiquée. Elle s'est développée ces dernières années par suite de l'accroissement de la demande intérieure de produits avicoles. La diversification des produits carnés destinés à la vente au détail et à la restauration ainsi que l'accroissement des exportations de viande fraîche et surgelée et de produits surtransformés ont fait augmenter la masse critique des investissements et de la production ces dernières années.

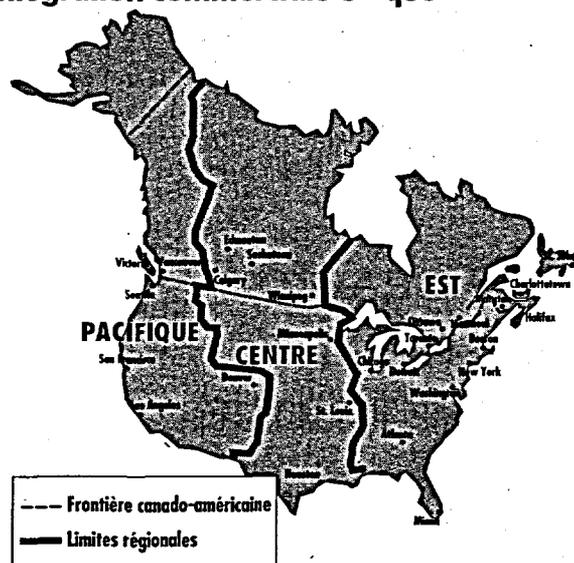
LES PRODUITS LAITIERS

Le Québec est la première province productrice de lait et détient la plus grosse part de la recherche sur les aliments lactés. Il représente à lui seul près de la moitié de la production et de la transformation laitières du pays. Les autres principaux centres de production et de transformation laitières se trouvent en Ontario, en Nouvelle-Écosse, en Alberta et en Colombie-Britannique. La ville de Saint-Hyacinthe, Québec est le centre d'une importante grappe industrielle spécialisée dans l'industrie laitière et la science de l'alimentation. Cette région joue le rôle non seulement d'un foyer de recherche-développement en matière de produits laitiers, de viande et d'ingrédients alimentaires, mais aussi de centre d'incubation pour les nouvelles entreprises de technologie alimentaire avancée et de production de bio-ingrédients. On y trouve maintenant plus de 50 entreprises de transformation d'aliments et établissements de recherche agroalimentaire, liés à d'autres établissements et entreprises des régions de Québec et de Montréal.

LES CÉRÉALES ET OLÉAGINEUX

La production et la transformation des céréales et des oléagineux sont concentrées dans les provinces des Prairies, c'est-à-dire l'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba, ainsi qu'en Ontario. Ce sous-secteur de transformation comprend les segments suivants : la mouture du blé, du maïs et de l'avoine, le maltage, et la production de biscuits, de céréales pour petit

Le Canada et les États-Unis : intégration commerciale unique



déjeuner, de pâtes alimentaires, de gluten, d'amidon et d'huiles végétales. Dans toutes les régions, les entreprises les plus importantes de produits de boulangerie-pâtisserie sont situées près des principaux marchés urbains. On trouve à l'échelle du pays de grandes entreprises indépendantes de produits de boulangerie-pâtisserie.

LA SECONDE TRANSFORMATION

La plupart des industries de seconde transformation, productrices d'aliments préparés, prêts à cuire et prêts à servir pour la vente au détail et la restauration, sont concentrées dans les régions urbaines ou à proximité. Près de 40 % de l'ensemble de la production canadienne d'aliments et boissons à valeur ajoutée se font en Ontario et 25 % au Québec, ces deux provinces étant les plus peuplées du pays.

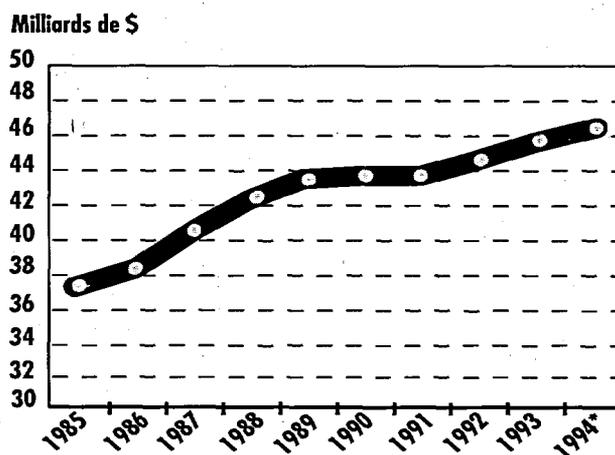
LA CROISSANCE ET LA DIVERSIFICATION

Le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons a connu une croissance considérable au cours de la première moitié de la présente décennie. En effet, de 1990 à 1994, la valeur des expéditions annuelles du secteur a augmenté d'un chiffre estimatif de trois milliards de dollars (voir la figure 5).

En plus de croître, le secteur s'est notablement diversifié. Cette évolution a été stimulée par deux groupes de consommateurs distincts : celui des gens impatientes d'essayer de nouveaux produits alimentaires et celui des groupes ethniques, de plus en plus divers, pour qui ces produits sont des aliments traditionnels.

Les transformateurs canadiens ont réagi à l'évolution des goûts des consommateurs en offrant des produits canadiens concurrençant directement les importations, lesquels ont gagné la faveur d'une fraction importante du marché et stimulé une nouvelle demande. Le meilleur exemple de ce mouvement est le cas des produits laitiers, catégorie de produits d'épicerie dont le volume des ventes au détail a connu la plus forte augmentation en 1994, après les aliments surgelés. Les consommateurs canadiens peuvent maintenant acheter des produits laitiers _ fromages fins, yaourts, tartinades et autres _ faits au Canada qu'ils ne pouvaient auparavant trouver que sous forme d'importations.

Figure 5
Expéditions canadiennes d'aliments et boissons 1985-1994
(en milliards de dollars)



Source : Statistique Canada, Enquête sur les industries manufacturières

*Estimation d'Agriculture et Agroalimentaire Canada

La fabrication de sauces, de conserves et de condiments offre des exemples semblables de diversification. Sont d'abord venues les sauces à base de tomates, piquantes ou autres, d'inspiration mexicaine, bientôt suivies des moutardes préparées, des sauces à bifteck, des marinades et des vinaigrettes. Ces catégories de produits, auxquelles il faut ajouter les sauces sucrées et les fruits en conserve, ont contribué à la pénétration de beaucoup de nouvelles entreprises alimentaires canadiennes sur les marchés aussi bien régionaux que nationaux.

Même certaines industries auparavant considérées comme « mûres » ont vu augmenter de manière spectaculaire le nombre de leurs nouvelles entreprises et de leurs nouveaux produits. Ainsi sont apparus en Ontario, au Québec, en Colombie-Britannique et ailleurs au pays de petits brasseurs indépendants comme Algonquin Breweries et Whistler Brewing. On a assisté à un phénomène semblable dans l'industrie vinicole canadienne, en grande partie du fait d'une spécialisation croissante dans la production, à partir de variétés nouvelles de raisin, de vins de qualité supérieure, plus aptes à concurrencer les crus importés. Dans l'ensemble, la qualité de la production canadienne de vins mélangés et de vins de table s'est améliorée par rapport à la production des régions vinicoles de réputation internationale. On voit maintenant de

petites entreprises, aussi bien dans la brasserie que dans la viticulture, franchir les limites des marchés locaux et régionaux vers des créneaux interprovinciaux et internationaux.

La diversification est aussi stimulée par le secteur de la vente en gros et de la distribution des aliments, très bien développé. Les marques locales d'aliments et boissons transformés peuvent maintenant être distribuées plus largement et offertes à des épiceries de détail et des magasins d'aliments fins situés en dehors de leurs régions de production respectives. De même, le secteur des services alimentaires continue de diversifier leurs menus en offrant de nouveaux produits et en essayant de nouvelles méthodes de préparation des aliments. Ce mouvement a pour effet de diversifier les goûts des consommateurs et de stimuler la demande de produits semblables dans le commerce de détail.

L'EXCELLENCE TECHNOLOGIQUE

Le Canada dispose d'une très bonne capacité de recherche-développement dans le domaine de la transformation des aliments et des boissons. Une grande partie de cette capacité est installée dans les universités, les centres d'études avancées (ou centres d'excellence) parrainés par le secteur et les établissements de recherche de l'État, tous organismes qui peuvent faire état d'une longue, étroite et fructueuse collaboration avec les chercheurs d'entreprises. Étant donné la possibilité de tirer parti de ces compétences et installations variées, le coût de la R-D au Canada peut se révéler très compétitif.

Les établissements de recherche des universités et de l'État réunissent au Canada un nombre impressionnant de chercheurs dans les sciences de l'alimentation et les disciplines connexes. Ces établissements sont groupés dans le Réseau de l'alimentation, qui comprend 12 universités et 18 établissements de recherche alimentaire du gouvernement fédéral et des provinces, dont l'objectif commun est la création d'équipes de recherche interorganismes et multidisciplinaires.

Ainsi le campus de l'Université de la Colombie-Britannique (UBC), à Vancouver,

forme le centre d'une grappe de recherche et de technologie alimentaires ayant de solides compétences en matière de biologie moléculaire appliquée. En plus d'exécuter ses propres programmes de recherche, l'UBC travaille en collaboration avec les chercheurs d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et de la British Columbia Research Corporation. Ce complexe a été encore renforcé par la création en 1994 d'un réseau régional plus structuré d'organismes de recherche, sous la direction de l'UBC Food Research Centre.

D'autres complexes semblables réunissant les ressources des universités, de l'État et du secteur privé ont été formés en collaboration avec l'Université de l'Alberta à Edmonton, l'Université du Manitoba à Winnipeg, et les Universités de Toronto et de Guelph en Ontario. Ainsi le Guelph Food Technology Centre a été constitué par un groupe de représentants du secteur alimentaire et de chercheurs à l'Université de Guelph, par suite de la nécessité de commercialiser les technologies alimentaires élaborées par les chercheurs. Cet organisme est aujourd'hui devenu un partenariat associant des représentants du secteur alimentaire, l'État ontarien, les syndicats et l'Université de Guelph.

Les activités du Conseil de recherches agricoles du Canada (CRAC), organisme national rassemblant des spécialistes en R-D organisés en comités d'experts qui conseillent les organismes de R-D et les investisseurs des secteurs public et privé, accroissent encore l'efficacité des dépenses de R-D agroalimentaire. Le CRAC tient aussi un inventaire des projets canadiens de recherche agroalimentaire pour aider les chercheurs à



former des équipes et à tirer le meilleur parti possible des activités de recherche complémentaires.

LA FERMENTATION

Ces réseaux et associations de R-D mettant en rapport les principaux foyers d'activité scientifique et technologique ont grandement contribué à l'élaboration de produits et de technologies alimentaires de premier plan au Canada. Ainsi le Canada occupe une place prépondérante dans le domaine des technologies et des produits de fermentation utilisés dans la fabrication de la bière, des vins, des spiritueux, des produits de boulangerie-pâtisserie, des aliments lactés et de toutes sortes d'autres produits alimentaires fermentés. Une grande partie de la recherche-développement dans ce domaine est réalisée au Centre de recherche et de développement sur les aliments d'Agri-culture et Agroalimentaire Canada, à Saint-Hyacinthe (Québec).

