



FOCUS Bulletin

Septembre
2005

Conseil national des produits agricoles

Nouvelles du Conseil

Appel téléconférence

Le Conseil a tenu une réunion par téléconférence le 23 août. Il a approuvé le contingent de poulet pour la période A-68 (du 16 octobre au 10 décembre 2005), ainsi que la modification de l'Ordonnance sur les redevances à payer de l'OCCO visant à relever de 2 cents la douzaine la partie nationale du prélèvement à compter du 28 août 2005.

En outre, les membres du Conseil ont reçu une session de breffage concernant la plainte déposée par le British Columbia Turkey Marketing Board (BCTMB), qui conteste la nouvelle méthode de contingentement utilisée par l'OCCD et conséquemment le Règlement sur le contingentement pour la période 2005-2006.

DANS CE NUMÉRO

- * Nouvelles du Conseil
- * Nouvelles des offices
- * Nouvelles internationales
- * Nouvelles du portefeuille
- * Nouvelles de l'industrie
- * Citation du mois
- * Réunions à venir

Nouvelles des offices

Les PPC fixent leur contingent pour la période A-69

Le 7 septembre 2005, les Producteurs de poulet du Canada ont établi un contingent intérieur de 135,8 Mkg pour la période A-69 (du 11 décembre 2005 au 4 février 2006) et un contingent d'expansion des marchés de 8,0 Mkg.

Lors de l'établissement du contingent pour la période A-69, les administrateurs ont procédé à un examen approfondi des conditions du marché et ils ont reçu de la part des représentants de Commerce international Canada un exposé expliquant le fonctionnement et l'application du programme d'importation à des fins de réexportation.

Tous les administrateurs, sauf celui de la Saskatchewan, ont voté en faveur du contingent. Le Conseil examinera sous peu le Règlement sur le contingentement aux fins d'approbation préalable.

Le Conseil approuve au préalable le contingent pour A-68

Le 23 août 2005, le Conseil a approuvé au préalable le Règlement sur le contingentement pris par les Producteurs de poulet du Canada pour la période A-68 (du 16 octobre au 10 décembre 2005), qui fixait le contingent intérieur à 136,8 Mkg.

COMMENTAIRES ou QUESTIONS

Conseil national des produits agricoles
Édifice Canada, 10^e étage
344, rue Slater
Ottawa (Ontario) K1R 7Y3
Courriel : nfpcweb@agr.gc.ca
Téléphone : (613) 995-6752
Télécopieur : (613) 995-2097
TTY/TTD : (613) 943-3707

Designer/Création :
Chantal Lafontaine

Canada 

Règlement sur le contingentement de l'OCCD

Comme il était indiqué dans le numéro de Focus en août, le BCTMB a déposé une plainte auprès du Conseil, contestant la politique de contingentement utilisée et le Règlement sur le contingentement proposé pour la période de contrôle 2005-2006.

Dans le cadre de la révision des Lignes directrices sur les plaintes adoptées par le Conseil, le personnel du Conseil mène une enquête en la matière, et un rapport sera présenté aux membres du Conseil avant leur prochaine réunion (le 14 octobre).

Ordonnance sur les redevances de l'OCCO

Le 23 août 2005, le Conseil a approuvé au préalable l'Ordonnance sur les redevances à payer proposée par l'OCCO. L'OCCO fait ainsi passer son prélèvement de 27 à 29 cents la douzaine à compter du 28 août 2005. L'Ordonnance sur les redevances à payer expire le 31 décembre 2005.

L'OCCO a déclaré que l'accroissement du prélèvement était nécessaire pour qu'à la fin de l'année le solde de son Fond de péréquation dépasse le point minimum de déclenchement de 15 millions \$. Deux facteurs contribuaient à réduire sous le point minimum de déclenchement le solde prévu du Fond de péréquation à la fin de 2005. Premièrement, on estimait que la quantité de produits industriels augmenterait de 7,8 % en 2005. Deuxièmement, l'OCCO s'attendait à un fléchissement du prix de vente pour les produits industriels.

Lors de son approbation préalable de l'Ordonnance sur les redevances à payer, le Conseil a demandé à l'OCCO de produire un plan global de financement de toute perte prévue dans le Fond de péréquation durant la prochaine année.

