



## ***Étude de marché :*** **les aliments halal**

*Juin 2006*



Agriculture et Agroalimentaire Canada a préparé la présente étude en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien qu'ayant pris toutes les précautions voulues, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité pour ce qui est de l'exactitude et de la fiabilité de l'information fournie ou des conséquences de décisions prises sur la foi de cette information, pas plus qu'il ne cautionne les organisations dont le nom figure dans l'étude. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements fournis.

Veillez faire parvenir tout commentaire ou toute suggestion à :

Bureau des marchés internationaux  
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés  
Agriculture et Agroalimentaire Canada

---

## Table des matières

1. RÉSUMÉ.....	3
2. Notion <i>halal</i> / <i>haram</i> .....	4
2.1 Introduction .....	4
2.2 Sens du mot <i>halal</i> .....	4
3. Débouchés en Amérique du Nord .....	5
3.1 Canada .....	5
3.2 États-Unis .....	6
4. Processus de certification .....	6
4.1 Agence canadienne d'inspection des aliments .....	6
4.2 Principaux règlements à l'exportation de l'ACIA .....	6
4.3 Certification <i>halal</i> .....	7
5. Débouchés à l'extérieur de l'Amérique du Nord et exigences par pays .....	8
5.1 Algérie (capitale : Alger) .....	9
5.2. Brunéi Darussalam (capitale : Bandar Seri Begawan) .....	11
5.3 Égypte (capitale : Le Caire) .....	11
5.4 Indonésie (capitale : Jakarta).....	13
5.5 Iran (capitale : Téhéran) .....	14
5.6 Koweït (capitale : Koweït).....	16
5.7 Malaisie (capitale : Kuala Lumpur) .....	17
5.8 Maroc (capitale : Rabat) .....	18
5.9 Arabie saoudite (capitale : Riyad) .....	20
5.10 Émirats arabes unis (capitale : Abou Dhabi) .....	21
6. Résumé des débouchés hors Amérique du Nord .....	22
7. Principaux fournisseurs internationaux .....	25
8. Bibliographie .....	29
ANNEXE 1 Contacts dans les pays étudiés.....	31
ANNEXE 2 Organismes offrant la certification <i>halal</i> .....	37
ANNEXE 3 Importateurs de produits <i>halal</i> par pays .....	38

---

## 1. RÉSUMÉ

Dans la religion musulmane, il existe des préceptes alimentaires selon lesquels certains aliments sont permis (*halal*), d'autres, interdits (*haram*). Sont *haram* le porc et l'alcool, parce que considérés impurs (*najis*). Pour un consommateur musulman, le bœuf doit être certifié *halal*, c'est-à-dire avoir été abattu selon le rituel islamique.

Dans le passé, les pays musulmans, en général, produisaient eux-mêmes la plupart des produits alimentaires qu'ils consommaient. Ceux qui ne le faisaient pas importaient les produits dont ils avaient besoin d'autres pays musulmans. Toutefois, depuis que la demande, tirée par une forte croissance démographique, augmente plus rapidement que l'offre, les pays musulmans ont commencé à importer des aliments *halal* produits dans des pays non musulmans, comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Irlande, les États-Unis, le Brésil et le Canada. Les marchés les plus riches en débouchés sont le Sud-Est de l'Asie, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord. D'après les estimations, les ventes annuelles de produits *halal* se montent à 150 milliards de dollars.

Le Canada n'est pas un gros fournisseur de produits *halal*. L'Amérique du Nord, avec ses neuf millions de musulmans, est le principal marché pour les produits *halal* canadiens. Cela dit, la croissance de la demande de produits *halal* au Moyen-Orient, dans le Sud-Est de l'Asie et en Afrique du Nord offre l'occasion pour les entreprises canadiennes de s'implanter sur de nouveaux marchés. Nous pensons en particulier aux Émirats arabes unis, à l'Égypte, à la Malaisie et à l'Indonésie.

Les entreprises canadiennes, grâce aux technologies avancées et à leurs équipements et installations modernes, sont bien placées pour répondre aux besoins des collectivités musulmanes. En fait, le Canada peut devenir un grand fournisseur mondial de produits *halal*.

Divers documents et diverses sources de données ont été consultés pour la présente étude, en particulier : Statistique Canada (pour les données relatives aux débouchés sur le marché *halal* canadien et américain); *Rapport d'étude sur le bœuf halal* (produit par Agriculture et Agroalimentaire Canada, AAC); *Canadian halal Meat Market Study* (étude diffusée par le gouvernement de l'Alberta); *World Fact Book*, diffusé par la CIA (pour les données sur le marché de la viande *halal* hors Amérique du Nord, pour des profils de pays et de l'information sur la contribution de l'agriculture à l'économie); *Euromonitor* (pour des données sur les dépenses pour l'achat de viande et les nouvelles tendances de la consommation); bases de données de la FAO (pour déterminer l'importance relative de diverses importations de viande); *Global Trade Atlas* (pour les chiffres sur la valeur des importations de viande et la position du Canada par rapport aux cinq premiers fournisseurs dans chacun des pays); rapports de pays publiés par AAC, par Commerce international Canada et par le USDA Foreign Agricultural Service.

## **2. Notion *halal* / *haram***

### **2.1 Introduction**

La présente étude a pour objet de fournir aux entreprises agroalimentaires canadiennes les renseignements dont ces dernières ont besoin pour se mesurer à la concurrence des grands exportateurs mondiaux de viande *halal* et pour accroître la part du Canada sur le marché mondial des aliments *halal*. Nous verrons d'abord en quoi consistent les produits *halal* et décrirons le processus de certification. Nous nous pencherons également sur la demande de produits *halal* en Amérique du Nord de même que sur les débouchés et les exigences dans divers pays au Moyen-Orient, en Asie du Sud-Est et en Afrique du Nord. Plus précisément, nous nous sommes concentrés sur les possibilités et les exigences sur le marché de la viande *halal* dans les pays suivants :

- Algérie
- Arabie saoudite
- Brunéi
- Égypte
- Émirats arabes unis
- Iran
- Koweït
- Malaisie
- Maroc

### **2.2 Sens du mot *halal***

Le mot arabe *halal* désigne ce qui est licite ou permis, et s'oppose au mot *haram*, qui signifie illicite ou interdit. Le mot *halal* a un sens très large et peut s'appliquer dans une multitude de contextes. Dans la présente étude, nous nous intéressons uniquement au terme *halal* dans le contexte des animaux dont la consommation est autorisée par la religion musulmane et de l'abattage de ces animaux selon le rite prescrit par cette religion. Suivant les prescriptions alimentaires de l'islam, les musulmans ne doivent consommer que des produits *halal*. Ainsi, un musulman pratiquant ne consommera que de la viande certifiée *halal*, c'est-à-dire produite dans un abattoir certifié.

La plupart du temps, il y a une distinction très claire entre ce qui est *halal* et *haram*. Mais il y a aussi des produits *machbouh*, c'est-à-dire « douteux ». Pour l'Islamic Food and Nutrition Council of America, les produits alimentaires suivants sont *haram* :

- le porc et les produits du porc;
- les animaux non abattus selon le rituel islamique;
- les animaux non abattus au nom d'Allah;
- l'alcool et les autres produits intoxicants;
- les animaux carnivores, les oiseaux de proie et les animaux terrestres sans oreilles externes;
- le sang et les produits dérivés du sang;
- tout aliment contenant l'un quelconque des produits ci-dessus.

Les aliments contenant des ingrédients d'origine inconnue, par exemple, de la gélatine, des enzymes ou des émulsifiants, sont douteux ou « machbouh » (IFANCA).

### 3. Débouchés en Amérique du Nord

L'islam, deuxième religion au monde, est aussi celle dont le nombre de fidèles augmente le plus rapidement ([www.eat-halal.com/certification.shtml](http://www.eat-halal.com/certification.shtml)). En 2003, il y avait dans le monde environ 1,4 milliard de musulmans. En 2025, 30 % de la population mondiale devrait être de confession musulmane (*World Fact Book*, CIA, 2000).

D'après les prévisions, le marché mondial des produits alimentaires *halal* devrait atteindre 150 milliards de dollars américains par année. Un marché d'une telle taille pourrait s'avérer très riche en débouchés pour le Canada. L'Amérique du Nord compte environ neuf (9) millions de musulmans (IFANCA).

Cela dit, ces débouchés ne sont pas acquis. En effet, il est important pour les entreprises canadiennes de comprendre la culture, les goûts et les préférences des consommateurs musulmans et de savoir que ces derniers n'achètent que des produits *halal* de grande qualité et à prix compétitifs.

Les quatre principaux axes de développement sur lesquels doit se concentrer toute entreprise désireuse de s'implanter sur le marché des produits *halal* sont les suivants :

- accroître les ventes;
- mettre en place un réseau de distribution efficace;
- se faire connaître par de la publicité;
- gagner la loyauté des consommateurs.

#### 3.1 Canada

D'après les estimations, le marché canadien de la viande *halal* est évalué à 214 millions de dollars. La dépense annuelle moyenne des ménages pour l'achat de viande *halal* s'élève à 1 623 dollars.

Dans le cadre du recensement de 2001, environ 579 640 musulmans ont été recensés au pays, ce qui correspond à 2 % de la population canadienne. D'ici la fin de la décennie, l'effectif musulman devrait être deux fois plus nombreux (Statistique Canada).

Le tableau 1, établi d'après les résultats du recensement de 2001, nous donne la répartition de la population musulmane, par province et par territoire.