Les producteurs d'aliments et boissons opérant au Canada tirent parti de ce capital de compétences pour concurrencer les producteurs internationaux. La position dominante du Canada dans les technologies des produits laitiers et de la fermentation permet aux transformateurs canadiens du lait de développer au pays des produits capables de soutenir la concurrence d'un ensemble toujours plus vaste de fromages et autres produits laitiers importés. Le principal fournisseur mondial de levures et de produits connexes est une entreprise canadienne. Le Canada joue aussi un rôle de premier plan dans l'industrie du maltage, en tant que fournisseur privilégié de malt d'orge de qualité supérieure pour les brasseries et les distilleries.

IRRADIATION ALIMENTAIRE

Le Canada présente des capacités exceptionnelles dans le domaine de la technologie d'irradiation alimentaire. En effet,

la société Nordion International Inc., une entreprise canadienne, est le plus important fournisseur d'équipement d'irradiation alimentaire. En effet, cette société a installé au-delà de 170 irradiateurs industriels dans plus de 40 pays. De plus, la société Énergie atomique du Canada Limitée, grâce à son laboratoire de recherche de Whiteshell, au Manitoba, dispose d'une expertise unique dans le domaine du traitement par radiation d'aliments et d'autres produits agricoles. Ce laboratoire est équipé d'un irradiateur à faisceau d'électrons accélérés pour fins de recherche ou d'expériences pré-industrielles. Par ailleurs, le Centre de recherche et de développement sur les aliments, de St-Hyacinthe au Québec, dispose, lui, d'équipement d'irradiation au cobalt 60 utilisé à des fins de recherche et de développement.

L'irradiation alimentaire commerciale demeure un outil de conservation pour certains aliments et produits agricoles au Canada et ailleurs dans le monde. Cependant, étant

« Les produits à valeur ajoutée constituent la voie de l'avenir pour l'industrie alimentaire canadienne, et la difficulté à surmonter dans la production à valeur ajoutée est de trouver des applications aussi bien alimentaires que non alimentaires pour nos produits et nos technologies. »

Don Murray
président-directeur général
Guelph Food and Technology Centre

donné les progrès technologiques continuels, l'irradiation alimentaire sera de plus en plus utilisée à l'échelle industrielle. En 1991, par exemple, les États-Unis ont approuvé l'utilisation de cette technique pour l'élimination de la Salmonella dans les volailles.

LA BIOTECHNOLOGIE

La recherche-développement biotechnologique appliquée à l'agroalimentaire est un exemple particulièrement frappant de la stratégie de collaboration décrite plus haut. Cette activité est concentrée dans trois grappes principales situées en Saskatchewan, en Ontario et au Québec. Ainsi les chercheurs canadiens appliquent la biologie moléculaire à toutes sortes de fins liées à la résistance aux maladies, à la tolérance aux herbicides, aux rendements agricoles et aux profils nutritifs des plantes, en plus de mener des expériences sur la fonctionnalité des aliments de première transformation et des denrées alimentaires de base.

LES HUILES VÉGÉTALES

L'industrie canadienne des huiles végétales s'est illustrée dans la mise au point et la commercialisation internationale de nouveaux produits, dont le plus importants sont le canola et ses dérivés. L'huile de canola connaît une faveur croissante aussi bien pour la consommation directe que comme ingrédient de nombreux produits alimentaires de transformation, traditionnels ou nouveaux. La recherche-développement en cours au Canada à cet égard entraînera la création d'autres huiles comestibles de qualité nutritive supérieure aussi bien que de nouveaux produits non comestibles à base d'huile végétale pour usage industriel.

LES CÉRÉALES ET LES OLÉAGINEUX

On continue d'investir dans les technologies céréalières au Canada par l'intermédiaire d'un réseau national d'organismes de recherche. Ce mouvement de recherche-développement mènera à la création d'un certain nombre de variétés céréalières supérieures sur les plans nutritionnel et fonctionnel qui donneront aux transformateurs canadiens des avantages durables dans la concurrence mondiale sous le rapport tant de la qualité que du coût des intrants. On développera ainsi des céréales à composition protéique et à caractéristiques de transformation supérieures, ainsi que de nouveaux ingrédients alimentaires et aliments fonctionnels à partir de céréales traditionnelles et génétiquement modifiées. Continuant à tirer parti de la longue histoire et de l'enviable réputation du Canada comme pays producteur et exportateur de céréales, les transformateurs canadiens profitent de plus en plus des débouchés qu'offre le marché nord-américain pour les produits céréaliers.

Saskatoon, Saskatchewan, est au coeur du plus grand complexe canadien de recherche-développement en matière de céréales et d'oléagineux, lequel réunit les laboratoires de recherche de l'Université de la Saskatchewan, l'Institut de biotechnologie végétale du Conseil national de recherches, un établissement pilote de production de protéines, huiles et amidons ainsi que de nombreuses entreprises aussi bien canadiennes que multinationales. Ces entreprises ont été attirées à Saskatoon par ce

capital considérable de connaissances et cette infrastructure solide, que l'on doit à des politiques et programmes de R-D bien inspirés ainsi qu'aux investissements directs des ministères et organismes fédéraux et provinciaux.

Le laboratoire de recherche sur les grains de la Commission canadienne des grains, à Winnipeg, au Manitoba, s'est taillé une réputation mondiale pour son expertise dans l'analyse de la qualité des grains.

LES PRODUITS DE LA MER

L'industrie canadienne de la transformation du poisson et des fruits de mer est elle aussi en voie de restructuration du fait de l'apparition de nouvelles technologies et de nouveaux produits. Le Canada est en train de devenir un chef de file mondial dans l'utilisation de ce que l'on considérait auparavant comme des espèces marines de faible valeur comme le pouce pied, l'achigan de mer et plusieurs espèces de poissons de fond du Pacifique. Il est aussi à l'avant-garde en ce qui concerne la transformation des sous-produits en nouveaux ingrédients alimentaires et produits industriels. L'aquiculture canadienne en eau salée et en eau douce acquiert rapidement un caractère plus technologique et plus scientifique. On trouve des centres de recherche-développement en matière de produits de la mer à la Technical University of Nova Scotia (en Nouvelle-Écosse), à l'Université Laval (au Québec) et à la Memorial University (à Terre-Neuve).



LES VIANDES ROUGES

En tant qu'important producteur et exportateur de viandes rouges, le Canada continue d'élaborer de nouvelles technologies de transformation, notamment en matière de manutention, de conservation et d'emballage. Une grande partie de la recherche-développement dans ces domaines se fait dans le cadre de programmes de collaboration préconcurrentiels, dont certains sont financés directement par les associations commerciales en vue d'objectifs communs à par l'ensemble du secteur. Étant donné l'importance de l'industrie des viandes rouges, l'État fédéral a créé plusieurs centres de recherche spécialisés dans ce domaine. Ainsi le Lacombe Research Centre, en Alberta, s'applique à élaborer de nouveaux programmes d'alimentation du bétail et de nouvelles méthodes de classement des carcasses en vue d'accroître le rendement à la transformation, ainsi que de nouvelles méthodes de conservation et de nouvelles techniques d'emballage. À ce travail vient s'ajouter la recherche sur l'élevage porcin et la transformation du porc, notamment le repérage des facteurs génétiques susceptibles de favoriser la production d'une viande de qualité.

UNE RÉPUTATION DE QUALITÉ

Le Canada est réputé pour la qualité supérieure de ses produits agricoles et de ses aliments et boissons. La réglementation régissant la fabrication et la distribution des aliments et des boissons est l'un des principaux facteurs de cette réputation. Elle donne l'assurance aux consommateurs, aussi bien canadiens qu'étrangers, que les aliments transformés au Canada sont salubres et de qualité supérieure et que leur composition et leur valeur nutritive correspondent exactement à ce qui figure sur l'emballage et sur l'étiquette.

L'avantage de ce système national de contrôle de la qualité et de la salubrité se manifeste dans le niveau élevé de confiance des consommateurs à l'égard des aliments vendus au Canada. Une enquête de l'Institut national de nutrition a révélé que la majorité des consommateurs canadiens pense que les aliments vendus dans les supermarchés sont salubres. Qui plus est, le niveau de confiance exprimé par les consommateurs canadiens est en fait plus élevé qu'il ne l'est chez leurs homologues américains ou mexicains.

Le gouvernement fédéral canadien se rend pleinement compte que la réglementation de l'activité économique doit favoriser la compétitivité industrielle en même temps qu'elle sert l'intérêt public. Quelque rigoureux que soit ce système de contrôle de qualité, il n'entrave en rien l'activité des transformateurs canadiens d'aliments. Au contraire, il est l'un des facteurs de la réussite internationale de l'industrie alimentaire canadienne et assure l'avenir de ses produits sur le marché mondial.

Plus important encore, les aliments et boissons produits au Canada sont de plus en plus reconnus à l'étranger, aussi bien par les consommateurs que par le secteur de la restauration. Ainsi, les aliments et boissons canadiens se voient souvent attribuer les premiers prix dans les foires internationales telles que le SIAL. Ces dernières années, les vins, bières, légumes transformés, biscuits et aliments préparés pour végétariens produits au

Canada ont tous remporté des prix importants. Cinq transformateurs canadiens ont ainsi remporté un SIAL d'or au SIAL de 1994 : Supreme Produce Inc. de Calgary, pour ses légumes frais pré-emballés à faire sauter; General Mills Canada de Toronto, pour ses collations de fruits séchés; Yves Veggie Cuisine de Vancouver, pour son pepperoni végétarien; Loblaw's International Brands de Toronto, pour son pâté aux escargots; et Aliments Culinar inc. de Montréal pour ses craquelins. De même, Algonquin Breweries a remporté un prix

« L'établissement
d'Agropur à Notre-Dame-du-
Bon-Conseil, au Québec,
a obtenu le certificat
ISO-9002. Agropur devient
ainsi la première entreprise
nord-américaine de
transformation du lait à
obtenir ce certificat de
l'Organisation internationale
de normalisation, qui comprend
quelque 100
États-membres en plus
du Canada. »

Food in Canada,
Septembre 1994

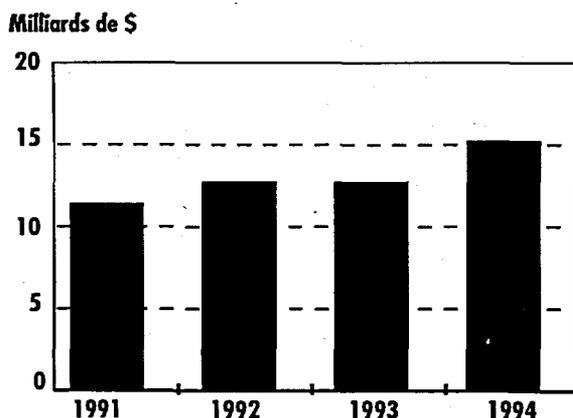
international en 1993, et le plat à base de homard de Sogelco lui a valu en 1995 la Médaille d'or de la Chefs of America Foundation.

