

LA RECHERCHE — BESOINS ET CAPACITÉ

Roger Buckland, *Conseil de recherche agro-alimentaire du Canada*, concernant une étude actuellement effectuée par un certain nombre d'intervenants de l'industrie.

En plus de déterminer les besoins et la capacité de l'industrie canadienne de la volaille, l'« *Étude sur les besoins en éducation, en recherche et en transfert technologique dans l'industrie canadienne de la volaille* » a pour but d'examiner la façon dont le Canada peut utiliser plus efficacement ses ressources financières, humaines et physiques dans ces domaines. L'étude comprend trois phases : 1^{re} phase : cueillette d'information au moyen de trois questionnaires (général, recherche et éducation); 2^e phase : présentation en atelier des résultats du questionnaire et discussion des éléments clés; 3^e phase : rapport définitif et recommandations. Le financement gouvernemental pour la recherche dans le secteur de la volaille a diminué de 4 millions \$ en 1986 à 800 000 \$ en 1998. Les recettes agricoles dans le secteur du bœuf atteignent annuellement 5,2 milliards \$ par rapport à 2,1 milliards \$ pour la volaille, mais le secteur du bœuf est financé à hauteur de 15 millions \$. Ce substantiel écart a constitué l'un des principaux motifs à l'appui de la conception et de l'exécution de la présente étude.

COMMUNICATION DU RISQUE

Douglas Powell, Université de Guelph et co-auteur de *Mad Cows and Mother's Milk*, concernant les aliments que nous mangeons, les risques qu'ils représentent en matière de salubrité et les risques que subit en retour l'industrie canadienne de la volaille.

La communication des risques doit être prise au sérieux, et il peut en coûter cher de ne pas s'y conformer. Le coût de la crise d'encéphalite spongieuse bovine au Royaume-Uni est actuellement estimé à quelque 5 milliards de dollars, mais il aurait pu être réduit substantiellement par de plus efficaces pratiques de communication et de gestion des risques.

Les autorités de réglementation et l'industrie sont responsables d'une communication efficace des risques.

Ceux qui assument cette responsabilité doivent communiquer tôt et souvent. Le temps constitue un aspect clé de la communication efficace des risques : déraciner de tenaces perceptions diffusées dans tout l'environnement social constitue une tâche presque impossible à accomplir. En outre, une bonne communication des risques au début de la crise n'est guère fructueuse à moins d'être répétée aussi souvent et aussi longtemps qu'il le faut pour éviter que d'autres parties ne ravivent l'affaire.

Tout risque comporte plus qu'un aspect purement scientifique. Les perceptions, les valeurs et l'opinion publiques font partie intégrante du risque.

Voici les facettes de la gestion de l'opprobre associée à un risque de salubrité des aliments :

- des systèmes de surveillance efficaces et rapides;
- des communications efficaces concernant la nature du risque;
- un système de réglementation crédible, ouvert et sensible;
- des efforts perceptibles en vue de réduire le niveau d'incertitude et de risque;
- la preuve qu'on fait ce qu'on dit.

QUESTIONS SANITAIRES EN MATIÈRE DE COMMERCE INTERNATIONAL

Debra Bryanton, *directrice de la Division de l'accès technique au marché, Direction des affaires internationales, Agence canadienne d'inspection des aliments*, concernant nos droits et obligations en vertu de divers accords commerciaux portant sur les questions sanitaires et phytosanitaires.

Les mesures doivent être :

- fondées sur des données et principes scientifiques;
- appliquées seulement selon ce qu'il convient pour protéger la santé;
- transparentes et non pas une forme déguisée d'obstacle au commerce;
- fondées sur des normes internationales.

Quand une maladie peut être circonscrite à une région, les autres régions peuvent alors continuer à exporter. Voici quelques-unes des questions à résoudre et des défis à relever par le gouvernement durant la prochaine série de négociations de l'OMC :

- lignes directrices sur la cohérence;
- mise en oeuvre d'ententes sanitaires et phytosanitaires;
- transparence;
- biotechnologie;
- bien-être des animaux (ce sera probablement une importante question);
- préférences des consommateurs;
- processus et méthodes de production.

COMMERCE INTERNATIONAL 101

David Fardy, *vice-président aux ventes et à la commercialisation, Cavendish Foods* : statistiques et conseils pour réussir sur le marché des exportations :

- s'engager à fond envers l'exportation; l'organisation toute entière doit épauler cet effort;
- admettre que les résultats ne seront pas instantanés;
- faire une recherche sérieuse; apprendre et comprendre les pratiques commerciales et la culture des consommateurs dans chaque pays, ainsi que les besoins locaux et/ou les particularités de certains créneaux du marché;
- dresser soigneusement son plan d'affaires; effectuer une analyse des risques et des avantages;
- déterminer quelles modifications peuvent nécessiter le produit et son emballage;
- respecter scrupuleusement les règlements du pays cible;
- s'assurer des fonds nécessaires pour mener à terme la tâche entreprise;
- gagner la confiance de vos clients par de saines pratiques commerciales;
- toujours donner une bonne valeur à votre client, tant par votre produit que par votre service, car c'est l'élément clé pour vos exportations et votre succès.