**Tableau 1. Répartition de la population musulmane canadienne, par province et par territoire (recensement de 2001)**

<b>Population canadienne totale</b>	<b>29 639 035</b>
<b>Canada</b>	<b>579 640</b>
Ontario	352 530
Québec	108 620
Colombie-Britannique	56 220
Alberta	49 040
Manitoba	5 095
Nouvelle-Écosse	3 545
Saskatchewan	2 230
Nouveau-Brunswick	1 275
Terre-Neuve-et-Labrador	630
Île-du-Prince-Édouard	195

Territoires du Nord-Ouest	180
Territoire du Yukon	60
Nunavut	30

Source : Statistique Canada, recensement de 2001.

### 3.2 États-Unis

D'après les estimations, il y aurait aux États-Unis quelque huit (8) millions de musulmans. Leurs dépenses alimentaires atteindraient 12 milliards de dollars américains. Ce chiffre, toutefois, est sujet à caution parce que dans le recensement américain, il n'y a pas de question sur l'appartenance religieuse.

## 4. Processus de certification

### 4.1 Agence canadienne d'inspection des aliments

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a pour mandat d'appliquer les normes de qualité et de sécurité les plus strictes pour garantir la salubrité de l'approvisionnement alimentaire. L'ACIA, qui compte quatre secteurs opérationnels, 18 bureaux régionaux et 151 bureaux locaux, doit voir à faire respecter les normes établies par Santé Canada pour assurer la salubrité et la qualité nutritive des aliments, établir et appliquer des normes en matière de santé animale et de protection des végétaux, et procéder à des inspections.

### 4.2 Principaux règlements à l'exportation de l'ACIA

Tous les aliments produits au Canada destinés à l'exportation doivent être inspectés préalablement par l'ACIA. Pour ce qui est des viandes, seules celles qui sont préparées dans les établissements agréés par l'ACIA peuvent être exportées.

L'ACIA diffuse, sur son site Internet, une liste à jour des établissements agréés. Pour obtenir le nom des établissements certifiés *halal*, il suffit de cliquer sur le bouton Halal (qui se trouve sous la rubrique « Abattage rituel »), dans la page <http://www.inspection.gc.ca/francais/anima/meavia/reglistf.shtml>.

Pour plus de renseignements, communiquer avec :

M<sup>me</sup> Line Sabourin  
 Greffière  
 Stratégies d'inspection et d'évaluation  
 Division des aliments d'origine animale  
 Agence canadienne d'inspection des aliments  
 1431, chemin Merivale, 3<sup>e</sup> étage, bureau 3016  
 Ottawa (Ontario) K1A 0Y9  
 Tél. : 613-221-5216  
 Téléc. 613-228-6618  
 Courriel : [lsabourin@inspection.gc.ca](mailto:lsabourin@inspection.gc.ca)

En gros, tous les produits d'origine animale destinés à l'exportation doivent être conformes au *Règlement de 1990 sur l'inspection des viandes*, dont voici un extrait :

### ***Règlement de 1990 sur l'inspection des viandes***

#### ***Viandes destinées à l'exportation***

**121.** Il est interdit à l'exploitant de désigner comme étant comestible un produit de viande destiné à l'exportation, sauf si le produit est conforme aux exigences du pays importateur et est emballé et étiqueté conformément à l'article 122.

DORS/93-160, art. 10.

**122.** (1) Sous réserve du paragraphe (2), l'exploitant doit emballer et étiqueter un produit de viande destiné à l'exportation en conformité avec les exigences du pays importateur ou, à défaut de telles exigences, de la manière prescrite par la partie III.

(2) L'exploitant doit s'assurer que le produit de viande qui est destiné à être exporté comme produit de viande comestible et qui n'est pas conforme aux exigences du présent règlement relatives au produit de viande destiné à être vendu, utilisé ou consommé au Canada comme produit de viande comestible, en plus d'être conforme aux autres exigences d'emballage et d'étiquetage du présent règlement, porte la mention que le produit est destiné à l'exportation.

DORS/93-160, art. 10.

Tous les produits carnés destinés à l'exportation (sauf ceux qui sont exemptés en vertu du *Règlement de 1990 sur l'inspection des viandes*) doivent être accompagnés du Certificat d'inspection pour les produits carnés (CFIA-ACIA 1454). De plus, seuls les vétérinaires officiels peuvent signer les certificats pour les exportations de produits carnés. Les documents habituels, dont le connaissement et les attestations du gouvernement et (ou) de l'ambassade du pays importateur, doivent également accompagner la livraison.

#### **4.3 Certification *halal***

Les établissements canadiens désireux d'exporter des produits de viande *halal* doivent obtenir un certificat d'abattage selon le rituel islamique, lequel confirmera que le produit est bel et bien *halal* et peut être consommé par les musulmans. Un centre musulman doit délivrer un certificat d'abattage pour la volaille et pour tous les autres animaux autorisés par la religion de Mahomet (sauf le porc qui, comme nous l'avons déjà souligné, est interdit).

L'ACIA n'a rien à voir, ni de près ni de loin, avec la certification *halal*. Les entreprises canadiennes qui voudraient obtenir cette certification doivent communiquer avec un des organismes de certification énumérés à l'annexe 2 pour connaître les exigences précises à respecter. La procédure de certification peut varier selon l'organisme. L'exemple suivant illustre une des méthodes possibles.

#### *Demande de certification*

Soumettre une demande de certification et de supervision *halal*.

#### *Inspection de l'établissement*

Un inspecteur doit se rendre sur les lieux pour s'assurer que l'établissement respecte les normes *halal*, en particulier le processus, les produits, les matériaux et les exigences sanitaires. Une fois le rapport d'inspection établi, ce dernier est soumis (accompagné de recommandations, le cas échéant) à un comité de certification *halal*.

#### *Inscription de l'abattoir*

Après approbation de l'abattoir par le comité de certification *halal*, l'entreprise reçoit une lettre officielle l'informant des conditions de la certification.

#### *Supervision*

Un superviseur sera nommé pour veiller à l'application, dans l'abattoir, de la procédure prévue. Les frais à déboursés sont habituellement déterminés en fonction de la charge de travail.

#### *Frais de certification*

Après négociation des frais de certification, une entente est signée qui, en général, vaut pour un an. Les frais de certification, établis après l'inscription de l'abattoir, tiendront compte du nombre d'usines, de la complexité de la gamme de produits, du volume de produits et du nombre prévu de consultations qui devront avoir lieu pendant l'année.

#### *Délivrance des certificats et signature de l'entente*

Chaque organisme de certification a son logo propre pour indiquer que les produits sont *halal*. Un certificat est délivré pour chaque lot de produits *halal*.

## **5. Débouchés à l'extérieur de l'Amérique du Nord et exigences par pays**

Dans la présente section, le lecteur trouvera, pour chacun des pays examinés, les renseignements que voici : profil de pays, chiffres de production agricole, habitudes de consommation de viande, répartition des importations de viande, selon la sorte, et statistiques sur les importations de viande. Nous ferons également état des principaux fournisseurs sur chaque marché ainsi que de la place occupée par le Canada.

Chaque pays se distingue des autres par sa demande de viande *halal* et par sa capacité de production. Mais dans l'ensemble des pays étudiés, la consommation de viande se développe, la croissance étant particulièrement élevée pendant les jours de fête. Les pays étudiés n'importent pas tous les mêmes sortes de viande mais ils ont certains fournisseurs communs : le Brésil, l'Argentine et l'Irlande, pour le bœuf; la Nouvelle-Zélande et l'Australie pour le mouton; la France, pour la volaille. Par son volume de viandes exportées, le Canada est 6<sup>e</sup> fournisseur de l'Égypte, le 12<sup>e</sup> fournisseur



de l'Arabie saoudite, le 14<sup>e</sup> fournisseur des Émirats arabes unis et le 18<sup>e</sup> fournisseur de l'Indonésie. Dans les autres pays étudiés, le Canada n'est pas très présent.

Bon nombre des pays considérés ont des exigences particulières qui sont différentes des exigences canadiennes ou qui s'y ajoutent. Ces exigences peuvent concerner les techniques d'abattage, les méthodes de transformation et de transport, et l'hygiène (salubrité). De plus, de temps à autre, ces exigences peuvent être modifiées. Il appartient donc à l'exportateur de fournir toute l'information voulue à l'ACIA.

Chaque pays a sa réglementation propre. Cela dit, les réglementations en question présentent les points communs suivants :

- **Certification *halal*** — Les entreprises qui se proposent d'exporter des produits de viande *halal* doivent veiller à ce que le pays importateur approuve leur abattoir. Les établissements étrangers ayant obtenu la certification *halal* doivent en outre s'assurer que l'éleveur est approuvé par le pays importateur. L'organisme musulman ayant accordé la certification doit être approuvé par le pays importateur. Il se peut qu'un représentant de l'entreprise importatrice doive venir au Canada pour approuver l'établissement canadien auprès duquel il envisage de s'approvisionner en viande *halal*.
- **Ingrédients** — Dans certains pays, la présence de porc et (ou) d'alcool doit être expressément indiquée.
- **Langue** — L'étiquetage en arabe est soit obligatoire, soit fortement recommandé. L'utilisation du français en Algérie et au Maroc est un atout.
- **Durée de conservation** — Le Koweït, l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis sont membres du Conseil de coopération du Golfe (CCG), lequel exige qu'à l'arrivée des importations, la durée de conservation de ces dernières ne soit pas entamée au-delà de la moitié.
- **Documentation générale** — La facture commerciale, le connaissance, le certificat d'origine, le certificat *halal* et le certificat de santé animale (pour les produits carnés) comptent parmi les documents habituellement exigés dans chacun des pays.

### 5.1 Algérie (capitale : Alger)

L'Algérie, pays de près de 33 millions d'habitants du Nord de l'Afrique, possède une longue façade sur la Méditerranée et est bordée par le Maroc, la Tunisie, la Libye, le Niger, le Mali, la Mauritanie, et est adossée au Sahara occidental. L'arabe est la langue officielle, mais l'anglais et le français sont largement répandus. La religion d'État est l'islam; 99 % de la population est de confession musulmane.