L'OCCO introduit de nouvelles annonces publicitaires

En septembre 2005, l'Office canadien de commercialisation des oeufs a commencé à diffuser à la télévision de nouvelles annonces publicitaires dynamiques montrant la contribution des œufs à des styles de vie plus actifs.

Des groupes de break dancers ont donné des spectacles dans le métro de Toronto et celui de Montréal pour montrer aux usagers comment les œufs constituent l'aliment idéal pour les personnes dynamiques. Les œufs restent l'aliment de choix parce qu'ils contiennent beaucoup de protéines et 14 nutriments essentiels. (Source : Bulletin CCTOV)



Nouvelles internationales

Tyson Foods et Katrina

Le 19 septembre, le directeur général de Tyson Foods Inc., **John Tyson**, a dit que " Les dommages causés par l'ouragan Katrina coûteront à notre société une somme de 10 millions à 15 millions \$ US, ce qui est d'environ 5 millions \$ inférieur à la somme estimée la semaine dernière.

Il a ajouté que " Les estimations révisées tiennent compte de la production perdue par suite de la fermeture d'usines, de la destruction d'environ 1 million d'oiseaux vivants, de la perte de produits surgelés dans ses entrepôts du Mississippi et de la Louisiane, et de la destruction complète ou partielle d'environ 200 poulaillers. "

Katrina interrompt la production



L'ouragan Katrina a perturbé la production de poulet à chair dans la région du Golfe, et l'évaluation des dommages n'est pas terminée. Même si les dommages dans certains secteurs sont élevés, on s'attend à ce que la production de poulet à chair aux États-Unis subisse des incidences négatives limitées et de courte durée.

Les incidences sur les éleveurs à contrat résultent de pertes ou de dommages aux installations d'élevage, ainsi que de pannes de courant prolongées et d'une pénurie initiale de carburant pour les génératrices auxiliaires. Les transformateurs aussi ont été éprouvés par des pannes d'électricité, leurs employés sont préoccupés par leur propre situation familiale et

il s'avère difficile d'assurer le transport des oiseaux aux usines et des produits aux acheteurs. Les prévisions de production de poulet à chair durant le deuxième semestre ont été réduites depuis le mois dernier, surtout parce que les données produites pour les couvoirs de poussins de poulet à chair et pour les troupeaux de pondeuses indiquent un ralentissement dans le rythme de production.

Les exportations de poulet à chair ont été réduites à cause d'un fléchissement plus marqué que prévu des exportations de poulet à chair durant le deuxième trimestre. La destruction des principaux ports situés dans le Golfe a aussi nécessité le réacheminement d'une importante partie des exportations qui auraient autrement transité par ces ports. On prévoit que la durée de ces perturbations sera relativement brève, car les expéditeurs utiliseront d'autres ports pour leurs exportations.

Niveau record des exportations brésiliennes



Durant les huit premiers mois de 2005, le Brésil a exporté 1,826 mt de viande de volaille, une hausse de 16 % par rapport à la période correspondante de l'an dernier. Il exportera cette

année près de 30 % de sa production totale par rapport à 27 % en 2004.

Le prix qu'obtient le Brésil pour ses exportations de viande de poulet continue aussi à augmenter. En août, le prix moyen était de 1 242 \$ US la tonne, par rapport à 965 \$ la tonne en août 2004. Le Brésil prévoit qu'en 2005 ses exportations dépasseront de 25 % celles de 2,6 milliards \$ US en 2004.

Vu que son fournisseur habituel, la Thaïlande, est aux prises avec des problèmes de grippe aviaire, la Chine reçoit 90 % de son poulet du Brésil. En outre, le Brésil est en train de se tailler une bonne place sur le marché russe, dont les importations de poulet de toutes provenances ont augmenté cette année de 30 % par rapport à 2004. Le Brésil a saisi une très large part de cette croissance.

La Russie prévoit importer davantage

En Russie, le ministère du Développement économique et du Commerce international prévoit

un accroissement des importations de céréales et de viande durant la période 2006 à 2008. Il a dit que les importations de nombreux aliments demeureront élevées.

Les importations de la Russie durant les six premiers mois ont augmenté de 33 % par rapport à la période correspondante de l'an dernier. Les prix élevés des viandes produites en Russie stimulent fortement les importations. Malgré la croissance rapide de la production de volaille en Russie, la demande reste supérieure à l'offre.