LES EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES : UNE PRIORITÉ NATIONALE

Le Canada est depuis longtemps un pays commerçant. Il n'y a donc pas lieu de s'étonner que le secteur de la transformation des aliments et des boissons, si important dans son économie intérieure, occupe aussi une place importante dans son commerce extérieur. Les exportations agroalimentaires par habitant du Canada sont de presque deux fois supérieures à celles des États-Unis. La part du commerce agroalimentaire dans le PIB du Canada fait plus du double de la proportion correspondante aux États-Unis et au Mexique, et elle continue d'augmenter. Les exportations agroalimentaires du Canada ont en effet progressé de plus de 40 % de 1991 à 1994 (voir la figure 6).

Une grande partie de cet accroissement est directement attribuable à l'accès préférentiel au marché américain dont les producteurs canadiens ont commencé à bénéficier après

Figure 6
Exportations agroalimentaires du Canada vers l'ensemble du monde, 1991-1994 (en milliards de dollars)



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux

Figure: 7
Exportations agroalimentaires du Canada vers les États-Unis (en millions de dollars)

	1991	1992	1993	1994
Animaux vivants	872,9	1 245,0	1 363,9	1 309,8
Vianades et sous-produits	698,6	817,8	1 024,9	1 118,2
Boissons	660,4	735,2	797,9	915,5
Céréales	219,4	418,6	560,3	902,1
Produits transformés à base de céréales	302,1	382,5	499,9	642,6
Autres	1 783,4	2 334,0	3 111,3	3 210,2

Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux

l'entrée en vigueur en 1989 de l'Accord de libre-échange entre les deux pays. Il y a de nombreuses catégories d'aliments et boissons où le commerce a augmenté considérablement dans les deux sens.

C'est par exemple le cas des produits à base de blé, notamment la farine, les préparations pour gâteaux, les pâtes alimentaires et les produits de boulangerie-pâtisserie. Le commerce canado-américain de ces produits a augmenté de façon spectaculaire, grâce à la croissance rapide qu'a connue le marché dans les deux pays (voir la figure 7).

La libéralisation des échanges avec le Mexique dans le cadre de l'ALENA stimulera encore plus les exportations agroalimentaires vers ce vaste marché en pleine croissance. Parallèlement, un autre facteur contribuera à intensifier davantage l'activité commerciale du Canada à l'avenir, à savoir la suppression des obstacles intérieurs au commerce qui étaient inhérents aux systèmes de gestion de l'offre et de contrôle de la commercialisation que le Canada appliquait aux sous-secteurs du lait et de la volaille. Si l'on ajoute à cela les dispositions de l'ALENA qui faciliteront l'accès aux matières premières importées, les transformateurs opérant au Canada pourront se procurer plus facilement ces denrées, qu'elles soient produites au Canada, aux États-Unis ou au Mexique.

LE MARCHÉ LE PLUS RICHE DU MONDE

L'ACCÈS AU MARCHÉ DANS LE CADRE DE L'ALENA

Les 370 millions de consommateurs nord-américains forment le marché le plus riche du monde. On y évalue à 850 milliards de dollars le total annuel des ventes d'aliments et de boissons dans le commerce de détail et la restauration (voir la figure 8).

L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis garantit aux entreprises étrangères qui investissent au Canada l'accès en franchise au marché américain. L'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), dont le Mexique est aussi signataire, élargit encore cette garantie en l'appliquant à la plupart des biens et des services.

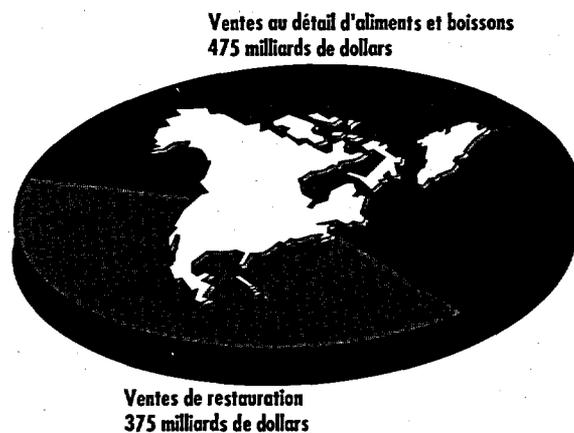
La plus grande partie des exportations canadiennes d'aliments et boissons entre déjà aux États-Unis en franchise de droits. Les droits encore perçus seront supprimés conformément au calendrier prévu dans l'ALE, dont les dispositions continuent de régir le commerce agroalimentaire bilatéral aux termes de l'ALENA.

Dans le cadre de l'ALENA, le Canada a négocié certaines dispositions bilatérales concernant l'agroalimentaire, lesquelles garantissent aux entreprises opérant au Canada un accès préférentiel au marché mexicain. En fait, les exportateurs canadiens d'aliments profitent déjà de la suppression par le Mexique d'obstacles tarifaires aussi bien que non tarifaires.

Étant donné la complexité du commerce nord-américain, l'ALENA prévoit aussi un mécanisme impartial de règlement des différends commerciaux. Le Canada y a déjà eu recours pour faire supprimer les obstacles au commerce d'un certain nombre de produits

canadiens. Le Canada bénéficie déjà d'une exemption particulière des droits de douane américains en vertu de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). La demande d'aliments et boissons continuera d'augmenter en Amérique du Nord. La population totale de celle-ci augmente suivant un taux modeste, mais constant, d'environ 2 % par an, de sorte que le continent comptera près de 400 millions de consommateurs d'ici l'an 2000. Pour donner une idée comparative de la situation, observons que l'augmentation de 30 millions prévue pour les cinq prochaines années dépasse légèrement le chiffre de la population canadienne en 1995.

Figure 8
Le marché le plus riche du monde, 1994



Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada et Département de l'Agriculture des États-Unis

LE CANADA

Le Canada se classe au septième rang du monde pour la taille de l'économie et au deuxième pour le niveau de vie. Selon le *World Factbook* de la Central Intelligence Agency, le revenu canadien par habitant en 1993 était de 26 638 \$, soit le plus élevé du monde après celui des États-Unis. Le pouvoir d'achat des consommateurs canadiens continue d'augmenter. En effet, de 1990 à 1994, les gains hebdomadaires moyens de la population active ont augmenté d'environ 13,5 %. Qui plus est, on prévoit que la croissance économique du Canada sera l'une des plus fortes de l'ensemble des pays industrialisés dans les cinq prochaines années.

Les ménages canadiens (et américains) consacrent en moyenne quelque 12 % de leur revenu disponible à l'alimentation. S'il est vrai que cette proportion est la plus faible du monde industrialisé, le niveau élevé des revenus du pays fait que le marché des aliments et boissons y atteint une taille considérable en chiffres absolus. En 1994, les ventes d'aliments au détail (supermarchés et épiceries) étaient évaluées à 49,6 milliards de dollars et avaient augmenté à un taux annuel moyen d'environ 4 % depuis la récession de 1991.

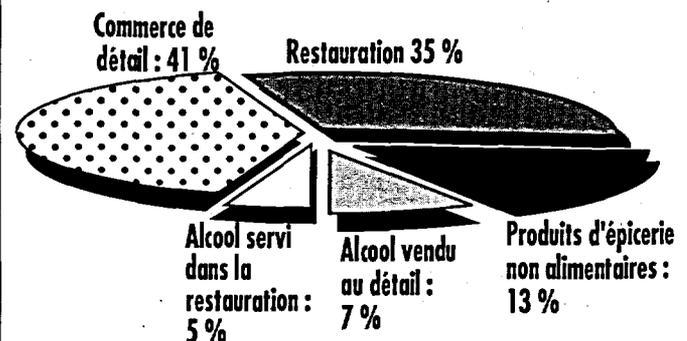
Ces statistiques encourageantes témoignent du fait que les Canadiens ont tendance à adopter rapidement les nouveaux biens de consommation. Ils connaissent bien les marques internationales et les marques les plus vendues aux États-Unis sont pour eux des noms familiers. On voit donc que le Canada est une bonne base à partir de laquelle préparer l'entrée sur les autres marchés de l'Amérique du Nord.

LES ÉTATS-UNIS

En 1994, les consommateurs américains ont acheté pour un chiffre estimatif de 400 milliards de dollars d'aliments et de boissons transformés, y compris les boissons alcoolisées vendues dans les magasins de détail. Ils ont dépensé en plus quelque 275 milliards de dollars dans la restauration, ce chiffre comprenant les boissons alcoolisées servies dans les restaurants et les établissements semblables. On trouvera à la figure 9 une ventilation par secteur du marché américain des aliments et boissons.

Le marché américain est important pour les producteurs canadiens d'aliments et boissons non seulement à cause de sa taille, mais aussi parce qu'il est facilement accessible à partir de tous les principaux centres canadiens de transformation et de fabrication. En effet, environ 90 % de la population canadienne et la plupart des grands centres industriels canadiens se trouvent à moins de 200 kilomètres de la frontière américaine. De plus, le niveau d'intégration élevé des réseaux de transport nord-américains fait que l'on peut atteindre rapidement et de manière économique les principaux marchés américains depuis le Canada, que ce soit par camion, par train, par avion, ou par voie fluviale ou maritime. Par exemple, un camion partant du sud de l'Ontario peut atteindre plus de 110 millions de consommateurs américains en un seul jour. Les provinces de l'Atlantique et le Québec ont facilement accès au marché de la Nouvelle-Angleterre. De même, New York est à un jour de camion de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et du sud de l'Ontario. Enfin, le riche marché californien se trouve à deux jours de route de la Colombie-Britannique et du sud de l'Alberta.

Figure 9
Le marché américain des aliments et boissons, 1994*



Source : Département de l'Agriculture des États-Unis, *Food Marketing Review*

*Chiffres estimatifs.

LE MEXIQUE

Avec sa population de plus de 90 millions, le Mexique constitue un autre marché éventuel important pour les aliments et boissons produits au Canada. Plusieurs facteurs donnent à penser que la demande mexicaine d'aliments transformés sera très forte au cours des prochaines années. Environ 70 % de la population du Mexique habite dans des villes. Environ le tiers de la population du pays vit dans les trois principales régions urbaines, soit Mexico, Guadalajara et Monterrey et presque 70 % des Mexicains ont moins de 30 ans.

Pour les investisseurs internationaux, le principal marché cible au Mexique est celui des ménages à revenu élevé ou moyen, qui représentent 17 % de la population, c'est-à-dire environ 16 millions de consommateurs. Ce groupe est aussi à l'origine d'une part disproportionnée des ventes d'aliments transformés dans les supermarchés et les magasins d'aliments fins et d'importation. Ces consommateurs mexicains à revenu moyen ou élevé achètent aussi des appareils ménagers tels que fours à micro-ondes et à convection, pour lesquels sont conçus beaucoup de nouveaux aliments cuisinés. Composé comme il est de consommateurs instruits, ayant voyagé à l'étranger et connaissant les cuisines étrangères et les produits d'importation, c'est ce segment relativement restreint du marché mexicain qui paraît à court terme le plus prometteur pour les produits alimentaires canadiens.

Les études de marché révèlent que les consommateurs mexicains considèrent en général les aliments conditionnés d'importation comme étant de qualité supérieure à de nombreux produits intérieurs. Les nouvelles préférences des consommateurs, qu'elles soient liées au style de vie ou au souci diététique, ne font que renforcer cette perception. Les études de marché montrent aussi que les consommateurs mexicains estiment de qualité supérieure et d'un bon rapport qualité-prix les aliments et boissons transformés provenant du Canada.