En Algérie, les moutons et les bovins représentent le gros de la production, mais la transformation alimentaire occupe aussi une place importante. Le secteur agricole, qui emploie 14 % de la main-d'œuvre, représente 10 % du PIB.

D'après la publication *Euromonitor*, la consommation de viande représente près de 20 % du budget alimentaire des ménages algériens.

D'après les chiffres de la FAO, le bœuf constitue la quasi-totalité (92 %) de la viande importée en Algérie. Le mouton et la chèvre arrivent au deuxième rang (6 %), et sont suivis, dans l'ordre, par la volaille (2 %) et le porc (1 %).

En 2005, les importations algériennes de viande se montaient à 215 224 397 dollars américains. Le Brésil représentait près de la moitié de ces importations, les autres fournisseurs d'importance étant, dans l'ordre, l'Argentine, la Nouvelle-Zélande et

l'Australie. L'Algérie n'a pas importé de viande du Canada en 2005, mais en 2004, elle a acheté pour 42 458 dollars américains de bœuf canadien (GTI).

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- En Algérie, comme condition préalable à l'importation, il faut que la Direction de la santé vétérinaire, au ministère algérien de l'Agriculture, ait signé une entente avec l'agence d'inspection des aliments du pays exportateur.
- Ces dernières années, on a assisté en Algérie à une certaine libéralisation des échanges et à une réduction des droits de douane.
- Le français est la principale langue des affaires, ce qui, naturellement, favorise les exportateurs sachant s'exprimer en français.
- La plupart des importateurs se trouvent dans les grandes villes et prennent livraison de leurs marchandises dans les grands ports.

#### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.
- L'Algérie reconnaît le certificat à l'exportation de bovins reproducteurs délivré par le Canada.

#### *Règlementation à l'importation*

- La certification *halal* est exigée pour les produits carnés importés.
- Les autorités algériennes doivent approuver les organismes musulmans qui délivrent la certification *halal*, mais ne jugent pas nécessaire d'envoyer un représentant au Canada pour procéder à l'approbation *halal*.
- Le dédouanement prend de quatre à cinq jours. L'importateur dispose de 21 jours pour effectuer le dédouanement de sa marchandise. Au delà, l'opération d'importation change de régime douanier et passe sous le régime du dépôt.
- Les autorités exigent qu'à la date d'inspection, la durée de conservation des produits, si elle est d'un an ou moins, ne soit pas entamée de plus de la moitié.
- Si la durée de conservation est de plus d'un an, cette dernière ne doit pas, à la date d'inspection, avoir été entamée de plus de 30 %.
- Les exigences d'étiquetage sont les suivantes : indications en arabe, nom commun du produit, liste de tous les ingrédients, quantité, coordonnées du point de contact, date de fabrication et date limite.

#### *Droits de douane*

- Le tarif douanier algérien est basé sur le Système Harmonisé (SH) et est fondé sur une classification à 8 chiffres (les 6 premiers chiffres correspondent à ceux du Système harmonisé, le 7<sup>e</sup> est le chiffre utilisé dans le cadre l'Union du Maghreb arabe et le 8<sup>e</sup> chiffre est un identificateur national).
- Le tarif douanier comporte trois (3) taux (5, 15 et 30 %).
- Certains produits sont assujettis à une TVA, dont le taux varie entre 7 et 17 %.
- Une taxe intérieure à la consommation (TIC) est également perçue sur les produits de viande.

## **5.2. Brunéi Darussalam (capitale : Bandar Seri Begawan)**

Brunéi est un petit pays de 380 000 habitants sur la côte Nord—Ouest de Bornéo. Le revenu par habitant y est élevé. Le malais est la langue officielle du pays, mais on y parle aussi l'anglais et le chinois. L'islam est la religion officielle et 67 % de la population est d'obédience musulmane.

Brunéi produit de la volaille, des œufs, et du buffle des Indes. D'après les estimations, l'agriculture concentre 3 % de la main-d'œuvre et représente 3 % également du PIB.

Les principaux fournisseurs du Brunéi (machinerie, équipements de transport, produits ouvrés, produits alimentaires et produits chimiques) sont la Malaisie, le Royaume-Uni et le Japon.

En 2003, le porc représentait la moitié des importations brunéiennes de viande et la volaille, 32 %. Brunéi a en outre importé, en quantité égales, de la viande de bœuf, de mouton et de chèvre (FAO).

En 2003, les importations de viande de Brunéi se sont montées à 4 560 398 dollars américains (GTI). Le gros de ces importations venaient de Malaisie (près de 50 %) et, dans une moindre mesure, d'Australie et de Singapour. Le Canada n'a pas d'exporté de viande à Brunéi en 2003.

### *Renseignements généraux sur le marché*

- Les importateurs et fournisseurs locaux de viande *halal* doivent être musulmans.
- Les importateurs de viande doivent s'adresser au Controller of Customs (Contrôleur des douanes) pour obtenir un permis d'importation *halal*.
- Toutes les importations de viande *halal* sont soumises, pour approbation, à l'examen des fonctionnaires compétents du Ministry of Health (ministère de la Santé) et du Agriculture Department (Département de l'agriculture).
- L'Inspection Committee (Comité d'inspection) doit veiller à ce que la viande importée ne vienne que de pays où les animaux ne risquent pas d'être infectés par des maladies contagieuses dangereuses et où seuls des animaux élevés localement sont abattus.

### *Réglementation à l'importation*

- La présence de porc parmi les ingrédients d'un produit doit obligatoirement être indiquée.
- La présence d'alcool dans un produit doit figurer en majuscules grasses, en linéales de plus de six (6) points.

## **5.3 Égypte (capitale : Le Caire)**

L'Égypte, située dans le Nord-Est de l'Afrique, est bordée à l'ouest par la Libye, au sud, par le Soudan, au nord, par la Méditerranée et à l'est, par la mer Rouge et Israël. La population, qui approche les 79 millions d'habitants, se concentre dans la région fertile du pays — la vallée du Nil. Environ 90 % de la population est musulmane. La langue officielle est l'arabe.

Les bovins, les buffles des Indes, les moutons et les chèvres figurent parmi les principaux produits agricoles de l'Égypte. Plus de 32 % de la main-d'œuvre est occupée dans le secteur agricole, lequel représente 16 % du PIB.

Les consommateurs égyptiens allouent environ 23 % de leur budget alimentaire à la viande, mais ils sont de plus en plus portés à acheter du poisson, motivés en cela par le coût croissant des produits carnés. Par exemple, entre 1998 et 2003, la croissance de la consommation a été de 29 % pour le poisson, mais de 4 % seulement pour la viande rouge. D'après les données de 2003, la consommation de viande rouge, de volaille et de poisson s'élevait à 4,6, 7,4, et 18,6 kilogrammes par habitant respectivement (*Euromonitor*).

D'après des données de 2003 également, la quasi-totalité de la viande importée en Égypte (99,5 %) est de la viande de bœuf (FAO).

En 2004, l'Égypte a importé pour 183 273 907 dollars américains de viande, ses deux premiers fournisseurs étant le Brésil (90 % des importations totales de viande) et l'Argentine (8 %). Cette année-là, les exportations canadiennes de viande en Égypte se sont élevées à 286 284 dollars américains.

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- L'Égypte compte sept (7) zones franches désignées : Nasr City (Le Caire), Amerya (Alexandrie), Port-Saïd, Suez, Ismaïlia, Damiette et une zone franche sectorielle dans la ville du Six-Octobre. Ces zones sont peu réglementées.
- En Égypte, les importations doivent passer par une entreprise à 100 % égyptienne ou par un agent ayant la citoyenneté égyptienne et résidant en Égypte depuis au moins cinq (5) ans.

#### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.
- La viande désossée provenant d'animaux de moins de 30 mois est acceptée.

#### *Réglementation à l'importation*

- Seules les viandes provenant d'animaux abattus selon le rite islamique peuvent être importées.
- Avant de pouvoir exporter de la viande *halal* vers l'Égypte, tout abattoir étranger doit avoir été inspecté et approuvé par les autorités vétérinaires égyptiennes.
- À l'heure actuelle, les seuls produits carnés dont l'importation est autorisée sont le bœuf désossé réfrigéré ou surgelé (ce qui comprend le foie, le cœur et les reins de bœuf).
- Les importations de volaille ne sont pas autorisées.
- Un certificat d'exportation ne peut être obtenu pour les intestins de cheval.

#### *Documentation exigée*

- L'exportateur doit obtenir un certificat d'abattage *halal* auprès d'un centre ou d'un organisme islamique. Ce certificat doit accompagner les produits portant l'indication *halal* sur l'étiquette. L'ambassade d'Égypte au Canada doit authentifier le certificat.

- L'étiquetage *halal* est la responsabilité de l'exportateur.
- Les renseignements sur l'étiquette doivent être fournis en arabe et en anglais. Pour les produits carnés, les renseignements suivants doivent figurer sur l'étiquette : température de réfrigération, date de production et date limite, poids net (en unités métriques).
- Parmi les autres indications devant être fournies figurent le pays d'origine, le nom du producteur, le nom de l'abattoir, la date de production, le nom de l'importateur et son adresse, sans oublier le nom de l'organisme islamique autorisée (sur une étiquette placée dans le sac ou l'emballage des produits frais ou surgelés).
- Tous les produits doivent être expédiés directement vers l'Égypte à partir du pays d'origine.

#### *Droits de douane*

- L'Égypte pratique des taux de droits variables.
- Des frais d'inspection de 1 % sont perçus sur tous les produits importés.
- L'Égypte perçoit une surtaxe de 2 % sur les produits visés par des droits à l'importation se situant entre 5 et 29 %, et une surtaxe de 3 % sur les produits visés par des droits de plus de 30 %.