La consommation de poulet en Russie est en hausse de 5 % par rapport à 2004, et on s'attend à une hausse supplémentaire de 6 % en 2006. Cette croissance de la consommation est attribuée à des investissements réguliers dans les installations de production et de transformation, ainsi qu'à l'augmentation des prix des viandes concurrentes et à l'introduction continue de nouveaux produits transformés de volaille.

OMC - Pascal Lamy entre en fonction

Au terme d'un processus ayant duré plusieurs mois, **Pascal Lamy** a été nommé

directeur général de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Il assume officiellement ses fonctions depuis le 1^{er} septembre 2005.



De nombreux membres de l'OMC, particulièrement les représentants des pays en développement, comptent sur les talents de négociateur de M. Lamy et sur sa capacité de persuasion pour convaincre les pays riches d'ouvrir leurs marchés aux importations provenant de pays moins bien nantis. Pascal Lamy a déclaré [traduction] " L'OMC peut, je crois, faire en sorte que le commerce international contribue davantage au développement. Il faut établir et appliquer les règles de façon que les pays en développement se perçoivent comme les bénéficiaires et non comme les victimes du système. Voilà ce qui me semble être le point crucial. "

Un de ses objectifs est de mener à terme d'ici la fin de 2006 les négociations commerciales globales actuellement enlisées. La série de négociations de Doha a échoué en bonne part sur les rigoureuses mesures protectionnistes prises par les États-Unis et l'Europe pour préserver leurs marchés agricoles. Récemment, M. Lamy a déclaré que sa plus grande priorité sera de préparer la prochaine conférence ministérielle qui aura lieu à Hong Kong en décembre. À cette conférence, on s'attend à approuver l'ébauche d'un accord visant à réduire les obstacles au commerce. (Source : www.wto.org)

Ave Expo Americas 2005 - Brésil

Du 17 au 19 août, le premier Forum international sur l'aviculture a réuni près de 2 000 participants et de 100 exposants du Brésil et de 21 autres pays. Cette activité vient répondre à la forte croissance continue de la production de viande de volaille en Amérique du Sud et de l'exportation de cette viande partout au monde. Le Forum a eu lieu dans l'État du Parana, au sud du Brésil, où sont situées de très importantes installations de production et de transformation de volaille.

Les participants ont pu se prévaloir d'un certain nombre de colloques portant sur des sujets comme la nutrition des volailles, la biosécurité, la grippe aviaire, la gestion et le bien-être des animaux. En outre, ils ont entendu des exposés touchant le marché mondial de la viande de

volaille, les plans d'exportation du Brésil, de l'Argentine et des États-Unis et les tendances de la consommation dans l'Union européenne.



Les producteurs et exportateurs de l'Amérique du Sud étaient

particulièrement intéressés par l'échange d'information concernant les restrictions à l'importation qu'imposera sous peu l'Union européenne à l'égard des pays permettant l'utilisation d'antibiotiques dans les aliments destinés aux volailles. Un certain nombre de conférenciers de renommée internationale, dont le Canadien **Robert Gauthier** de la firme JEFO Nutrition Inc. de Saint-Hyacinthe, ont décrit les développements touchant les solutions de rechange à l'utilisation d'antibiotiques pour la production de viande de volaille, comme les enzymes, les acides organiques et les huiles essentielles.

Les données sur les exportations brésiliennes montrent les incidences que la grippe aviaire sévissant en Asie et en Amérique du Nord a exercées sur les ventes du Brésil, qui prend une part croissante des marchés mondiaux. En 2005, les exportations ont déjà atteint les prévisions établies pour l'année 2006. Soulignons aussi la forte croissance de la production et des exportations de viande de volaille par l'Argentine, le but avoué de ce pays étant de devenir le deuxième plus grand exportateur de viande de volaille, tout juste après le Brésil.

Pour plus de précisions concernant ce forum, le lecteur peut communiquer avec le directeur exécutif du CNPA, **Terry Hayward**, par courrier électronique à l'adresse haywardt@agr.gc.ca ou par téléphone au 613-995-0682

Le marché américain du détail : différent de ce que vous pensiez?