LES PRINCIPALES TENDANCES DU MARCHÉ

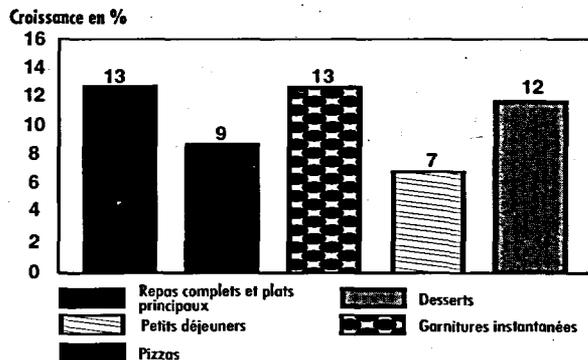
L'ÉVOLUTION DES STYLES DE VIE

Dans un avenir prévisible, le marché nord-américain connaîtra une croissance de soutenue, du fait de l'augmentation de la population, du raffinement croissant des goûts et des préférences des consommateurs. Les exigences des consommateurs sont influencées dans une large mesure par l'évolution des styles de vie. Le vieillissement de la population, la proportion croissante des ménages comptant deux soutiens et des familles monoparentales et l'augmentation de la part des minorités ethniques dans la population sont autant de facteurs qui accroissent la demande de toutes sortes d'aliments préparés.

La consommation par habitant d'aliments transformés à valeur ajoutée augmente plus rapidement que celle des aliments frais. C'est entre autres ce facteur qui explique que l'accroissement des ventes d'aliments et boissons, aussi bien dans le commerce de détail que dans la restauration, dépasse les taux généraux d'augmentation de la population. Ainsi, le chiffre des ventes au détail de produits d'épicerie a augmenté de plus de 5 % au Canada en 1994.

L'augmentation soutenue de la consommation d'aliments surgelés est un exemple de cette structure de croissance (voir la figure 10).

Figure 10
Accroissement des ventes d'aliments surgelés au Canada, 1994



Source : Nielsen Marketing Research



Cette catégorie comprend toutes sortes de plats cuisinés et prêts à servir : desserts, petits déjeuners, amuse-gueule, repas complets et plats principaux. De nouveaux produits continuent d'apparaître sur le marché nord-américain, qui viennent s'ajouter aux gammes traditionnelles de légumes, de poisson, de fruits de mer et de produits de boulangerie-pâtisserie surgelés. Par conséquent, ce sont les produits alimentaires surgelés qui l'emportent sur le plan de l'accroissement des ventes de détail de produits d'épicerie partout au Canada et aux États-Unis.

Les dépenses de restauration représentent une proportion stable (de 38 à 40 %) des dépenses totales de consommation d'aliments en Amérique du Nord et elles augmentent au même rythme que les ventes d'aliments destinés à la consommation domestique. Étant donné le rythme d'innovation dans les menus, la variété des restaurants de spécialités ethniques et la nécessité où se trouvent les entreprises de restauration d'offrir des saveurs, une qualité et des portions uniformes, la demande de ce sous-secteur offre aux transformateurs de nouvelles possibilités d'élargir leur éventail de produits prêts à cuire en portions individuelles.

LA FORTE CROISSANCE DES IMPORTATIONS AMÉRICAINES

Les importations d'aliments et boissons aux États-Unis ont augmenté considérablement ces dernières années, soit de plus de 5 % (un milliard de dollars) par an. Comme il est le principal partenaire commercial des États-Unis, le Canada représente une proportion considérable de cet accroissement qui touche des produits très variés et offre de nombreuses possibilités aux transformateurs opérant au Canada. Les produits à base de graisses et d'oléagineux, les aliments transformés à base de céréales, les fruits et légumes transformés, les sauces et condiments, les aliments de collation, la confiserie, les produits de boulangerie-pâtisserie et les boissons alcoolisées comptent parmi les importations américaines à l'accroissement le plus rapide.

LES SPÉCIALITÉS ETHNIQUES

Les consommateurs nord-américains ont de plus en plus l'habitude de goûter des aliments fins importés. De même, ils sont plus disposés à essayer de nouveaux produits intérieurs inspirés des aliments et boissons d'importation. Il suffit pour s'en convaincre de constater que plus de 12 000 nouveaux produits alimentaires, intérieurs et importés, sont lancés chaque année sur le marché nord-américain.

Les Nord-Américains veulent consommer des aliments plus savoureux et plus variés. Cette tendance a entraîné un accroissement spectaculaire des ventes de sauces, de tartinades et de condiments fins. De 1991 à 1994, les ventes canadiennes des produits de cette catégorie ont augmenté de plus de 30 %.

LES NOUVEAUX INGRÉDIENTS ALIMENTAIRES

L'évolution de la transformation des aliments a aussi créé un marché pour de nombreux nouveaux additifs et ingrédients alimentaires, tirés des activités de première transformation aussi bien que de la biotechnologie appliquée. Les ingrédients alimentaires et aliments fonctionnels de source naturelle font l'objet d'une demande croissante. Ainsi, la recherche biotechnologique, aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, s'intensifie en vue de la production de ces intrants de transformation plus appréciés.

LE SOUCI D'UNE SAINÉ ALIMENTATION

Les profils de la consommation alimentaire ont beaucoup changé en Amérique du Nord au cours de la dernière décennie; le marché s'est en effet orienté progressivement vers une alimentation plus saine suivant la sensibilisation accrue des consommateurs à la nutrition. Cette évolution de la consommation offre de nombreuses possibilités nouvelles aux transformateurs d'aliments et de boissons. Un grand nombre des nouveaux produits qui ont réussi sur le marché ces dernières années contiennent moins de matières grasses et plus de glucides et de fibres alimentaires que leurs homologues traditionnels.

On constate aussi la naissance d'un marché des aliments dits « fonctionnels », c'est-à-dire ayant des avantages reconnus pour la santé et la physiologie, au-delà de leur valeur nutritive de base. Ces nouveaux produits alimentaires ont commencé à apparaître surtout dans les pharmacies et les magasins d'aliments naturels. Les aliments fonctionnels, qui contiennent des ingrédients propres à améliorer la santé, représentent pour les consommateurs une nouvelle source de fibres alimentaires, d'ingrédients à faible teneur en calories et de succédanés du sucre ou des matières grasses.

On constate aussi que les consommateurs canadiens et américains préfèrent maintenant des boissons à plus faible teneur en alcool et que leur demande de boissons alcoolisées se diversifie de plus en plus. Cette évolution a ouvert des débouchés pour beaucoup de

nouveaux produits vinicoles et de brasserie, et de nombreuses entreprises et marques sont apparues pour tirer parti de ces nouveaux créneaux.

La croissance de la demande de boissons non alcoolisées est encore plus spectaculaire. Les eaux en bouteille, les jus de fruits et d'autres boissons prêtes à servir comme le thé glacé comptent parmi les produits alimentaires à la croissance la plus rapide.

LES ALIMENTS PRÉPARÉS

Les consommateurs nord-américains recherchent de plus en plus des aliments prêts à la consommation. Cette caractéristique de la demande a entraîné l'apparition de nombreux produits nutritifs de collation tels que les barres granola, les sachets de fruits déshydratés et de noix, et les portions individuelles de fromage. Le volume des ventes de ces produits et des desserts prêts à servir a augmenté au Canada de plus de 40 % de 1991 à 1994.

Il y a aussi beaucoup de nouveaux produits et de nouveaux débouchés dans le segment des préparations en poudre auxquelles il suffit d'ajouter de l'eau ou qu'on peut faire cuire au four à micro-ondes. Citons l'exemple des vermicelles chinois instantanés, dont les ventes ont augmenté de plus de 50 % de 1991 à 1994. De même, les ventes d'aliments préparés de longue conservation destinés au four à micro-ondes connaissent une forte croissance au Canada et sur l'ensemble du marché nord-américain.

LES POSSIBILITÉS OFFERTES PAR LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES CANADIENNES

L'INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE CANADIEN

L'investissement est d'une importance critique pour le Canada s'il veut rester compétitif sur le marché mondial, mettre au point de nouveaux produits de consommation et augmenter ses exportations d'aliments et boissons. L'investissement étranger a longtemps joué un rôle important dans le développement économique du Canada et il continue d'y soutenir l'expansion du secteur manufacturier et des activités de haute technologie. En fait, le besoin d'investissement est encore plus grand dans un contexte caractérisé par la mondialisation des marchés, la restructuration des entreprises et la nécessité de s'adapter au régime de l'Accord de libre-échange nord-américain.

Le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons cherche activement à attirer de nouveaux capitaux et de nouvelles technologies. Les filiales de sociétés étrangères déjà implantées au Canada déploient plus d'efforts que jamais pour obtenir des exclusivités mondiales ou nord-américaines pour leurs divisions.

Les investissements dans le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons ont augmenté de façon spectaculaire depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Ces investissements sont attribuables non seulement à de nombreux nouveaux

venus sur le marché, notamment des petites et moyennes entreprises, mais aussi à de vieilles sociétés solidement établies dans des segments auparavant considérés comme « mûrs », telles que la transformation des céréales et des oléagineux, la brasserie, la distillerie et la transformation du lait.

La restructuration du secteur « traditionnel » des aliments et boissons est pour l'essentiel achevée au Canada. Le rythme des fusions et autres regroupements d'entreprises s'y est ralenti. Aujourd'hui, l'investissement est de plus en plus orienté vers de nouvelles sociétés et de nouveaux produits et procédés, et son chiffre annuel dépasse maintenant les deux milliards de dollars, somme dont une grande partie sert à remplir les exigences de volume et de qualité des marchés d'exportation. Ce taux de nouvel investissement ne le cède en rien à celui du secteur américain des aliments et boissons.

Le secteur canadien des aliments et boissons attire depuis longtemps les investisseurs étrangers. Les multinationales alimentaires ont investi des capitaux considérables au Canada. Un bon nombre des plus gros transformateurs d'aliments et boissons du monde, notamment

« *Nous sommes le fournisseur des produits d'appellation contrôlée de Wal-Mart. Nous sommes convaincus que nous pouvons soutenir la concurrence sur un marché nord-américain intégré, et notre association avec Wal-Mart en est la preuve. Wal-Mart a demandé des offres aux quatre principaux producteurs nord-américains de pickles. Bick's a concurrencé des sociétés américaines et a rempli tous les critères, dont le plus rigoureux était la qualité.* »

Don Twiner
président
Produits de consommation
Robin Hood Multifoods Inc.

des multinationales américaines du secteur, ont depuis longtemps des intérêts importants au Canada. Ainsi, 16 des 20 plus gros fabricants d'aliments d'Amérique du Nord ont des établissements de transformation au Canada. C'est par exemple le cas de Nestlé, Campbell Soup, Cargill, Nabisco, Heinz et Kraft. De même, 16 des 25 principales chaînes de restaurants nord-américaines occupent une place importante dans la restauration canadienne : les noms tels que McDonald's, KFC et Pizza Hut sont aussi familiers aux consommateurs canadiens qu'à leurs homologues américains. Notons enfin que l'investissement étranger dans le secteur canadien des aliments et boissons a connu un accroissement annuel moyen de 8 % (voir la figure 11).