#### **5.4 Indonésie (capitale : Jakarta)**

Avec ses 17 508 îles éparpillées entre l'océan Indien et le Pacifique, l'Indonésie est le plus grand État archipel au monde. Par ailleurs, il s'agit du pays comptant la plus nombreuse population musulmane au monde, 88 % de ses 245 millions d'habitants étant musulmans. Aussi l'Indonésie offre-t-elle des possibilités intéressantes pour les exportateurs de produits alimentaires *halal*.

D'après les données d'*Euromonitor*, les Indonésiens allouent 8,4 % de leur budget alimentaire à la viande. En Indonésie, les producteurs de poulets sont plus nombreux que les producteurs de viande rouge. Entre 1998 et 2003, la consommation de volaille dans l'archipel a bondi de 34 %, étant passée de 3,04 à 4,07 kg par habitant. Au cours de la même période, la consommation de bœuf a progressé de 7 %, étant passée de 0,89 à 0,95 kg par habitant. L'abordabilité est l'une des raisons de la forte croissance des ventes de poulet. Soulignons enfin que le prix de la viande rouge varie considérablement (en fonction de l'offre, de la demande, du volume des importations et de la période de l'année, c'est-à-dire des fêtes).

Les aliments transformés sont populaires, les produits surgelés plus spécialement. Les Indonésiens vont généralement faire provision à l'avance de volaille et de viande en prévision des jours de fête. Ils veulent ainsi éviter les fortes hausses de prix qui accompagnent souvent les moments forts du calendrier religieux. Une autre raison pour laquelle les aliments surgelés sont de mieux en mieux acceptés est que le prix des réfrigérateurs est devenu plus abordable et que plus de consommateurs en possèdent un.

Près de 47 % de la main-d'œuvre indonésienne est occupée dans le secteur agricole, lequel représente 15 % du PIB. L'Indonésie produit de la volaille, du bœuf et des œufs.

En 2003, la viande bovine représentait les trois quarts des importations indonésiennes de viande. La viande de porc représentait la deuxième catégorie d'importations (17 %), la volaille et le mouton, le reste (FAO).

En 2005, les importations indonésiennes de viande se seraient élevées à 54 374 405 dollars américains. La Nouvelle-Zélande et l'Australie représentent chacune 40 % environ des importations. Singapour et la Chine sont aussi des fournisseurs importants. Pour ce qui est des importations du Canada (de la volaille surtout) elles se sont élevées à 8 943 dollars américains (GTA).

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- L'Indonésie est membre de l'ANASE, de l'AFTA, de l'APEC (aux côtés du Canada) et de l'OMC.
- Tous les produits du bœuf doivent être inscrits auprès de la Food and Drug Control Agency (Agence de surveillance des produits alimentaires et des médicaments). Pour les importations, l'inscription est assurée par l'importateur, avant livraison des produits.

#### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- Aucune restriction particulière à signaler.

#### *Réglementation à l'importation*

- Le dédouanement peut prendre deux jours, dans la mesure où la documentation exigée est complète.
- La volaille figure parmi les importations admissibles, mais elle n'a pas toujours besoin d'être accompagnée d'un certificat *halal*. Les exportateurs sont invités à se renseigner à ce sujet auprès de l'importateur.

#### *Documentation exigée*

- Aux termes de la loi indonésienne, la viande doit avoir été inspectée et être certifiée *halal*.
- Les ingrédients *halal* et *haram* doivent être séparés.
- Les principaux documents d'importation exigés comprennent : la facture commerciale, la facture pro forma, le connaissement, le certificat d'origine et le certificat d'assurance. Au besoin, d'autres certificats peuvent être exigés.
- Les étiquettes doivent être rédigées en langue indonésienne; les renseignements chiffrés doivent être fournis en chiffres arabes.
- L'information minimale devant figurer sur l'étiquette est la suivante : le nom du produit, les ingrédients, le poids net (en unités métriques), le nom et l'adresse de l'importateur, la durée de conservation et l'indication *halal*, le cas échéant.
- Les produits du porc doivent porter, sur l'étiquette, l'indication, en rouge, « MENGANDUNG BABI » (« contient du porc »). La police de caractères à utiliser est *universe medium corps*, et la taille des caractères, 12. L'indication doit figurer dans un encadré rouge contenant le dessin d'un porc.

#### *Droits de douane*

- Les droits de douanes sur les produits de viande sont de 5 %.

### **5.5 Iran (capitale : Téhéran)**

L'Iran, pays de 69 millions d'habitants au Proche-Orient, est bordé par le golfe d'Oman, le golfe Persique et la mer Caspienne. Il partage sa frontière avec l'Iraq et le Pakistan. La langue de la majorité est le persan et 98 % de la population est musulmane.

Le secteur de l'agriculture, qui compte pour 12 % dans le PIB, concentre 30 % environ de la main-d'œuvre iranienne. Bien que l'Iran aspire à produire autant de viande *halal* qu'il en consomme, il continue d'être un importateur net de produits agricoles. La State Livestock Affairs Logistics (SLAL - Agence d'État de gestion du bétail) et la Government Trading Corporation (GTC - Société nationale du commerce) sont les deux importateurs de viande en Iran (le secteur privé n'est pas autorisé à importer de la viande). Il convient de souligner que les États-Unis ont imposé des sanctions économiques à l'Iran et appliquent des mesures de contrôle à l'exportation pour les produits destinés à ce pays.

Le bœuf représente environ 90 % de la viande importée en Iran, la volaille, les 10 % restants.

En 2003, l'Iran importait pour 60 711 964 dollars américains de bœuf, plus de la moitié étant venu d'Irlande et 30 %, du Brésil. Le Canada n'est pour ainsi dire pas présent sur ce marché (GTI).

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- Nous tenons à prévenir les exportateurs que le ministre iranien du Commerce modifie régulièrement les règles à l'exportation et à l'importation. Il est donc recommandé d'être vigilant.
- Les exportateurs canadiens doivent s'assurer que l'acheteur est titulaire d'une *Trade Identification Card* (carte d'identité commerciale) valide. En vertu de la loi iranienne, tous les importateurs et exportateurs doivent posséder cette carte (qu'on appelle aussi carte *bazargani*), laquelle est délivrée par la Chambre de commerce iranienne et approuvée par le ministère iranien du Commerce. La carte n'est remise qu'aux entreprises « inscrites », qui ont acquitté les taxes et droits de douane prescrits, et qui se sont montrées respectueuses des lois.
- Il est d'usage, et nous ne saurions trop le recommander, de retenir les services d'un agent en Iran.

#### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.

#### *Réglementation à l'importation*

- L'Iran a des exigences particulières en ce qui concerne l'abattage des volailles. L'exportateur doit veiller à les respecter.
- Pour les besoins de l'obtention de la licence générale d'importation, toutes les importations doivent être déclarées auprès du ministère du Commerce.

#### *Documentation exigée*

- La viande importée en Iran doit avoir été inspectée et être certifiée *halal*.
- Les produits exportés vers l'Iran doivent être accompagnés par les documents exigés (ces derniers doivent avoir été authentifiés par l'ambassade iranienne), à savoir la facture, le certificat d'origine, le connaissement, le certificat d'inspection.

## 5.6 Koweït (capitale : Koweït)

Situé au nord-ouest de la Péninsule arabique, sur les rives du golfe Persique, bordé au nord et à l'ouest par l'Iran et au sud, par l'Arabie saoudite, le Koweït a une population de 2,4 millions d'habitants dont 85 % sont musulmans. L'arabe est la langue officielle, mais l'anglais est largement répandu.

Aride et plat, le Koweït n'est pas un pays agricole. Exception faite du poisson, le pays importe pour ainsi dire toute la nourriture qu'il consomme. Hors nourriture, les principales importations sont les matériaux de construction, le véhicules et les vêtements.

Les Koweïtiens allouent 24 % de leur budget alimentaire à l'achat de viande. Leur fort pouvoir d'achat en fait des consommateurs exigeants qui tiennent à en avoir pour leur argent.

Dans la viande, la volaille est, et de loin, la principale importation (88%). Les viandes de bovin, de mouton et de chèvre représentent, elles, des parts assez petites, mais à peu près égales (FAO).

### *Renseignements généraux sur le marché*

- Tous les produits doivent porter l'indication *halal*.
- Tous les produits contenant de l'alcool sont prohibés. Aucun produit préparé contenant du lard ou des tissus de porc n'est autorisé.

### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- Bien que la crise de l'ESB n'ait pas donné lieu à des restrictions particulières, le Koweït exige que le bœuf importé ne contienne aucune hormone. Il n'a pas approuvé de certificat d'exportation.

### *Réglementation à l'importation*

- Un certificat *halal* doit accompagner les produits suivants : viandes, volaille, viandes transformées et viandes en croûte, cubes de bouillon et soupes en poudre contenant de la viande ou de la volaille, viandes en conserve.
- À l'arrivée des produits, la durée de conservation de ces derniers ne doit pas être entamée de plus de la moitié.
- L'étiquette de tous les produits importés au Koweït doit contenir les renseignements suivants : pays d'origine, nom du produit, date de production et date limite de consommation, nom et adresse du fabricant, poids net (en unités métriques) et liste d'ingrédients (en ordre décroissant d'importance).
- Les renseignements fournis sur l'étiquette doivent l'être en arabe et en anglais, ou en arabe seulement.

### *Documentation exigée*

- Au moins 10 jours avant l'arrivée des produits, l'importateur doit avoir en main les documents suivants :
- trois (3) copies certifiées et notariées de la facture commerciale;
- trois (3) copies de la lettre de transport aérien;
- certificat d'origine;



- certificat *halal*, lequel aura été délivré par un centre islamique approuvé et authentifié par l'ambassade du Koweït dans le pays d'origine;
- certificat de santé vétérinaire (pour les produits carnés) émis par le pays exportateur, confirmant que la viande a été inspectée par un vétérinaire avant et après l'abattage et que la viande est propre à la consommation humaine (l'animal ne souffrait pas de maladie et n'avait pas reçu d'antibiotiques ou d'hormones).