Au colloque tenu cette année par le National Chicken Council (NCC), les principaux thèmes qui ont émergé étaient les nouveaux canaux commerciaux, les nouveaux produits, l'innovation, la différenciation et la volonté de réduire les coûts et d'épargner du temps aux consommateurs.

Les conditions du marché américain du détail ont changé au cours des quatre ou cinq dernières années. L'ajout de valeur et la définition des exigences particulières des consommateurs dans un marché compétitif seront cruciaux à la croissance continue des ventes de poulet.

" La valeur ajoutée est l'élément clé, a dit aux participants **Jon Hauptman**, vice-président de la firme Willard Bishop Consulting. Voilà pour vous une excellente occasion d'aider vos clients à se démarquer des autres. "

Par la présentation d'un document intitulé *Maximizing Chicken's Success in the New Retail Environment* et par divers points tirés d'une importante étude sur le marché du détail, Hauptman a expliqué que " La valeur ajoutée sera le moteur de la croissance " et que " L'environnement a complètement changé, et la principale préoccupation des fabricants est désormais de trouver la façon de se démarquer des autres sur un marché toujours plus compétitif. "

Il a fallu élargir le marché et l'adapter à un éventail beaucoup plus grand d'établissements de détail. Il y a trois ans, deux des principaux détaillants, Wal-Mart et Costco, étaient perçus comme des joueurs secondaires, mais ces

deux chaînes ont déjà damé le pion à des géants bien établis comme Safeway, Ahold et Winn Dixie.

Les supermarchés conventionnels continueront à disposer d'un avantage pour les produits périssables, comme le poulet. " Les produits périssables constitueront une pierre angulaire de la future croissance, selon Hauptman. Vous avez une excellente occasion d'appuyer les nouveaux types de détaillants. Aucun type ne pourra à lui seul répondre à tous les besoins du nouvel environnement. Il faudra trouver les bons produits, une commercialisation novatrice et créative, et des promotions qui accrochent. "

Pour le moment, le nombre décroissant de consommateurs qui achètent dans les supermarchés conventionnels a suscité la création et le développement rapide d'une gamme de petites chaînes nationales. Les pharmacies vendent des produits d'épicerie, les épiceries se diversifient et même les chaînes Sears et Ikea sont devenues de nouveaux compétiteurs dans la vente au détail d'aliments.

Hauptman prévoit que les détaillants spécialisés offriront des produits conçus pour leur marché particulier et que les détaillants de produits ethniques abonderont. Il a ajouté que l'industrie pourrait aussi aider ses marchés conventionnels à survivre en leur offrant de nouveaux produits qui leur permettront de se démarquer.

Hauptman s'attend à une croissance de 24 % dans le nombre de détaillants non conventionnels au cours des quatre à cinq prochaines années mais de 36,5 % dans celui des détaillants non conventionnels surtout des " supercentres ".

" Dans quelques années, les supermarchés conventionnels occuperont moins de la moitié du marché " selon Hauptman.

Engouement croissant pour le poulet

Selon un nouveau sondage mené par le National Chicken Council (NCC), l'engouement pour le poulet aux États-Unis se poursuit et augmente. En somme, 90 % des adultes américains ont consommé du poulet au moins une fois durant une période de deux semaines selon le sondage, qui a été mené en juin 2005.

Sur cinq répondants, quatre (81 %) avaient consommé du poulet acheté dans un magasin d'alimentation. Les deux tiers (66 %) des répondants ont déclaré avoir mangé du

poulet dans un restaurant au moins une fois durant une période de deux semaines, une hausse de 63 % par rapport à 2001.

Selon **Steve Kernen**, vice-président des ventes et du marketing au sein de la société Amick Farms, le sondage est encourageant car il indique que les Américains mangent du poulet plus fréquemment et disposent d'une large gamme de produits du poulet.

M. Kernen a présenté les résultats ci-dessus lors du colloque annuel de l'industrie portant sur la commercialisation du poulet. Il a ajouté que " Les niveaux de pénétration du marché, tant dans les magasins d'alimentation que dans les services alimentaires, sont impressionnants. " Kernen a confirmé les opinions exprimées par **Jon Hauptman**, vice-président de la firme Willard Bishop Consulting, selon lequel les nouveaux produits constituaient un des principaux facteurs incitant les consommateurs à acheter davantage de poulet.