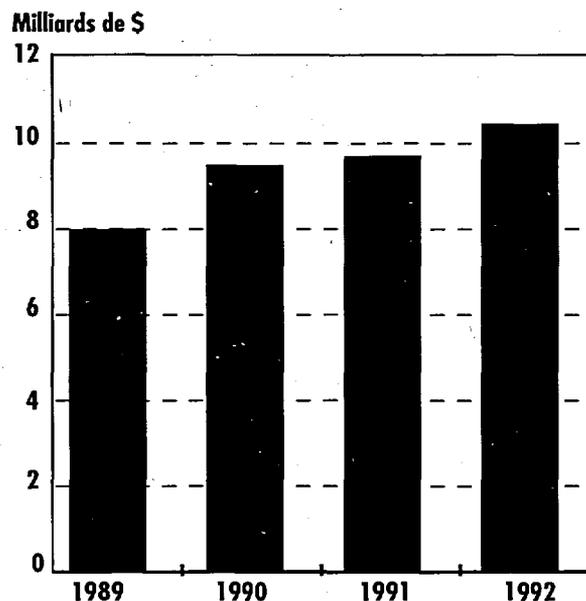
UNE ANALYSE DES POSSIBILITÉS DU SECTEUR

À titre de centre important de la production agroalimentaire nord-américaine, le Canada dispose d'un potentiel considérable et il fait bon accueil aux partenaires étrangers dans tous les segments du secteur de la transformation des aliments et des boissons. Les segments énumérés ci-dessous sont ceux où les tendances du marché ouvrent des perspectives d'investissement et celles pour lesquelles les gouvernements provinciaux recherchent activement de nouveaux investissements.

LES ALIMENTS SURGELÉS

L'orientation des consommateurs vers les aliments surgelés entraîne une croissance rapide de ce segment au Canada, dans le reste de l'Amérique du Nord et ailleurs dans le monde. Pris dans leur ensemble, les aliments surgelés constituent la catégorie de produits dont le volume des ventes au détail augmente le plus rapidement au Canada. Qui plus est, les exportations canadiennes d'aliments surgelés ont progressé rapidement elles aussi ces dernières années. Si les États-Unis restent le principal marché de ces exportations, le Japon et un nombre croissant de pays des Antilles, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud gagnent en importance à cet égard.

Figure 11
Investissements étrangers dans le secteur
canadien de la transformation des aliments
et des boissons, 1989-1992
(données cumulées)

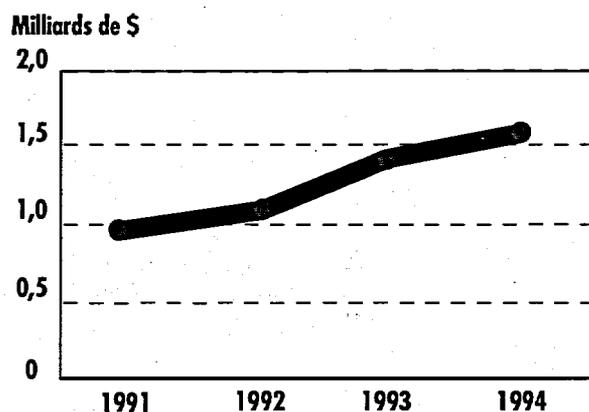


Source : Statistique Canada

LA TRANSFORMATION DE LA VIANDE

En général, les exportations canadiennes de viande et de produits de charcuterie ont augmenté ces dernières années (voir la figure 12 ci-dessous). La demande des produits de charcuterie a connu un accroissement considérable au cours de la même période. Les ventes au détail d'aliments préparés tels que les plats principaux surgelés, les pâtés en croûte et d'autres plats prêts à cuire contenant de la viande ont également eu pour effet de faire augmenter la demande de viande rouge et de volaille comme ingrédients dans les produits de surtransformé. Les exportations de viande rouge ont aussi augmenté de manière spectaculaire. La demande mondiale, en plus d'ouvrir aux investisseurs des perspectives dans le secteur de la transformation, a aussi créé des possibilités d'investissement dans la production porcine.

Figure 12
Augmentation des exportations canadiennes de viande, 1991-1994
 (total des exportations, en milliards de dollars)



Source : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Bureau des marchés internationaux

LES PRODUITS CÉRÉALIERS

Les transformateurs opérant au Canada produisent déjà toutes sortes d'aliments à base de céréales, par exemple de la farine de blé, des préparations pour gâteaux, des pâtes alimentaires, des biscuits, des produits de boulangerie-pâtisserie et des céréales pour le petit déjeuner. La consommation par habitant de produits céréaliers augmente au Canada aussi bien qu'aux États-Unis, par suite d'une sensibilisation croissante aux avantages nutritionnels des céréales, en particulier du fait de leur teneur en fibres alimentaires. Mais ces produits traditionnels ne sont pas les seuls dont la croissance du marché nécessitera l'élargissement du potentiel de fabrication : la recherche actuelle ouvre la voie à de nouvelles possibilités d'investissement dans les ingrédients alimentaires à forte valeur ajoutée, tout comme elle tient compte de la contribution des aliments fonctionnels à l'amélioration de l'alimentation et de la santé. Ces nouveaux produits trouveront immédiatement des marchés internationaux et offriront des possibilités de coentreprises réunissant les sociétés déjà bien établies et les nouvelles entreprises implantées au Canada.

LES BIO-INGRÉDIENTS

Le Canada est un chef de file mondial de la biotechnologie appliquée à l'alimentation,

notamment en ce qui concerne les plantes cultivées et génétiquement modifiées. Les bio-ingrédients alimentaires sont déjà utilisés un peu partout au Canada, aux États-Unis, au Japon et en Europe, en particulier dans la fabrication d'aliments et boissons lactés et fermentés. Les bio-ingénieurs à l'oeuvre dans les centres de recherche du Canada mettent au point des levures, des enzymes ainsi que des colorants, parfums, agents de conservation et agents émulsionnants naturels. Les entreprises canadiennes de biotechnologie alimentaire recherchent activement des investisseurs afin d'être mieux en mesure de répondre à la demande mondiale.



LES ALIMENTS DE COLLATION

Les Canadiens, tout comme les Américains, consomment de plus en plus d'aliments de collation. Cette catégorie comprend aussi bien les aliments traditionnels tels que les chips et les bretzels qu'un nombre croissant de nouveaux produits. De plus, étant donné l'importance qu'on accorde actuellement à la santé et à la forme physique, une nouvelle génération de craquelins, de produits à base de noix, de mélanges de noix et de collations à base de céréales est en train de gagner la faveur des consommateurs nord-américains. C'est là un sous-secteur de la transformation des aliments où de nouvelles entreprises et de nouveaux produits ont pu s'implanter avec succès sur le marché canadien.

LES SAUCES ET LES CONDIMENTS

Le volume des ventes des sauces, vinaigrettes, condiments, marinades et fruits en conserve a connu un accroissement considérable au Canada et aux États-Unis ces dernières années. Cette évolution a suscité l'apparition de nombreuses PME canadiennes axées sur les marchés non seulement locaux mais aussi régionaux. Beaucoup de ces nouvelles entreprises songent à l'expansion, ce qui exigera une quantité considérable de nouveaux investissements. Il faut ajouter ici que cette activité de transformation plus poussée suscite l'intérêt des gouvernements parce qu'elle peut se dérouler dans un grand nombre de régions du Canada et n'a pas à se limiter aux régions traditionnelles de culture des fruits et légumes.

LES PRODUITS DE LA MER

Le secteur canadien des produits de la pêche fait l'objet d'une restructuration importante, qui s'accompagne de l'élaboration de nouvelles méthodes de transformation, de nouveaux types de produits à base de poisson et même de sous-produits destinés à l'industrie. Étant donné la diminution des populations sauvages d'espèces traditionnelles, les entreprises canadiennes de ce segment, comme celles d'autres pays, ont intensifié leurs efforts de R-D pour mettre au point de nouveaux produits à partir d'autres espèces auparavant considérées comme peu exploitables. Pour favoriser ce mouvement, le gouvernement canadien encourage activement les nouveaux investissements sous la forme de coentreprises internationales et d'autres types d'alliances stratégiques.

LES BOISSONS

Au cours des dix dernières années, les Nord-Américains ont adopté avec enthousiasme toutes sortes de nouvelles boissons. Les eaux en bouteille, plates et gazeuses, les eaux minérales parfumées, les jus de fruits, les boissons non alcoolisées à base de jus, les concentrés, les suppléments diététiques, les mélanges en cristaux ainsi que le thé glacé prêt à servir, en boîte ou en bouteille, comptent parmi les produits de ce type dont le marché continue à croître sensiblement. En 1994, le thé glacé prêt à servir était le produit alimentaire dont les ventes avaient le plus augmenté par rapport à celles de l'année précédente.

S'il est vrai que le marché d'un grand nombre de ces boissons est dominé par les produits de marque des multinationales, plusieurs fabricants canadiens de boissons ont créé des établissements pour répondre aux besoins des marchés régionaux et veulent maintenant réorienter leurs opérations pour mieux

approvisionner les marchés de diverses régions du Canada aussi bien que des États-Unis. Les nouveaux investissements seront essentiels à l'exécution de leurs projets.

LES SPÉCIALITÉS ETHNIQUES

On constate aussi bien au Canada qu'aux États-Unis un accroissement rapide de la proportion des minorités ethniques dans la population nationale, mouvement accéléré par le déplacement des pays d'origine des immigrants depuis l'Europe vers l'Afrique, l'Asie et l'Amérique latine. Ces minorités ethniques constituent autant de créneaux éventuels pour les aliments et boissons produits au pays qui pourraient supplanter les produits qu'on importe actuellement pour répondre à leurs goûts et habitudes alimentaires.

« **Nous avons pris conscience du besoin et nous avons investi 35 millions de dollars dans notre usine manitobaine de frites surgelées. Aujourd'hui, nous sommes le principal fournisseur de McDonald's au Canada et, grâce à la qualité supérieure de nos produits et à nos coûts concurrentiels, nous approvisionnons aussi d'autres marchés américains.** »

Frank Cella,
président du conseil d'administration et de la société,
Nestlé Canada Inc.

LE CANADA : L'ENDROIT IDÉAL OÙ INVESTIR

UN CLIMAT FAVORABLE À L'INVESTISSEMENT

Le Canada fait bon accueil aux investisseurs étrangers et a pris des mesures concrètes pour créer un climat plus favorable à l'investissement étranger. Les lois canadiennes régissant la propriété étrangère ont été révisées en profondeur au cours de la dernière décennie. Ainsi, la participation étrangère dans les entreprises agroalimentaires canadiennes n'est plus soumise à aucune restriction, pas plus que le rapatriement des investissements ou des bénéfices par les investisseurs étrangers.

Pour ce qui est des règles régissant l'acquisition des entreprises canadiennes, seules les opérations dépassant un seuil déterminé sont assujetties au contrôle du gouvernement fédéral. On ajuste ces seuils périodiquement pour compenser les effets de l'inflation ou les fluctuations des taux de change, et ils sont les mêmes pour tous les membres de la nouvelle Organisation mondiale du commerce (OMC). De plus, les acquisitions indirectes, c'est-à-dire les prises de contrôle de sociétés mères à l'extérieur du Canada, ne sont plus assujetties à un examen par le gouvernement fédéral.