#### *Droits de douane*

- Entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2003, la loi dite *Gulf Cooperation Council Unified Customs Law* (UCL, Loi douanière commune du Conseil de coopération du Golfe) dispose que les produits alimentaires importés d'un pays autre qu'un pays du Conseil seront assujettis à un droit ad valorem de 5 %.

### **5.7 Malaisie (capitale : Kuala Lumpur)**

Située au cœur de l'Asie du Sud-Est et comptant 24 millions d'habitants, la Malaisie comporte deux grandes régions : la Malaisie péninsulaire, qui se trouve dans le prolongement de la Thaïlande, et la Malaisie orientale, qui se situe au Nord de l'Indonésie, sur l'île de Bornéo. Ces deux régions comptent 13 États et un territoire fédéral. Il se parle une foule de langues en Malaisie, notamment le malais, l'anglais et le chinois. L'islam est la principale religion, mais il y en a beaucoup d'autres.

Les Malaisiens allouent 14 % de leur budget alimentaire à l'achat de viande. D'après *Euromonitor*, la consommation de viande rouge et de volaille est en hausse. Entre 1998 et 2003, la consommation de viande rouge a grimpé de 24 %, étant passée de 1,0 à 1,3 kg par habitant, alors que la consommation de volaille augmentait de 18 %, passant de 6,7 à 7,9 kg par habitant. L'agriculture compte pour 7 % du PIB et concentre 15 % de la main-d'œuvre.

La viande de bœuf constitue environ les deux tiers des importations de viande en Malaisie. La volaille est la deuxième importation en importance. Pour ce qui est du mouton, de la chèvre et du porc, ils constituent 11 % environ des importations de viande (FAO).

En 2005, les importations de viande en Malaisie se sont élevées à 231 220 461 dollars américains. L'Inde était le premier fournisseur du pays (60 %), suivie par l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Les importations en provenance du Canada, qui atteignaient 455 791 dollars, ne représentaient que 0,2 % du marché.

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- Tous les produits carnés doivent être accompagnés d'un certificat attestant que les animaux ont été abattus selon le rituel islamique.
- Les produits *halal* ne doivent être conservés ou entreposés qu'avec des produits *halal*.
- L'abattage doit être fait sans étourdir l'animal, bien que l'électronarcose soit permise.
- Pour ce qui est du bétail, les autorités islamiques malaisiennes refusent qu'il soit permis, pour assurer un écoulement plus rapide du sang et un abattage moins cruel, de donner un coup de couteau intrathoracique dans les grosses artères, après avoir tranché la gorge de l'animal.

*Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.
- Seule la viande *halal* peut entrer en Malaisie.

#### *Réglementation à l'importation*

- Des règles à l'importation très strictes s'appliquent aux produits contenant de la viande ou de l'alcool. Le Department of Veterinary Services Malaysia (Services vétérinaire Malaisie) élabore les lois dans ce domaine et en assure l'application. Pour prendre connaissance de ces règles et des restrictions particulières en vigueur, consultez le site suivant : <http://agrolink.moa.my/jph/dvs/import/>.
- La loi dite *Food Act* (1983) et le règlement connexe (*Food Regulation*, 1985) contiennent les normes alimentaires en vigueur en Malaisie. Pour plus de précisions, consultez le site suivant : <http://www.moh.gov.my/fqc/Index.htm>.

#### *Documentation exigée*

- Le document intitulé *Control of Slaughter Rules 1975* s'applique à toutes les viandes et à tous les animaux de boucherie.
- Les produits carnés importés en Malaisie doivent être certifiés *halal*. Ils doivent venir d'abattoirs inspectés et approuvés par les autorités vétérinaires et religieuses malaisiennes, c'est-à-dire l'Islamic Development Foundation of Malaysia (JAKIM - Fondation des affaires islamiques de Malaisie).
- Les renseignements fournis sur les étiquettes des produits importés doivent être en malais et (ou) en anglais.

#### *Droits de douane*

- Les droits de douane varient entre 2 et 200 %. En général, les viandes sont assujetties à des droits peu élevés.

### **5.8 Maroc (capitale : Rabat)**

Pays d'Afrique du Nord bordé par l'Atlantique, la Méditerranée et adossé au Sahara occidental, le Maroc est voisin de l'Algérie. D'après les estimations, la population marocaine est de 33 millions d'habitants. La langue officielle est l'arabe, mais le français est largement parlé dans l'administration et le milieu des affaires. Environ 99 % de la population est musulmane.

L'agriculture est un secteur d'activité économique important au Maroc: à elle seule, elle emploie 40 % de la main-d'œuvre et représente 22 % du PIB. Des produits frais sont généralement disponibles toute l'année. Les Marocains ne sont pas trop friands d'aliments transformés ou en conserve, qu'ils considèrent moins sains et plus chers que les produits frais.

Au Maroc, les consommateurs allouent 14 % de leur budget alimentaire à l'achat de viande (Euromonitor), qui est le produit alimentaire le plus coûteux. En 2003, les ménages marocains ont consommé 1,4 kg de viande rouge par habitant et 2,3 kg de volaille par habitant. Dans les viandes rouges, les Marocains consomment du bœuf, du veau, de l'agneau, du mouton et de la chèvre. La consommation de viande varie avec la conjoncture économique. En période de récession, les gens consomment des produits moins coûteux, comme le poisson. Cela dit, durant le ramadan, les prix de l'agneau et du bœuf augmentent, tirés par la demande.

En 2003, la volaille (67,4 %) et le bœuf (28,8 %) étaient les deux principales importations de viande au Maroc. Les importations de viande de mouton et de chèvre y étaient négligeables (FAO).

D'après Global Trade Atlas, en 2005, le Maroc a importé pour 4 841 421 dollars américains de viande. L'Argentine et la France étaient les deux principaux fournisseurs (avec une part de marché d'environ 40 % chacune) et étaient suivies par le Brésil et l'Australie. Le Maroc n'a pas importé de viande du Canada en 2005.

#### *Renseignements généraux sur le marché*

- Pour entrer au Maroc, les animaux sur pied de même que les produits et sous-produits carnés importés doivent être livrés dans des ports déterminés (Casablanca, Tanger, Kenirra, Safi, Agadir, Jorf Lasfar, Nador, Al Hoceima, Dakhla and Laayoune) ou aéroports déterminés (Casablanca-MohamedV, Agadir, Fès, Tanger, Oujda, Rabat-Sale, Marrakech, Laayoune, Dakhla, et Ouarzazate).
- Le français est la principale langue des affaires.
- Les mesures métriques sont obligatoires.

#### *Accès du Canada (au 5 mars 2006)*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.
- Le Maroc a approuvé le certificat sanitaire vétérinaire pour les bovins reproducteurs. Toutefois, à la lumière de préoccupations suscitées dans l'industrie canadienne par les exigences du Maroc en ce qui concerne la lucose, les négociations ont été réouvertes.

#### *Réglementation à l'importation*

- Le 20 décembre 2005, l'importation du boeuf et des produits du bœuf a été interdite au Maroc.
- La date de production et la date limite de consommation doivent être indiquées. Pour les produits ayant une durée de conservation de moins de trois mois, le jour et le mois doivent être indiqués. Si la durée de conservation se situe entre 3 et 18 mois, le mois et l'année doivent être fournis. Pour les produits ayant une durée de conservation de plus de 18 mois, le jour, le mois et l'année doivent être indiqués. L'indication de la date doit être faite suivant le modèle : jj/mm/aa.
- Sur l'étiquette, les renseignements doivent obligatoirement être fournis en arabe, ce qui n'interdit pas des indications dans d'autres langues.

#### *Documentation exigée*

- Pour être dédouanés, tous les produits carnés doivent être accompagnés d'un certificat sanitaire délivré par les autorités du pays exportateur. Le certificat doit préciser que le produit ne contient pas d'antiseptiques, de colorants, d'additifs prohibés, de résidus d'antibiotiques, d'anticoccidiens, de pesticides, d'hormones ni aucun autre médicament, quel qu'il soit. Le certificat doit également confirmer que les bêtes étaient en santé au moment de l'abattage, qu'elles n'avaient pas été contaminées par des éléments radioactifs et que le produit est propre à la consommation humaine.

#### *Droits de douane*

- Le taux de droits à l'importation varie selon le produit. Les taux les plus représentatifs sont : 2,5, 10, 17,5, 25, 35 et 50 %.

## **5.9 Arabie saoudite (capitale : Riyad)**

L'Arabie saoudite se trouve au sud-ouest de l'Asie et occupe le gros de la Péninsule arabique. Le pays est bordé à l'ouest, par la mer Rouge, au sud, par la République du Yémen et le Sultanat d'Oman, à l'est, par le golfe d'Arabie, les Émirats arabes unis et le Qatar, et au nord, par la Jordanie, l'Iraq et le Koweït. Le territoire saoudien est presque entièrement désertique. Les terres arables représentent moins de 2 % du territoire. La population, 27 millions d'habitants, est musulmane.

Les Saoudiens consacrent 28 % de leur budget alimentaire à l'achat de viande (Euromonitor). La viande rouge est une denrée de base dans le régime traditionnel des Saoudiens, mais depuis le boum économique des années 70, la volaille a gagné beaucoup de terrain.

Les Saoudiens préfèrent les aliments frais aux aliments en conserve ou surgelés. Le gouvernement a soutenu le secteur privé en investissant massivement dans les élevages de volaille et de bétail. L'Arabie saoudite produit des moutons, des poules, des oeufs et du lait. Le secteur agricole représente 12 % de la main-d'œuvre et contribue pour 3 % du PIB.