Vers une nouvelle gestion du risque

3^e CONFÉRENCE SUR LES PERSPECTIVES DE LA VIANDE DE VOLAILLE



LES 17 ET 18 NOVEMBRE 1998, OTTAWA

Le but de la 3^e Conférence sur les perspectives de la viande de volaille, dont le thème était *Vers une nouvelle gestion du risque*, consistait à fournir aux participants de l'information et de nouvelles idées pratiques qu'ils pourraient utiliser dans leur travail. Les conférenciers ont couvert une gamme de sujets, depuis les perspectives économiques et la stratégie d'investissement canadienne dans l'agroalimentaire jusqu'à leurs propres expériences en matière d'exportation.



Les Producteurs
de poulet du Canada



Conseil canadien des
transformateurs d'œufs
et de volailles



Office canadien de
commercialisation
du dindon

fppac

L'association canadienne
des surtransformateurs de
volailles



Conseil national
des produits
agricoles

GOUVERNEMENT DU CANADA

Joe McGuire, secrétaire parlementaire du ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire, a réitéré l'engagement du gouvernement envers le secteur de la volaille. Lors de la prochaine série de négociations de l'OMC, le Canada cherchera à renforcer les règles d'échange et à réduire les subventions à l'exportation, tout en protégeant les secteurs sensibles aux importations, comme l'industrie de la volaille. Le gouvernement consulte ce secteur et travaille en étroite coopération avec lui pour élaborer une position commune qui ne comprendra « aucune surprise » et entend bien entamer ces négociations dans une position de force.

PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES MONDIALES

Richard Egelton, économiste en chef adjoint à la Banque de Montréal, concernant son point de vue sur les économies mondiales, ainsi que ses prévisions pour les années à venir.

Bien que l'Asie ait récemment éprouvé des problèmes de mauvaises créances et de fragilité de son système bancaire, les pires moments de la tempête semblent bien être passés. Pourvu que la Chine puisse maintenir sa croissance actuelle, on peut s'attendre à une lente reprise en Asie. La situation est analogue en Amérique du Sud, mais ces économies devraient reprendre de la vigueur après l'an 2000. En Europe, l'économie est assez stable, et on prévoit une modeste croissance. Les États-Unis continuent à briller sur la scène mondiale car tous les facteurs fondamentaux indiquent encore une forte progression. On prévoit que le faible taux de chômage fera monter l'inflation à un taux acceptable de 3 p. 100, ce qui produira une hausse des taux d'intérêt à l'automne 1999. Cela contribuera probablement à renforcer de nouveau le dollar américain et à accroître le déficit commercial des États-Unis. Ce déficit entraînera les taux d'intérêt vers le bas et fera croître l'économie américaine d'environ 3 p. 100 en l'an 2000.

L'économie canadienne ne sera pas aussi robuste, mais on ne s'attend pas à une récession pour autant. Les prix inférieurs des matières premières et les taux d'intérêt plus élevés ralentiront notre économie. Toutefois, la récente baisse du dollar canadien atténuera ce fléchissement. La croissance restera médiocre (environ 2 p. 100) en 1999. Les facteurs qui affecteront notre économie seront notamment la hausse des taux d'intérêt, l'état de l'économie américaine, l'état de l'économie dans les pays en rapide développement (Asie et Amérique latine) et les prix des matières premières. L'inflation devrait rester à un niveau « extraordinairement » bas, toute augmentation résultant de la faiblesse du dollar. En l'absence d'une hausse prochaine dans le prix des matières premières, un dollar valant 65 cents américains sera nécessaire pour préserver nos exportations. Le chômage devrait monter d'environ 1 p. 100. On prévoit une économie robuste en Ontario et en Alberta, mais un ralentissement continu et une sous-utilisation de la capacité de production en Colombie-Britannique, dont l'économie est étroitement liée aux marchés asiatiques (33 p. 100 des exportations de la C.-B. sont destinées à l'Asie).

« Les événements mondiaux auront de plus en plus de répercussions sur l'état de l'économie canadienne. »

Richard Egelton
Économiste en chef adjoint
Banque de Montréal

Vers une nouvelle gestion du risque



INVESTISSEMENT DANS L'AGROALIMENTAIRE

Denise Boudrias, sous-ministre adjoint, Agriculture et Agroalimentaire Canada, concernant la stratégie gouvernementale d'investissement dans l'agroalimentaire.