Il n'y a pas de contrôle des changes au Canada et la monnaie canadienne peut être convertie librement en dollars américains ou en d'autres devises. L'État canadien pratique la déduction d'impôts à la source (à un taux légal de 25 %) sur certaines catégories de dividendes, intérêts, salaires, gratifications, commissions et autres sommes versées à des non-résidents pour services rendus. Ces impôts, cependant, peuvent être réduits à 15, 10 ou 5 % ou être entièrement supprimés dans le cadre de conventions fiscales bilatérales.

LES INFRASTRUCTURES, LES FOURNISSEURS ET LES SERVICES AUX ENTREPRISES

Les transformateurs d'aliments et boissons opérant au Canada bénéficient de secteurs d'amont et d'appoint bien établis et compétitifs. Ainsi les principaux secteurs de services tels que les transports ferroviaires et aériens et le camionnage deviennent de plus en plus compétitifs quant aux coûts du fait de la déréglementation et de la libéralisation des échanges. Les entreprises canadiennes de transport ont l'habitude de faire affaire avec le secteur des aliments et boissons et offrent des services et équipements spéciaux pour lui permettre d'atteindre l'ensemble des marchés nord-américains.

L'infrastructure canadienne de transports est à l'avant-garde du monde industrialisé. Les aéroports canadiens desservent l'ensemble des grandes villes d'Amérique du Nord et du monde, et nos services de fret aérien assurent la livraison en 24 heures partout en Amérique du Nord. Les entreprises canadiennes vont bientôt bénéficier d'une expansion spectaculaire des liaisons aériennes grâce à un nouvel accord canado-américain signé en 1995, dit accord « Cielles ouverts ». Cet accord donne aux transporteurs canadiens le droit sans réserve de desservir n'importe quelle destination des États-Unis à partir de n'importe où au Canada. Les sociétés aériennes américaines auront le même droit pour toutes les destinations canadiennes à l'exception de Toronto, Montréal et Vancouver.

Les camionneurs ont accès durant toute l'année à un réseau routier très développé et bénéficient de services efficaces aux postes frontières et aux bureaux de douane. Le réseau ferroviaire canadien, qui s'étend d'un océan à

l'autre, fait partie intégrante du réseau nord-américain reliant les trois pays signataires de l'Accord de libre-échange nord-américain. On trouve aussi au Canada, sur les deux côtes, d'excellentes installations portuaires convenant à tous les types de navires et de cargos; le pays compte au total 15 grands ports internationaux, aussi bien maritimes que fluviaux.

Pour les investisseurs internationaux qui comparent les avantages nets de différents pays, l'infrastructure et les services de télécommunications sont devenus des facteurs d'importance critique et parfois déterminante. Dans ce domaine, le Canada offre des réseaux et un ensemble de services qui ne le cèdent à aucun autre pays du monde. Les entreprises canadiennes ont déjà le meilleur accès aux services de télécommunications parmi les pays du G-7. La déréglementation en cours du secteur des télécommunications entraîne une baisse remarquable des coûts. De plus, les investissements massifs du secteur privé dans l'autoroute de l'information accroîtront davantage l'avance du Canada sur le plan de l'infrastructure.

Le Canada est doté d'abondantes réserves de combustibles fossiles, d'énergie hydro-électrique et d'énergie nucléaire pour le secteur manufacturier. Il maintient aussi en état l'infrastructure nécessaire pour distribuer ces ressources énergétiques à tous les principaux centres de transformation. En plus, les transformateurs canadiens d'aliments ont accès à la plus abondante réserve d'eau douce du monde, celle-ci étant, comme on sait, un ingrédient essentiel de la plupart des aliments et boissons transformés.

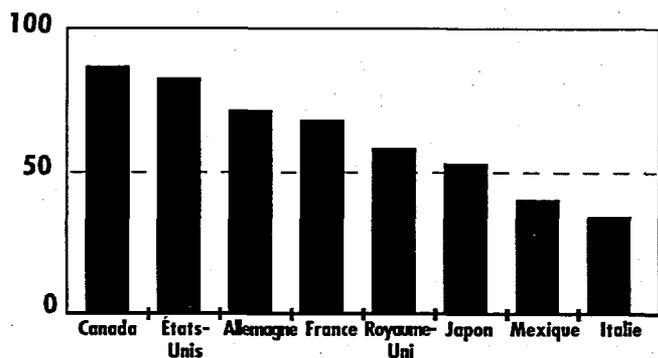
Le Canada a aussi accès à une offre abondante de matériaux d'emballage; de plus, des entreprises de conception d'emballages et d'étiquettes ainsi que des fabricants d'équipement d'emballage d'envergure mondiale y approvisionnent les industries alimentaires. Il est l'un des cinq premiers fournisseurs d'équipement d'emballage des États-Unis et l'une des principales sources d'approvisionnement du secteur américain des aliments et boissons en emballages de papier, de plastique, de métal, de verre et de matériaux composites.

L'importance de longue date du secteur des aliments et boissons a aussi favorisé le développement d'autres industries en amont d'importance telles que l'industrie des équipements de transformation des aliments, les services d'ingénierie et de construction des installations de production. En outre, les entreprises canadiennes de micro-électronique et de technologie de l'information sont devenues des chefs de file mondiaux dans l'application de leurs techniques à la transformation, à l'entreposage et à la distribution des aliments et boissons. Les principaux équipements et techniques de transformation des aliments et des boissons ne sont pas tous d'origine canadienne, mais ils sont tous facilement accessibles aux transformateurs canadiens.

Le Canada se classe au troisième rang des pays industrialisés sous le rapport du rendement des marchés de capitaux et de la qualité des services financiers. Les banques canadiennes, qui offrent des services de prêt aussi bien que de placement, comptent parmi les plus importantes d'Amérique du Nord. Des sociétés de fiducie, des établissements financiers coopératifs et des compagnies d'assurances sont là pour offrir d'autres services financiers. En outre, un grand nombre des principales banques, des maisons de courtage de valeurs et des compagnies d'assurances du monde ont des bureaux au Canada. La plupart des institutions financières et un bon nombre d'associations professionnelles et de cabinets de spécialistes (technologie et gestion de l'information, comptabilité, génie, conseils juridiques, communications) peuvent aussi se révéler utiles aux investisseurs étrangers.

Dans son ensemble, l'infrastructure industrielle du Canada est l'une des plus complètes du monde. Comme on le voit à la figure 13, le *World Competitiveness Report* de 1994 classait le Canada au premier rang sous le rapport des ressources mises à la disposition des entreprises.

Figure 13
Ressources à la disposition des entreprises



Les pays sont notés sur 100

Nota : La cote (0=la plus basse, 100=la plus élevée) mesure la qualité et la quantité disponible des ressources énergétiques, des routes, des chemins de fer, des transports aériens, des ports, des télécommunications et des ordinateurs.

Source : World Competitiveness Report, 1994. Davos: World Economic Forum, 1994.

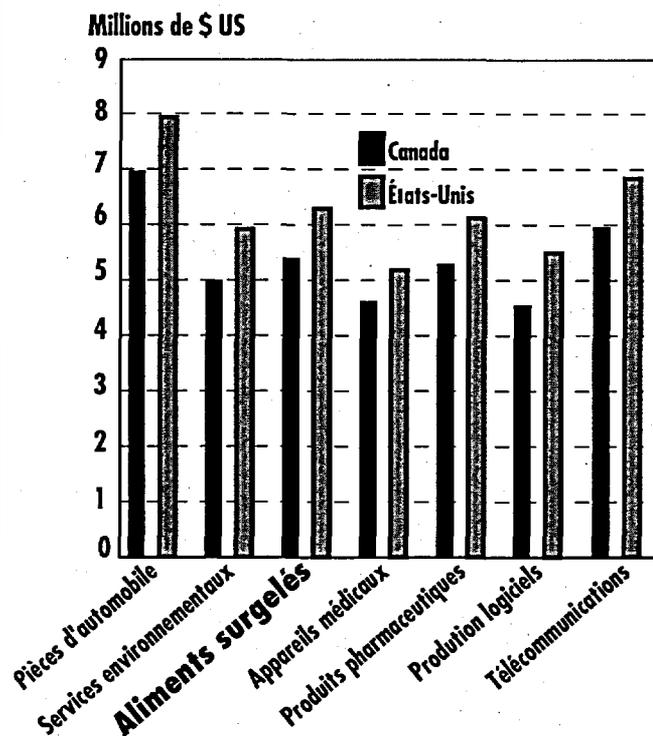
LES AVANTAGES SUR LE PLAN DES COÛTS

La richesse de l'infrastructure canadienne entraîne des avantages considérables sur le plan des coûts. Dans une étude récente, KPMG Management Consulting comparait divers secteurs d'activité canadiens et américains sous le rapport de la structure de leurs coûts (voir la figure 14). De même, les auteurs comparaient les coûts liés à l'investissement dans des villes-types des deux pays. La conclusion d'ensemble était que les coûts liés à l'emplacement étaient inférieurs au Canada. Le rapport, qui comparait huit agglomérations canadiennes et sept américaines, donnait à des villes canadiennes les six premiers rangs à l'égard de l'ensemble des coûts. Les critères de la comparaison étaient les suivants :

- les coûts d'établissement initial, notamment l'acquisition du terrain et la construction;
- les coûts de main-d'oeuvre, notamment les salaires, les charges et avantages sociaux prévus par la loi et les régimes d'employeur;
- les coûts d'électricité;
- les coûts de transport;
- les frais d'intérêts;
- les charges fiscales, notamment les impôts sur le revenu, déduction faite des crédits d'impôts à la recherche.

Par exemple, KPMG a confirmé que le total des coûts de main-d'oeuvre pour l'employeur (rémunération proprement dite et charges et avantages sociaux) est moins élevé dans les principaux centres manufacturiers du Canada que dans ceux des États-Unis. En raison du faible taux d'inflation qui caractérise notre économie depuis 1990, le Canada occupe le deuxième rang des pays du G-7 en ce qui concerne la faiblesse de l'augmentation des salaires (voir la figure 15 ci-dessous). Les autres coûts liés à la main-d'oeuvre tels que les charges sociales et les primes d'assurance-maladie payées par l'employeur, sont sensiblement moins élevés pour les entreprises canadiennes que pour leurs homologues américaines.

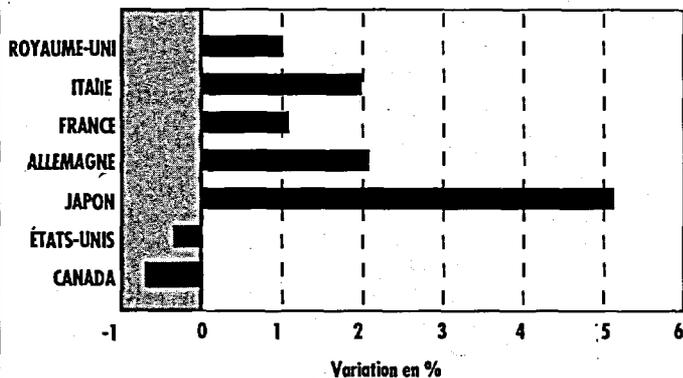
Figure 14
Coûts liés à l'emplacement, selon la branche d'activité* (moyenne annuelle sur dix ans des coûts liés à l'emplacement)



*Moyenne annuelle exprimée en millions de dollars américains.