En 2003, plus de 76 % des importations de viande en Arabie saoudite étaient de la volaille. La viande de bœuf et de mouton représentait le reste (FAO).

En 2003 toujours, les importations de viande en Arabie saoudite ont été évaluées à 566 630 632 dollars américains. Plus de la moitié de ces importations venaient du Brésil, fournisseur privilégié qui continue de faire des gains sur le marché saoudien. La France et l'Australie sont aussi des fournisseurs importants de viande. Pour ce qui est des importations de viande du Canada, jamais ces dernières n'ont-elles représenté plus de 1 % des importations saoudiennes totales entre 2001 et 2003 (GTI).

### *Renseignements généraux sur le marché :*

- L'Arabie saoudite fait partie du Conseil de coopération du golfe (CCG), aux côtés du Koweït, du Qatar, de Bahreïn, des Émirats arabes unis et d'Oman.

### *Accès du Canada (au 5 mars 2006) :*

- La semence et les embryons de bovins autorisés.

### *Réglementation à l'importation*

- L'Arabie saoudite importe des boissons alcoolisées, des porcs sur pied, de la viande de porc, des ingrédients ou additifs contenant des produits du porc, de la viande de mule, de la viande d'âne ainsi que des cuisses de grenouilles.

### *Documentation exigée*

- D'après la norme saoudienne n° SSA 630/1990 (qui porte sur l'abattage des animaux selon le rituel islamique), un certificat d'abattage *halal* doit être émis pour toutes les viandes et volailles importées.

- Tous les animaux sur pied importés en Arabie saoudite doivent être accompagnés d'un certificat sanitaire délivré par les autorités compétentes du pays d'origine attestant qu'ils ne présentent pas de maladie. Le certificat doit par ailleurs confirmer que les animaux n'ont pas consommé de protéines animales dérivées de ruminants et n'ont pas reçu d'hormones de croissance. L'Arabie saoudite a interdit l'importation de bovins sur pied venant de pays touchés par l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB), la fièvre aphteuse et la peste bovine.
- L'information fournie en arabe sur l'étiquette doit, au minimum, comprendre ce qui suit : nom du produit, nom de l'emballer, pays d'origine, ingrédients, durée de conservation et, s'il y a lieu, instructions.

#### *Droits de douane :*

- La plupart des produits alimentaires sont assujettis à un droit à l'importation de 5 %. Les importations qui se trouvent à concurrencer les produits locaux sont assujetties à des droits se situant entre 12 et 20 %. La viande rouge entre en franchise de droits.

### **5.10 Émirats arabes unis (capitale : Abou Dhabi)**

Les sept émirats qui forment les Émirats arabes unis (à savoir Abou Dhabi, Ajman, Al Fujayrah, Ash Shariqah, Dubayy, Ra's al Khaymah et Umm al Qaywayn) occupent la pointe Nord-Est de la Péninsule arabique qui s'avance entre le Golfe persique et le golfe d'Oman. Les Émirats partagent une frontière avec l'Arabie saoudite (au sud-ouest) et avec Oman (à l'est). La population de 2,6 millions d'habitants est musulmane à 96 %. La langue officielle du pays est l'arabe, mais on parle aussi le perse et l'anglais.

La viande pèse pour 24 % dans le budget alimentaire des Émiriens (Euromonitor). Les Émirats produisent de la volaille, des œufs et des produits laitiers. Le secteur agricole émirien occupe environ 7 % de la main-d'œuvre et représente 4 % du PIB.

Les Émirats arabes unis affichent un PIB par habitant élevé et la population jouit d'un fort pouvoir d'achat. Malgré un excédent commercial important, les Émirats continuent d'importer des produits alimentaires, de la machinerie et des produits chimiques, leurs principaux fournisseurs étant l'Inde, la Chine, le Japon, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et les États-Unis. La consommation annuelle de viande *halal* croît en raison directe de la croissance démographique et du développement du tourisme.

La volaille représente une fraction importante des importations de viande aux Émirats arabes unis, 76 % en 2003. Les importations de mouton et de chèvre étaient comparables en volume aux importations de viande bovine (FAO).

D'après les données les plus récentes, les Émirats arabes unis ont importé pour 8 090 260 dollars américains de viande en 2001. Les États-Unis et le Danemark étaient les deux principaux fournisseurs, chacun représentant plus du quart des importations totales. Les importations du Canada aux Émirats représentaient environ 2 % des importations totales (GTA).

### *Renseignements généraux sur le marché*

- Pour la volaille cuite et les produits de la volaille cuite, le certificat d'exportation doit confirmer qu'à la cuisson, la température interne a atteint 72° C. La volaille doit être emballée dans une matière plastique transparente.
- La viande rouge et la volaille surgelées doivent être livrées dans les quatre (4) mois suivant leur production.

### *Accès du Canada (au 5 mars 2006):*

- La semence et les embryons de bovins sont autorisés.
- Le boeuf, désossé ou non, provenant d'animaux de moins de 30 mois est également autorisé, sous réserve des exigences de la certification *halal*.
- L'interdiction frappant le boeuf canadien a été levée le 10 décembre 2005.

### *Réglementation à l'importation*

- Les Émirats arabes unis continuent d'accepter les produits étiquetés en anglais seulement. Toutefois, nous recommandons vivement aux exportateurs de fournir des renseignements en arabe sur l'étiquette de leurs produits.
- Les Émirats arabes unis interdisent l'entrée de tout produit dont la durée de conservation serait entamée de plus de la moitié.

### *Documents exigés*

- L'exportateur doit produire un certificat d'abattage *halal* pour toutes les catégories de viande (sauf le porc) et de volaille par un centre islamique approuvé dans le pays d'origine.
- À l'heure actuelle, il n'y a au Canada qu'un centre islamique approuvé par les autorités émiriennes pour la certification *halal*. Il s'agit de l'Islamic Society of North America (ISNA).
- Tous les produits du bœuf et de la volaille importés doivent être accompagnés d'un certificat sanitaire du pays d'origine.
- L'ambassade des Émirats arabes unis au Canada doit notariar le certificat sanitaire et le certificat *halal*.
- Voici des exemples des documents qu'il faut normalement produire : certificat d'origine, connaissance, attestations gouvernementales et (ou) attestations de l'ambassade.

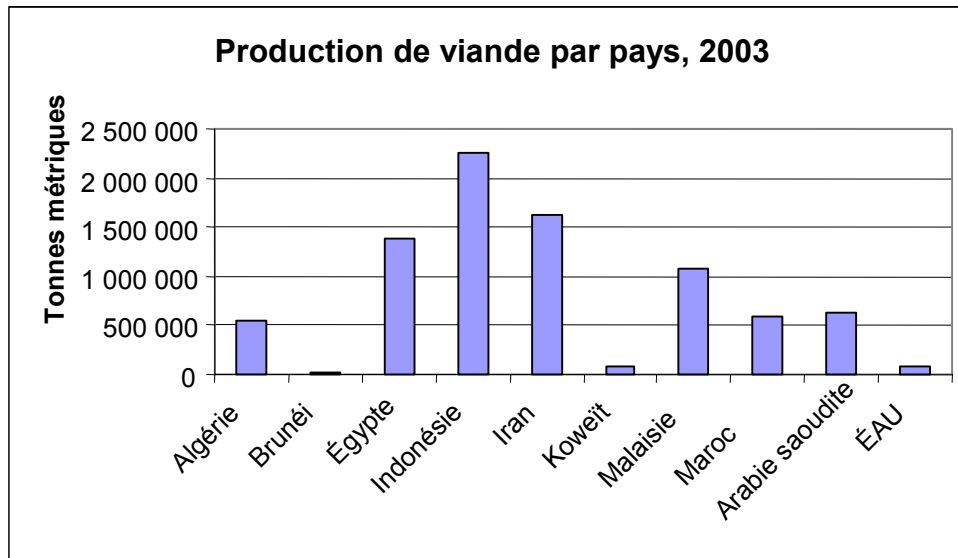
### *Droits de douane*

- Les produits qui entrent aux Émirats arabes unis sont assujettis au taux de droit uniforme de 5 % du Conseil de coopération du golfe. Des exemptions de droits peuvent exister pour certaines produits.

## **6. Résumé des débouchés hors Amérique du Nord**

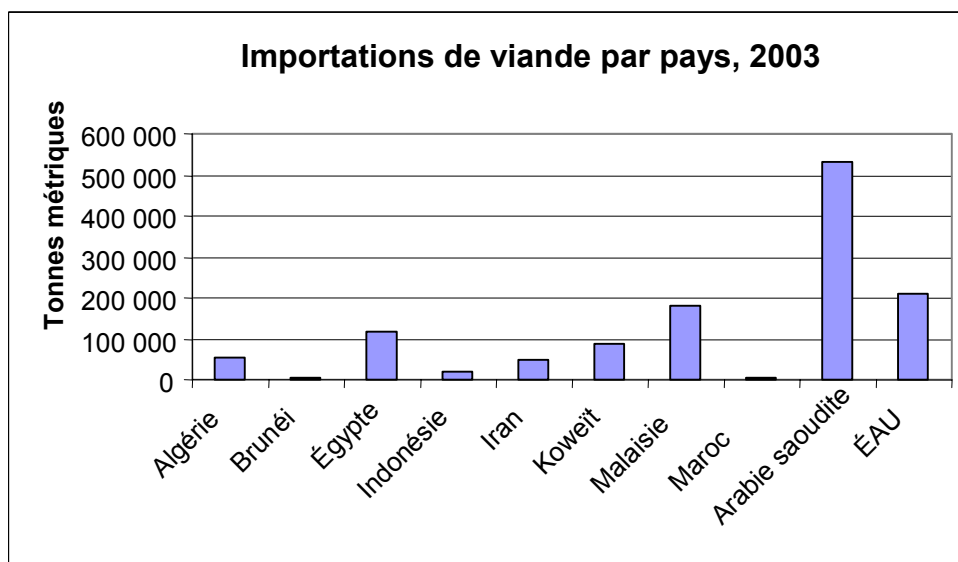
Les figures et les tableaux qui suivent résument les données sur la production et les importations de viande selon le pays. Les volumes totaux sont ventilés selon diverses composantes, par exemple : viande de bœuf, de mouton et de chèvre, viande de porc et volaille. Toutes les données viennent de la FAO.