L'an dernier, la salade de poulet faisait partie de la vague de nouveaux produits qui ont stimulé la croissance. Les répondants avaient consommé des produits du poulet dans les proportions suivantes durant le mois précédent : salade fraîche à base de poulet, 35 %; doigts de poulet : 30 %; mets rôtis chauds : 28 %; ailes épicées ou Buffalo : 26 %; et pépites de poulet 25 %. Les nouveaux plats principaux gagnent en popularité aux États-Unis.

Toutefois, M. Kernen est préoccupé par la tendance globale un peu moins favorable que l'an dernier. Comme il l'a déclaré, " Compte tenu de la capacité supplémentaire qu'ajoute l'industrie, il nous faudra travailler très fort pour accroître la consommation. "



Nouvelles du portefeuille

Nouveau président à l'ACIA

M. François Guimont est nommé au poste de président de l'agence canadienne d'inspection des aliments le 12 septembre 2005, remplaçant M. **Richard Fadden**.

M. Guimont était précédemment sous-ministre délégué des Travaux publics et services gouvernementaux.

Avancement du plan américain de traçabilité

Les États-Unis ont annoncé qu'ils introduiront un nouveau système d'identification pour les volailles, ainsi que pour les bovins et les porcs. La traçabilité s'appliquera d'abord aux troupeaux de volailles.

Les Américains mettent actuellement au point un plan d'identification électronique qui assurera la traçabilité des animaux tout au long de la chaîne de production et de transformation. Ce système indiquera les endroits où a vécu un animal, principalement pour remonter à la source des flambées de maladie. Le National Animal Identification System (NAIS) s'appliquera à l'ensemble des États-Unis.

La mise en œuvre intégrale du système n'aura probablement pas lieu avant 2008, mais on donne déjà des sessions d'information. Parmi les caractéristiques du NAIS, mentionnons les étiquettes électroniques et les codes d'identification des propriétaires, qui seront similaires à ceux qu'on utilise en Australie.

de 1,7 milliard \$. Cette acquisition a franchi les procédures habituelles d'autorisation, notamment l'approbation de la Bourse de Toronto (TSE), et elle s'est déroulée conformément aux conditions qui avaient été annoncées.



Suite à l'acquisition de la société A&P Canada, la chaîne Métro Inc. compte maintenant au Québec et en Ontario 579 magasins de détail dans le secteur de l'alimentation, tant conventionnels qu'à escompte. La chaîne Métro Inc. détient la deuxième plus grande part du marché de la distribution et de la vente au détail d'aliments au Québec et en Ontario, ses ventes étant de presque 11 milliards \$ et son effectif dépassant 65 000 employés.

Transformation de viande foncée en viande blanche

Récemment, un scientifique spécialisé en alimentation et en volaille à l'Université de la Géorgie a mis au point une méthode pour convertir la viande foncée de poulet en viande blanche ressemblant à de la viande de poitrine transformée.

Pour le moment, le nouveau produit cible les marchés de la restauration rapide et des grands établissements, et non pas la vente au détail directement aux consommateurs.



Nouvelles de l'industrie

Métro achète la chaîne A&P Canada

La chaîne Métro Inc. a effectué l'acquisition de toutes les actions ordinaires émises et en cours de la société A&P Canada en contrepartie d'une somme

Réunions à venir - 2005

Octobre

12-13 oct.

Conseil national des produits agricoles
(Session de planification stratégique)

Ottawa

14 oct.

Conseil national des produits agricoles

Ottawa

24-25 oct.

Conseil canadien de transformateurs
d'oeufs et de volaille

Montréal

Novembre

2 nov.

Producteurs de poulet du Canada

Ottawa

9-10 nov.

Office canadien de commercialisation des oeufs

Ottawa

22-23 nov.

Producteurs de poulet du Canada

Ottawa

22-25 nov.

Office canadien de commercialisation des oeufs
d'incubation de poulet à chair

Ottawa

29-30 nov.

Office canadien de commercialisation du dindon

Toronto

" Ce secteur (le poulet) affiche une des belles réussites auxquelles a contribué la gestion de l'offre. Je peux vous dire que le gouvernement de l'Ontario apprécie la valeur de ce système." **L'honorable Leona Dombrowsky, ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales - Réunion des PPC à l'été 2005** "