Source : KPMG, A Comparison of Business Costs in Canada and the United States, mars 1995.

Figure 15
Accroissement des coûts unitaires de main-d'oeuvre dans la fabrication, 1992-1994*
(variation annuelle moyenne exprimée en pourcentage)



*Estimation pour 1994

Source : FMI, *Perspectives de l'économie mondiale*, octobre 1994

Les coûts du personnel administratif et de spécialistes dans les principales villes canadiennes ne le cèdent en rien à ceux des autres pays. De même, les coûts canadiens de ressources humaines en recherche-développement sont très compétitifs.

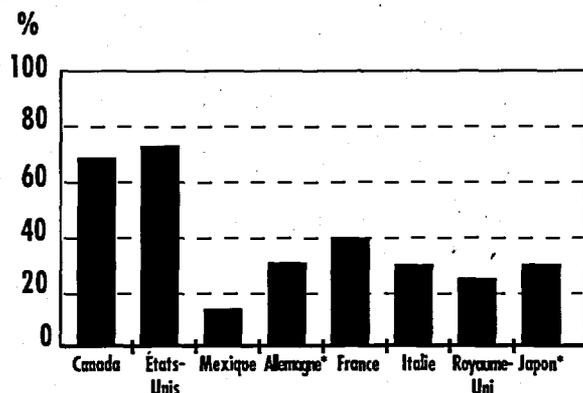
DES RESSOURCES HUMAINES QUALIFIÉES

Une enquête récente sur les entreprises et associations industrielles du secteur canadien des aliments et boissons révèle qu'on peut trouver dans pratiquement toutes les régions du Canada un vaste bassin de personnes ayant les compétences voulues. Cette abondance de ressources humaines qualifiées est attribuable au fait que le Canada, selon les statistiques de l'OCDE, compte parmi les quatre pays du monde consacrant la plus grande part de leur produit intérieur brut au financement public de l'éducation. Presque les deux tiers des Canadiens de 20 à 24 ans font des études postsecondaires, ce qui constitue l'un des taux les plus élevés du monde (voir la figure 16).

Afin de maintenir la concordance de l'offre et de la demande de ressources humaines, les universités et les collèges communautaires du Canada adaptent à l'évolution des exigences du secteur leurs programmes de science et de technologie alimentaires ainsi que de disciplines techniques et de gestion connexes. Les établissements canadiens d'enseignement postsecondaire affectent aussi des ressources supplémentaires à leurs programmes d'éducation permanente. Ainsi reconnaît-on, de façon générale, la nécessité d'une éducation et d'une formation ciblées et d'un apprentissage permanent afin qu'employés et employeurs puissent s'adapter avec succès à l'évolution des technologies et de la demande de compétences professionnelles.

Ce même impératif a amené les employeurs canadiens à consacrer 1,4 milliard de dollars par an à des programmes de formation structurée. De même, l'État affecte deux milliards de dollars par an à la formation professionnelle. Les programmes fédéraux offrent une aide financière considérable aux entreprises désirant former leurs travailleurs. Élaborés de concert avec le secteur privé et les administrations provinciales, ces programmes permettent aux travailleurs du secteur privé de recevoir le soutien financier nécessaire pour la formation et le recyclage, tant dans des établissements d'enseignement qu'en cours d'emploi.

Figure 16
Pourcentage de 20-24 ans inscrits à des programmes d'études postsecondaires (en pourcentage)



*Les données de l'Allemagne et du Japon s'appliquent à 1989, et les autres à 1990.

Source : *World Competitiveness Report*, 1994. Davos: World Economic Forum, 1994.

Un certain nombre d'industries de fabrication du secteur privé canadien ont créé des *Conseils sectoriels de formation* pour satisfaire leurs besoins particuliers. Avec le soutien du ministère fédéral du Développement des ressources humaines, on a déjà commencé les travaux préliminaires pour remplir dans le cadre de ce modèle les besoins respectifs des sous-secteurs canadiens des fruits de mer, de viande et des produits laitiers, auxquels se joindront bientôt d'autres segments de la transformation des aliments et des boissons.

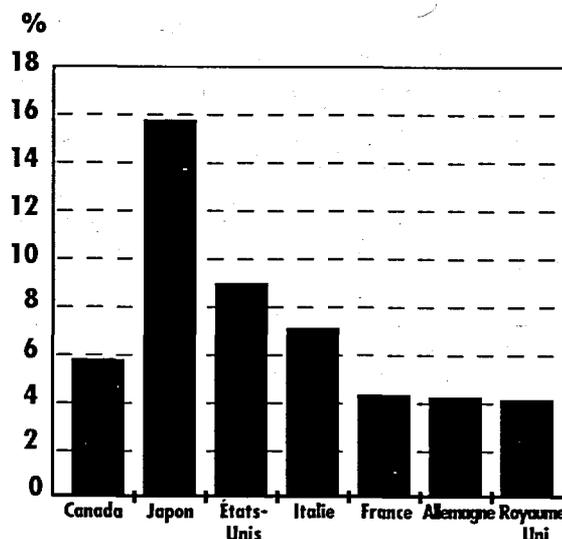
Dans le cadre de ces programmes, les associations industrielles déterminent actuellement les principaux établissements de formation et d'enseignement du monde entier qui offrent des programmes d'apprentissage et de formation professionnelle aux travailleurs du secteur de la transformation des aliments et des boissons. On veut ainsi remplir les besoins de compétences auxquels ne suffit pas la base canadienne actuelle de ressources humaines, en recrutant des diplômés de ces établissements étrangers et en y envoyant des travailleurs et spécialistes canadiens pour y recevoir une formation supérieure.

DES PROGRAMMES FISCAUX ET SOCIAUX COMPÉTITIFS

Le régime canadien d'impôt sur le revenu des sociétés soutient la comparaison avec celui des autres pays industriels avancés (voir la figure 17). L'économie canadienne étant si étroitement liée à celle des États-Unis, les administrations publiques canadiennes sont conscientes de la nécessité de faire en sorte que le régime d'imposition ne nuise pas à la compétitivité.

Le Canada a supprimé progressivement les droits de douane sur un bon nombre d'intrants en provenance des États-Unis et sur les équipements de fabrication et de transformation importés d'autres pays. Il a aussi aboli la taxe de 25 % qu'il percevait sur les biens manufacturés et l'a remplacée par une taxe sur les produits et services (TPS) de 7 %. Cependant, la plupart des aliments et boissons vendus au détail au Canada sont exempts de la TPS. Les exportations canadiennes, y compris tous les aliments et boissons transformés, sont aussi exemptes de la TPS, ce qui accroît la compétitivité de ces produits sur les marchés internationaux.

Figure 17
Ratio de l'impôt sur le revenu des sociétés au total des recettes de l'État dans les principaux pays industrialisés, 1993 (en pourcentage)



Source : Ministère des Finances, Tableaux de référence économiques et financiers, 1994

Des études montrent que, considérés dans leur ensemble, les taux réels d'impôt sur le revenu des sociétés au Canada sont comparables à ceux des États-Unis et sont même légèrement inférieurs dans certains cas (voir la figure 18 plus loin). Si l'on tient compte des impôts sur la main-d'oeuvre, des primes d'assurance-maladie des travailleurs et des crédits d'impôt remboursables à la formation, les charges fiscales et sociales des entreprises opérant au Canada ne le cèdent en rien à celles qu'imposent les États-Unis, qui sont à la fois le principal concurrent et le principal marché d'exportation du Canada.

Afin d'aider les transformateurs opérant au Canada à acquérir les technologies et équipements de transformation d'aliments qui ne sont pas d'origine canadienne, le gouvernement canadien a établi une structure tarifaire propre à stimuler le transfert et l'adaptation au pays des technologies étrangères. Il s'ensuit que les transformateurs canadiens d'aliments ont à leur disposition les meilleurs équipements, procédés et méthodes de contrôle de qualité qu'on puisse trouver dans le monde.

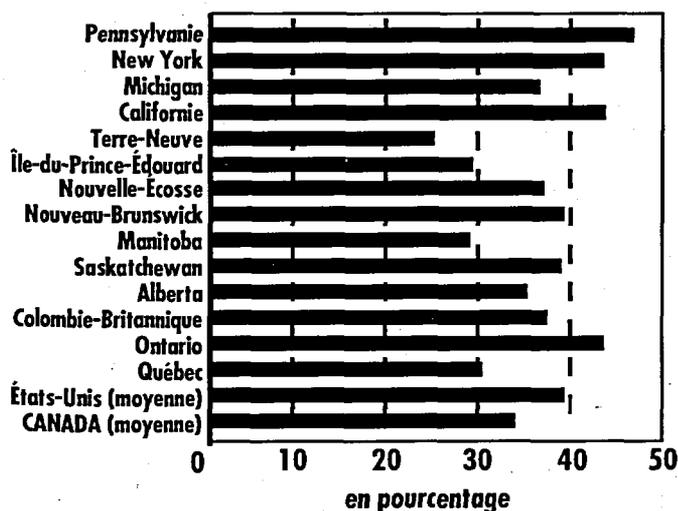
DE GÉNÉREUSES INCITATIONS À LA R-D

Des études récentes ont aussi montré que le Canada accorde à ses entreprises le traitement fiscal le plus généreux de l'ensemble des principaux pays industrialisés sous le rapport des dépenses de R-D. Des incitations fiscales aux dépenses en R-D sont prévues aussi bien par l'État fédéral que par plusieurs administrations provinciales. Selon une étude récente du Conference Board du Canada, le régime canadien d'impôt sur le revenu des sociétés offre dans l'ensemble des stimulants à la R-D supérieurs à ceux de neuf autres pays avancés (voir la figure 19).

UNE QUALITÉ DE VIE SUPÉRIEURE

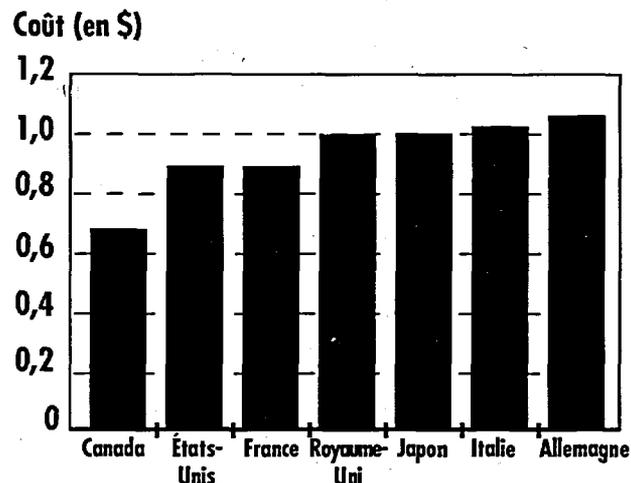
Les grandes villes canadiennes font partie du peloton de celles qui offrent une excellente qualité de la vie. Dans son enquête de 1995 sur les avantages de 118 villes du monde comme lieux d'implantation d'entreprises, le Corporate Resources Group (CRG) de Genève a classé cinq villes canadiennes parmi les treize premières du monde. Vancouver venait immédiatement après Genève; Toronto se classait quatrième après Vienne; Ottawa occupait le sixième rang après

Figure 18
Comparaison des taux d'impôt sur les revenus des fabricants, 1995 (ensemble des taux fédéraux et provinciaux ou d'État)



Source : Ministère des Finances, Gouvernement du Canada, 1995

Figure 19
Comparaison des traitements fiscaux de la R-D (revenu avant impôt nécessaire pour effectuer l'équivalent d'un dollar de recherche)



Source : Conference Board du Canada, *Traitement fiscal de la R-D au Canada une comparaison internationale*, juin 1994

- Notes : 1) Les statistiques canadiennes sont fondées sur le régime fiscal du Québec et celles des États-Unis sur le régime californien.
2) Le ratio-B est le rapport entre la valeur actualisée du rendement du projet avant impôt et la valeur actualisée du coût auquel le projet devient rentable.