**Figure 1. Production de viande, en volume et par pays, 2003**



Source : Bases de données de la FAO, <http://apps.fao.org>.

**Figure 2. Importations de viande, en volume et par pays, 2003**



Source : Bases de données de la FAO, <http://apps.fao.org>.

**Tableau 2. Production de viande, selon la sorte et le pays, 2003**

<b>2003</b>	<b>Quantité</b>					<b>Part en %</b>			
	<b>Viande</b>	<b>Bœuf</b>	<b>Mouton et chèvre</b>	<b>Porc</b>	<b>Volaille</b>	<b>Bœuf</b>	<b>Mouton et chèvre</b>	<b>Porc</b>	<b>Volaille</b>
<b>Algérie</b>	555 557	121 000	177 350	128	246 250	21,8 %	31,9 %	0,0 %	44,3 %
<b>Brunéi</b>	18 031	3 765	56	30	14 180	20,9 %	0,3 %	0,2 %	78,6 %
<b>Égypte</b>	1 377 450	515 734	75 636	3 200	651 540	37,4 %	5,5 %	0,2 %	47,3 %
<b>Indonésie</b>	2 247 739	397 125	134 783	511 500	1 203 330	17,7 %	6,0 %	22,8 %	53,5 %
<b>Iran</b>	1 621 160	324 800	451 000	0	830 700	20,0 %	27,8 %	0,0 %	51,2 %
<b>Koweït</b>	77 869	1 920	37 459	N.D.	38 000	2,5 %	48,1 %	N.D.	48,8 %
<b>Malaisie</b>	1 070 287	23 965	1 300	198 128	846 654	2,2 %	0,1 %	18,5 %	79,1 %
<b>Maroc</b>	598 500	150 000	121 000	600	280 000	25,1 %	20,2 %	0,1 %	46,8 %
<b>Arabie saoudite</b>	630 725	22 275	98 500	N.D.	468 000	3,5 %	15,6 %	N.D.	74,2 %
<b>Émirats arabes unis</b>	83 514	9 500	17 600	N.D.	41 028	11,4 %	21,1 %	N.D.	49,1 %

Source : Bases de données de la FAO, <http://apps.fao.org>.



**Tableau 3. Importation de viande, selon la sorte et le pays, 2003**

2003 <i>Importations (tonnes métriques)</i>	Quantité					Part en %			
	Viande	Bœuf	Mouton et chèvre	Porc	Volaille	Bœuf	Mouton et chèvre	Porc	Volaille
<b>Algérie</b>	52 060	47 637	3 040	136	1 239	91,5 %	5,8 %	0,3 %	2,4 %
<b>Brunéi</b>	3 440	293	308	1 719	1 101	8,5 %	9,0 %	50,0 %	32,0 %
<b>Égypte</b>	118 154	117 616	334	97	89	99,5 %	0,3 %	0,1 %	0,1 %
<b>Indonésie</b>	20 521	15 300	476	3 570	669	74,6 %	2,3 %	17,4 %	3,3 %
<b>Iran</b>	47 340	42 164	0	2	5 175	89,1 %	0,0 %	0,0 %	10,9 %
<b>Koweït</b>	88 992	5 558	4 628	n.d.	78 608	6,2 %	5,2 %	N.D.	88,3 %
<b>Malaisie</b>	181 555	120 789	11 671	8 248	40 709	66,5 %	6,4 %	4,5 %	22,4 %
<b>Maroc</b>	2 958	851	38	70	1 995	28,8 %	1,3 %	2,4 %	67,4 %
<b>Arabie saoudite</b>	529 688	72 248	54 891	n.d.	401 366	13,6 %	10,4 %	N.D.	75,8 %
<b>Émirats arabes unis</b>	208 236	19 039	23 871	6 318	158 749	9,1 %	11,5 %	3,0 %	76,2 %

Source : Bases de données de la FAO, <http://apps.fao.org>.

## 7. Principaux fournisseurs internationaux

Les tableaux ci-après résument les données sur les cinq premiers fournisseurs de viande des pays étudiés, en 2005, et sur la part de marché de chacun. La position du Canada est indiquée, chaque fois que cela a été possible de le faire. L'importance de chaque sorte de viande est également indiquée. Toutes les données proviennent de GTI.

### Algérie

En 2005, pour la viande, les principaux fournisseurs de l'Algérie étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Brésil	51,08	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de volaille.
2	Argentine	17,2	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton.
3	Nouvelle-Zélande	10,35	Viande de mouton essentiellement. Un peu de viande de bœuf.
4	Australie	6,47	Viande de mouton essentiellement. Un peu de viande de bœuf.
5	Irlande	6,12	Viande de bœuf essentiellement. Un peu de viande de mouton.
22	Canada	0	

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

## Brunéi

En 2003, pour la viande, les principaux fournisseurs de Brunéi étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Malaisie	45,60	Viande de porc, volaille.
2	Australie	22,68	Viande de chèvre, essentiellement. Un peu de viande de porc et de mouton.
3	Singapour	9,68	Viande de porc, de bœuf et de mouton.
4	Thaïlande	9,67	Viande de porc, de bœuf et de mouton.
5	Chine	9,39	Viande de porc et de bœuf.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

## Égypte

En 2004, pour la viande, les principaux fournisseurs de l'Égypte étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Brésil	90,24	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de porc.
2	Argentine	7,58	Viande de bœuf exclusivement.
3	Irlande	0,62	Viande de bœuf exclusivement.
4	Australie	0,38	Viande de mouton et de bœuf.
5	Nouvelle-Zélande	0,20	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton.
6	Canada	0,16	Viande de bœuf exclusivement.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

## Indonésie

En 2005, pour la viande, les principaux fournisseurs de l'Indonésie étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Nouvelle-Zélande	43,10	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton.
2	Australie	41,71	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton et de chèvre.
3	Singapour	8,32	Volaille, viande de bœuf et de mouton.
4	Chine	3,09	Viande de porc et de bœuf.
5	États-Unis	1,54	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de volaille.
18	Canada	0,02	Volaille, exclusivement.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

## Iran

En 2003, pour la viande, les principaux fournisseurs de l'Iran étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Irlande	52,76	Bœuf, exclusivement.
2	Brésil	30,04	Bœuf, exclusivement.
3	France	7,04	Volaille, exclusivement.
4	Pays-Bas	5,80	Bœuf, exclusivement.
5	Belgique	4,23	Bœuf, exclusivement.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

### Malaisie

En 2005, pour la viande, les principaux fournisseurs de la Malaisie étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Inde	61,11	Viande de bœuf essentiellement. Un peu de viande de mouton et de chèvre.
2	Australie	14,51	Viande de mouton et de chèvre, viande de bœuf.
3	Nouvelle-Zélande	14,37	Viande de bœuf, viande de mouton et de chèvre.
4	Brésil	3,56	Viande de bœuf, exclusivement.
5	Chine	1,46	Viande de porc, viande de bœuf, volaille.
14	Canada	0,20	Viande de porc.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

### Maroc

En 2001, pour la viande, les principaux fournisseurs du Maroc étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Argentine	41,52	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de volaille.
2	France	41,25	Volaille, viande de bœuf, viande de porc.
3	Brésil	6,88	Volaille, essentiellement. Un peu de viande de bœuf.
4	Australie	3,94	Viande de bœuf essentiellement.
5	Uruguay	2,00	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

### Arabie saoudite

En 2003, pour la viande, les principaux fournisseurs de l'Arabie saoudite étaient :			
Rang	Pays	Part en %	Notes
1	Brésil	55,20	Volaille, essentiellement. Un peu de viande de bœuf, de mouton et de chèvre.
2	France	17,87	Volaille, exclusivement.
3	Australie	8,36	Viande de mouton et de chèvre, essentiellement. Un peu de viande de bœuf.
4	Nouvelle-Zélande	5,58	Viande de mouton et de chèvre, essentiellement. Un peu de viande de bœuf.
5	Chine	4,82	Volaille, exclusivement.
12	Canada	0,36	Viande de bœuf, essentiellement. Un peu de viande de mouton et de chèvre.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

### Émirats arabes unis

En 2001, pour la viande, les principaux fournisseurs des Émirats arabes unis étaient :

<b>Rang</b>	<b>Pays</b>	<b>Part en %</b>	<b>Notes</b>
1	États-Unis	28,49	Saucisse, exclusivement.
2	Danemark	27,22	Saucisse, exclusivement.
3	Inconnu	19,06	Saucisse, exclusivement.
4	France	9,36	Saucisse, exclusivement.
5	Pays-Bas	4,12	Saucisse, exclusivement.
12	Canada	1,85	Saucisse, exclusivement.

Source : *Global Trade Atlas* (GTIS).

## 8. Bibliographie

Agence canadienne d'inspection des aliments. *Établissements de viande agréés fédéraux*, 2006, consulté à l'adresse :

<http://www.inspection.gc.ca/francais/anima/meavia/reglistf.shtml>,  
le 5 juin 2006.

Agriculture et agroalimentaire Canada. *Exigences en matière d'étiquetage des aliments pour Brunéi Darussalam*, mars 2006, consulté à l'adresse

[http://ats.agr.ca/asean/4114\\_f.htm](http://ats.agr.ca/asean/4114_f.htm), le 5 juin 2006.