Les cibles du Conseil canadien de commercialisation des produits agroalimentaires pour 2005 sont de saisir une part de 4 p. 100 de la valeur des exportations mondiales de produits agroalimentaires et d'accroître à 60 p. 100 ou plus la proportion d'exportations de produits agroalimentaires canadiens à valeur ajoutée, qui est actuellement de 40 p. 100. Les gouvernements fédéral et provinciaux se sont engagés à appuyer l'industrie dans la réalisation de ces cibles et croient qu'il est crucial pour y arriver d'accroître l'investissement à la fois étranger et intérieur. Le gouvernement fédéral a établi une stratégie d'investissement en cinq points pour le secteur agroalimentaire :

1. Maintenir un climat d'affaires attrayant.
2. Souligner l'importance des entreprises multinationales.
3. Aider les petites et moyennes entreprises.
4. Promouvoir le Canada.
5. Former des partenariats.

PERSPECTIVES MONDIALES EN ALIMENTATION

Doug Mutch, directeur exécutif et directeur général du Conseil des grains du Canada, concernant notre capacité à nourrir le monde.



Même si la population mondiale a doublé au cours des 45 dernières années, les nouvelles méthodes et technologies agricoles ont accru notre capacité de production et nous ont permis de répondre à la demande. Nous devons maintenant prendre cette démarche nord-américaine et transférer nos connaissances et notre technologie vers les champs de l'Asie et de l'Europe de l'Est. Au cours des prochaines années, la biotechnologie jouera un rôle important dans l'augmentation de notre efficacité, de nos rendements et de notre capacité. Grâce à cette nouvelle science, nous conserverons notre capacité d'accroître la production d'aliments.

Nous devons aussi veiller à ce qu'il y ait une « demande réelle » pour les produits que nous commercialisons et nous rendre compte que cela signifie l'existence d'une « réelle » capacité de payer. L'industrie canadienne de la volaille est capable de concurrencer ses concurrents sur les marchés mondiaux grâce à ses produits à valeur ajoutée, tant nouveaux qu'améliorés.

TENDANCES DU MARCHÉ DE DÉTAIL ET DE LA CONSOMMATION

Linda Robbins, analyste principale des marchés à Agriculture et Agroalimentaire Canada, concernant les réalités démographiques des consommateurs, les tendances et les statistiques dans le secteur des aliments et de la préparation d'aliments, et les différences entre les consommateurs canadiens et américains.



Les consommateurs américains cherchent à « remplacer les repas pris à domicile », tandis que les consommateurs canadiens veulent des « solutions sous forme d'ingrédients », c.-à-d. des composantes pour préparer à domicile des repas faciles à « assembler » et rapides à cuire. Les produits de la volaille répondent fort bien à ces besoins. Le poulet constitue plus de 80 p. 100 de tous les achats de volaille fraîche et surgelée, et on s'attend à ce que la demande reste forte. Toutefois, les Canadiens perçoivent le dindon comme une « viande des fêtes », perception que les spécialistes de la mise en marché doivent surmonter pour accroître la consommation de dindon.

Les créneaux du marché prennent une importance croissante au fur et à mesure que la population canadienne perd son homogénéité et que s'ouvrent de nouveaux débouchés pour les produits canadiens de la volaille spécialement conçus et ciblés en fonction des aînés et des populations ethniques.

GESTION DES RISQUES

Larry Martin, directeur de la recherche économique, Centre George Morris, concernant les « opérations de couverture », c.-à-d. la gestion des risques par des achats ou ventes à terme et par la négociation d'options pour se protéger contre l'instabilité des coûts. Le conférencier a utilisé un producteur, un transformateur et un surtransformateur pour exposer les diverses démarches et les divers motifs pour les opérations de couverture. Les discussions sous forme de panel avec Fred Lewis, Tom Oegema et Lem Janes ont montré les divers aspects des opérations de couverture, depuis le rôle crucial que la protection contre les changements dans le prix des céréales peut jouer dans la gestion des coûts (particulièrement celui des aliments pour animaux), ou depuis la façon de gérer les fluctuations de prix par une combinaison de diversification de la production et de commercialisation au niveau de la ferme, jusqu'à la façon dont la protection contre les variations dans le marché des dollars américains-canadiens fonctionne en aval dans la chaîne alimentaire.

M. Martin a dressé une brève liste des avantages et inconvénients des opérations de couverture :

- Les contrats à terme fournissent une meilleure protection quand le prix monte.
- Les contrats à terme peuvent s'avérer très coûteux quand les prix descendent.
- Les options limitent les gains, mais aussi les pertes. C'est une forme d'assurance.
- Ces activités ne seront jamais parfaites à cause des changements dans les taux de change.
- Les contrats à terme n'éliminent pas le risque des taux de change.

L'exposé et les discussions sous forme de panel ont tout deux montré que les opérations de couverture sont appropriées dans certains secteurs, mais ne constituent pas nécessairement la façon dont chacun doit procéder. Vous voulez un peu plus de stress dans la vie? Appelez-le.