Luxembourg; Montréal obtenait la huitième place, avant Dusseldorf, Singapour, Auckland et Oslo; Calgary, enfin, arrivait treizième, devant Munich. Le système de notation du CRG est fondé sur 42 critères, notamment le contexte politique et social, la sécurité des personnes, l'infrastructure publique, la santé et l'éducation.

LE SOUTIEN DE L'ÉTAT

Les ministères et autres organismes gouvernementaux au Canada continuent, d'accorder un soutien important à l'établissement et à l'expansion des entreprises. Les administrations fédérale, provinciales et municipales offrent toutes sortes de programmes d'aide et chacune a prévu des incitations fiscales et autres mesures pour les projets d'expansion ou de premier établissement, de R-D, de vente à l'étranger, de création d'emplois et de formation professionnelle.

LE SOUTIEN DE L'ÉTAT FÉDÉRAL

Les ministères fédéraux aident l'industrie à :

- obtenir une information pratique et ciblée sur les marchés;
- à acquérir et à adapter des technologies;
- à mettre au point de nouveaux produits et procédés;
- à perfectionner les ressources humaines;
- à former des alliances stratégiques et des partenariats;
- à développer des marchés d'exportation.

En sa qualité de principal ministère fédéral chargé du soutien du secteur de la transformation alimentaire, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) joue, en collaboration avec l'industrie, un grand rôle dans le domaine de la recherche-développement. Il a ainsi créé un Programme de partage des frais pour l'investissement dans la R-D, en vue d'accroître les activités de recherche concertées avec le secteur privé. Dans le cadre de ce programme, le Ministère engagera des dépenses égales à celles de ses partenaires du secteur privé dans des projets mixtes de recherche agroalimentaire, veillant à ce que la recherche soit conforme aux priorités de l'industrie et contribue à l'accélération du transfert de technologie. On prévoit que ce programme fera tripler l'ensemble des dépenses privées et publiques en R-D, qui devraient passer de 20 millions de dollars en 1995 à quelque 60 millions en 1999. AAC déploie aussi des efforts considérables pour faire en sorte que les produits alimentaires vendus aux consommateurs canadiens et sur les marchés internationaux soient salubres et de qualité supérieure.

On peut bénéficier de ces services et programmes dans toutes les régions du pays en s'adressant aux Centres de services aux entreprises du Canada et autres bureaux fédéraux situés dans les principales villes du pays de Vancouver à Halifax.

Mais il n'y a pas que ces programmes d'application nationale; les investisseurs peuvent aussi obtenir d'autres formes d'aide à l'investissement offertes par des organismes fédéraux de développement régional tels que Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, l'Initiative fédérale du développement

économique du Nord de l'Ontario (FEDNOR); l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement économique des régions du Québec (EDER). Ces organismes peuvent accorder une aide financière pour le démarrage, les études de marché, la promotion, les études de faisabilité et la mise au point de nouveaux produits et procédés.

LE SOUTIEN DES ADMINISTRATIONS

PROVINCIALES ET MUNICIPALES

Les provinces canadiennes et les municipalités importantes s'occupent activement de faire valoir leurs propres régions et leurs propres avantages concurrentiels, de sorte que, dans la plupart des cas, elles offrent divers services aux investisseurs étrangers éventuels. Il arrive souvent que ces services complètent ceux qu'offrent les organismes et ministères fédéraux. Il est aussi possible pour les entreprises de constituer des formules personnalisées de soutien de plusieurs administrations, en fonction de leurs besoins particuliers.

Les ministères provinciaux de l'Agriculture, des Pêches, de l'Alimentation et les ministère de développement économique jouent aussi un rôle dans le réseau canadien de recherche-développement agroalimentaire. Les administrations provinciales financent des projets de R-D dans les universités, les établissements de recherche et les centres de développement des technologies alimentaires. En outre, certaines provinces financent et gèrent des « centres d'incubation » pour aider le secteur de la transformation des aliments à commercialiser de nouveaux produits et procédés et pour contribuer à l'établissement de nouvelles entreprises dans ce secteur.

La plupart des gouvernements provinciaux du Canada ont dressé une liste de priorités pour l'investissement dans le secteur de la transformation des aliments et des boissons en fonction des débouchés et avantages concurrentiels régionaux et ont élaboré des stratégies d'investissement en conséquence. Ils sont disposés à aider les investisseurs éventuels en leur fournissant une information détaillée sur les marchés régionaux, les coûts et l'offre d'intrants, l'infrastructure de transports, les régimes fiscaux provinciaux et les incitations à l'investissement.

SOURCES D'INFORMATION COMPLÉMENTAIRE

On pourra obtenir de plus amples renseignements sur l'investissement dans le secteur canadien des aliments et boissons et sur la manière dont les administrations fédérale et provinciales peuvent aider les investisseurs éventuels de l'étranger en s'adressant à l'ambassade, au haut-commissariat ou au consulat canadien le plus proche, ou encore, sur le territoire canadien, aux services suivants :

ADMINISTRATION FÉDÉRALE

1) Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Direction générale de l'investissement et de la technologie
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Tél. : (613) 992-4916
Télé. : (613) 996-1370

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) est l'organisme fédéral le plus directement engagé dans le développement du commerce. L'InfoCentre est son service d'information publique et la porte d'entrée de son réseau d'information commerciale.

InfoCentre

Tél. : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télé. : (613) 996-9709
FaxLink* : (613) 944-6500

**Le FaxLink est un système de réponse automatique par télécopieur par lequel on peut obtenir des fiches documentaires sur les secteurs de marché et les sujets liés à l'investissement. Il suffit pour cela de composer le numéro ci-dessus sur le clavier de votre télécopieur et de suivre les instructions vocales.*

2) Agriculture et Agroalimentaire Canada

Bureau des aliments
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Édifice Sir John Carling
930, avenue Carling
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0C5
Tél. : (613) 759-1000
Télé. : (613) 759-7480

Le Bureau des aliments travaille en collaboration étroite avec les associations commerciales et peut offrir des renseignements complémentaires sur les marchés et les conditions d'affaires du secteur agroalimentaire canadien.

3) Ministère de l'Industrie

Bio-industries
Direction générale des produits chimiques et des bio-industries
235, rue Queen
9^e étage est
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4715
Télé. : (613) 952-4209

Industrie Canada s'efforce, en étroite collaboration avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, d'accroître la compétitivité internationale des bio-industries canadiennes dans les secteurs de l'agriculture, de l'aquiculture et de la transformation des aliments et des boissons.

ADMINISTRATIONS PROVINCIALES

1) Colombie-Britannique

British Columbia Investment Office
2nd Floor, 712 Yales Street
Victoria (Colombie-Britannique)
Canada V8B 1X4
Tél. : (604) 356-2246
Télé. : (604) 356-8212

2) Alberta

Alberta Agriculture, Food and Rural Development
Processing Services Division
Industry Development Branch
304 J.G. O'Donoghue Building
7000 - 113 Street
Edmonton (Alberta)
Canada T6H 5T6
Tél. : (403) 422-7325
Télé. : (403) 422-3655

3) Saskatchewan

Saskatchewan Economic Development
Sector Development Diversification Branch
6th Floor, 1919 Saskatchewan Drive
Regina (Saskatchewan)
Canada S4P 3V7
Tél. : (306) 787-2197
Télé. : (306) 787-3989

4) Manitoba
Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme
du Manitoba
Initiative de développement des industries
agroalimentaires
155, rue Carlton
Bureau 410
Winnipeg (Manitoba)
Canada H3C 3H8
Tél. : (204) 957-2012 ou 945-6668
Télec. : (204) 957-1793

5) Ontario
Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des
Affaires rurales de l'Ontario
Division des industries alimentaires
801, rue Bay
10^e étage
Toronto (Ontario)
Canada M7A 2B2
Tél. : (416) 326-3050 ou 326-2846
Télec. : (416) 326-3094

6) Québec
Ministère des Affaires internationales, de l'Immigration
et des Communautés culturelles du Québec
Bureau des investissements étrangers
380 ouest, rue Saint-Antoine
5^e étage
Montréal (Québec)
Canada H2Y 3X7
Tél. : (514) 499-2186
Télec. : (514) 499-2196

7) Nouveau-Brunswick
Ministère du Développement économique et du
Tourisme du Nouveau-Brunswick
B.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
Canada E3B 5H1
Tél. : (506) 457-7268
Télec. : (506) 453-7170

8) Nouvelle-Écosse
Executive Director
Trade and Investment Division
Nova Scotia Economic Renewal Agency
World Trade and Convention Centre
P.O. Box 519
Halifax (Nouvelle-Écosse)
Canada E3J 2R7
Tél. : (902) 424-3656
Télec. : (902) 424-5739

9) Île-du-Prince-Édouard
Enterprise PEI
Annex 2
West Royalty Industrial Park
Charlottetown (Î.-du-P.-É.)
Canada C1E 1B0
Tél. : (902) 368-5800
Télec. : (902) 368-6300

10) Terre-Neuve
Department of Industry, Trade and Technology
Government of Newfoundland and Labrador
P.O. Box 8700
St. John's (Terre-Neuve)
Canada A1C 4J6
Tél. : (709) 729-2791
Télec. : (709) 729-2828

POSSIBILITÉS D'INVESTISSEMENT DANS LES DIFFÉRENTES BRANCHES D'ACTIVITÉ

Fiches documentaires publiées :

Aliments de collation
Aliments surgelés
Biotechnologie agricole, alimentaire et aquacole
Boissons
Produits céréaliers
Produits de la mer
Spécialités ethniques
Viandes rouges

On peut se procurer ces fiches documentaires en
s'adressant à :
l'InfoCentre : (613) 944-4000,
ou au FaxLink* : (613) 944-6500.

**Le FaxLink est un système interactif de télécopie grâce auquel
on peut obtenir des feuilles de renseignements sur les
possibilités d'investissement et sur les débouchés sectoriels,
à partir d'un télécopieur. Composer le numéro sur le combiné
téléphonique du télécopieur et suivre les instructions vocales.*

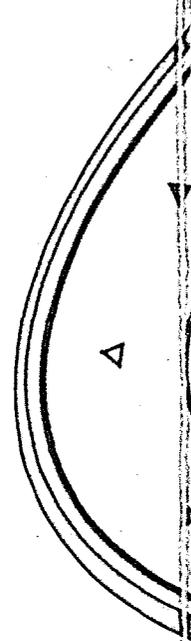
LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20083312 0



60984 81800



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce International



Agriculture et Agroalimentaire
Canada