Agriculture et Agroalimentaire Canada. *Conclusions du rapport d'étude sur le bœuf halal*, août 2005, consulté à l'adresse [http://www.ats.agr.gc.ca/africa/4078\\_f.htm](http://www.ats.agr.gc.ca/africa/4078_f.htm),  
le 5 juin 2006.

CIA. *The World Fact Book*, juin 2006, consulté à l'adresse :

<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>, le 6 juin 2006.

Commerce international Canada. *Réglementation en matière d'importation – Brunéi Darussalam*, février 2006, consulté à l'adresse <http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=19993>, le 6 juin 2006.

Commerce international Canada. *Réglementation de l'importation – Iran*, mars 2006, consulté à l'adresse : <http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=11982>, le 6 juin 2006.

eat-Halal.com Canada. « Certification? », 2004, consulté à l'adresse : <http://www.eat-Halal.com/Halal.shtml>, le 5 juin 2006.

eat-Halal.com Canada. « What is Halal? », 2004, consulté à l'adresse : <http://www.eat-Halal.com/Halal.shtml>, le 5 juin 2006.

*Euromonitor*. « Consumer lifestyles by country », consulté à l'adresse :

<https://www.euromonitor.com/WALogin/WALogin.aspx?Web=GMIDv3>,  
le 5 juin 2006.

*FAO Statistical Databases*. « Meat imports and meat production by country », consulté à l'adresse : <http://apps.fao.org>, le 6 juin 2006.

*Global Trade Atlas*. « Meat imports by country », consulté à l'adresse :

<http://www.gtis.com/GTA/>, le 5 juin 2006.

Government of Alberta, Department of Agriculture, Food and Rural Development. *Canadian Halal Meat Market Study*, janvier 2005, consulté à l'adresse :

[http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/afu9886/\\$FILE/canadian\\_Halal\\_meat\\_market\\_study.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/afu9886/$FILE/canadian_Halal_meat_market_study.pdf),  
le 5 juin 2006.

Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA). *What is Halal?*, 2006, consulté à l'adresse : [www.ifanca.org/Halal.htm](http://www.ifanca.org/Halal.htm), le 5 juin 2006.

Ministère de la Justice. *Règlement de 1990 sur l'inspection des viandes*, 1990, consulté à l'adresse : <http://lois.justice.gc.ca/fr/M-3.2/DORS-90-288/222151.html>, le 6 juin 2006.

Statistique Canada. *Population selon la religion, par province et territoire*, recensement de 2001, 2001, consulté à l'adresse : [http://www40.statcan.ca/l02/cst01/demo30a\\_f.htm](http://www40.statcan.ca/l02/cst01/demo30a_f.htm), le 5 juin 2006.

Toronto Public Health. *Guide to Understanding Halal Foods*, 2004, consulté à l'adresse : [http://www.toronto.ca/health/pdf/nm\\_Halal.pdf](http://www.toronto.ca/health/pdf/nm_Halal.pdf), le 5 juin 2006.

United States Department of Agriculture, Food Safety and Inspection Service. *Export Requirements for Meat & Poultry Products*, consulté à l'adresse : [http://www.fsis.usda.gov/Regulations\\_&Policies/Index\\_of\\_Import\\_Requirements\\_by\\_Country/index.asp](http://www.fsis.usda.gov/Regulations_&Policies/Index_of_Import_Requirements_by_Country/index.asp), le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Algeria Exporter Guide Annual*, 2004, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200410/146117841.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Egypt Exporter Guide Annual*, 2004, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200412/146118269.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Egypt Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200509/146130996.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Indonesia Exporter Guide Annual*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200510/146131099.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Indonesia Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200508/146130623.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Kuwait Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200507/146130208.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Malaysia Exporter Guide Annual*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200510/146131209.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Malaysia Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200508/146130472.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Morocco Exporter Guide Annual*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200509/146131062.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Morocco Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2002, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200208/145783499.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service, *Saudi Arabia Exporter Guide Annual*, 2003, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200309/145986196.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *Saudi Arabia Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200507/146130432.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *United Arab Emirates Exporter Guide Annual*, 2004, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200410/146117877.pdf>, le 6 juin 2006.

USDA Foreign Agricultural Service. *United Arab Emirates Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 2005, consulté à l'adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200507/146130231.pdf>, le 6 juin 2006.

---

## **ANNEXE 1**

### **Contacts dans les pays étudiés**

#### **Algérie**

##### **Ambassade du Canada en Algérie**

18, rue Mustapha Khalef  
Ben Aknoun - Alger  
Contact : M<sup>me</sup> Henda Yahiaoui  
Déléguée commerciale  
Tél. : (213) 21 91 49 51  
Télé. : (213) 21 91 47 20  
Courriel : [henda.yahiaoui@dfait-maeci.gc.ca](mailto:henda.yahiaoui@dfait-maeci.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/dz>

##### **Direction générale des impôts**

Cité Malki, Ben Aknoun  
Alger  
Tél. : 213 21 59 55 26  
Télé. : 213 21 59 52 18

Courriel : [Webmaster-impots@finance-algeria.org](mailto:Webmaster-impots@finance-algeria.org)  
Site Web : <http://www.impots-dz.org/>

## **Arabie saoudite**

### **Ambassade du Canada en Arabie saoudite**

Diplomatic Quarter P.O. Box 94321,  
Riyadh, Saudi Arabia  
Contact : M<sup>me</sup> Rania Hassan  
Déléguée commerciale  
Tél. : (011-966-1) 488-2288  
Télec. : (011-966-1) 488-0137  
Courriel : [rania.hassan@international.gc.ca](mailto:rania.hassan@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/sa>

## **Brunéi Darussalam**

### **Haut-commissariat du Canada à Brunei Darussalam**

No. 1, 5th Floor, Jalan McArthur Building Jalan McArthur  
Bandar Seri Begawan  
Brunei Darussalam  
Contact : M. Peter Chen  
Délégué commercial  
Tél. : (011-673) 2220043  
Télec. : (011-673) 2220040  
Courriel : [bsbgn-td@international.gc.ca](mailto:bsbgn-td@international.gc.ca)

### **Royal Customs and Excise Department**

[Département royal des douanes et de l'accise]  
Jalan Menteri Besar  
Berakas BB 3910  
Negara Brunei Darussalam  
Tél. : (673) 2382333  
Télec. : (673) 2382666  
Courriel : [jked@brunet.bn](mailto:jked@brunet.bn)  
Site Web : <http://www.customs.gov.bn>

## **Égypte**

### **Ambassade du Canada en Égypte**

26, rue Kamel El Shenawy, Garden City  
Le Caire, Égypte  
Contact : M. Magdy Ghazal  
Délégué commercial principal  
Tél. : (011-20-2) 794-3110  
Télec. : (011 20 2) 794-7659  
Courriel : [magdy.ghazal@international.gc.ca](mailto:magdy.ghazal@international.gc.ca)  
Site Web : [www.infoexport.gc.ca/eg/](http://www.infoexport.gc.ca/eg/)



### **Ministry of Agriculture, Animal & Fish Wealth & Land Reclamation**

[ministère de l'Agriculture, des Ressources animales et halieutiques, et de la Mise en valeur des terres inexploitées]

H.E. M. Youssef Amin Wally,  
Premier ministre adjoint et ministre  
Rue Nadi El Seid,  
Dokki, Gizeh  
Tél. : 702-677, 702-596, 702-758  
Télé. : 703-889, 704-660

### **General Authority for Export & Import Control (GOEIC)**

[Administration générale du contrôle des exportations et des importations]

M. Fakhr Eldin About Ezz, président  
Immeuble Atlas, El Sheikh Maarouf et 1, rue Ramses, Le Caire  
Tél. : 574-2830, 575-6095/031

## **Émirats arabes unis**

### **Ambassade du Canada à Abou Dhabi**

9th & 10th Floor, West Tower,  
Abu Dhabi Trade Center (Abu Dhabi Mall)  
Abu Dhabi, United Arab Emirates  
Contact : M. James Hannah  
Consul et délégué commercial  
Tél. : (011-971-2) 407-1300  
Télé. : (011-971-2) 407-1399  
Courriel : [james.hannah@international.gc.ca](mailto:james.hannah@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/ae>

## **Indonésie**

### **Ambassade du Canada en Indonésie**

World Trade Centre, 6th Floor, Jl. Jend  
Sudirman, Kav. 29,  
Jakarta, 12920, Indonesia  
Contact : M. Hermawx Hermawan  
Délégué commercial  
Tél. : (011-62-021) 2550-7800  
Télé. : (011-62-021) 2550-7812  
Courriel : [hermawan@international.gc.ca](mailto:hermawan@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.jakarta.gc.ca>

### **Director General for Agricultural Processing and Marketing**

[Directeur général de la transformation et de la commercialisation agricoles]

Building D, 2nd Floor  
Jalan Harsono R.M No. 3  
Ragunan, Jakarta 12550  
Tél. : +6221-7816183  
Télé. : +6221-7816184

### **Directorate of Import**

[Direction de l'importation]  
Building II, 8th Floor  
Jalan M.I. Ridwan Rais No. 5  
Tél. : +6221-3858194, 3858171/5 x. 1145  
Télééc. : +6221-385-8194  
Courriel : [diri-daglu@dprin.go.id](mailto:diri-daglu@dprin.go.id)

#### **The Indonesian Council of Ulama**

[MUI - Conseil indonésien d'Ulama]  
Masjid Istiqlal Taman Wijaya Kusuma  
Jalan Masjid Istiqlal  
Jakarta 10710  
Tél. : +6221-3841662  
Télééc. : +6221-3847189

#### **Association of Meat Importers**

[ASPIDI - Association des importateurs de viande]  
Chairman  
Jl. Ciputat Raya No. 351  
Kebayoran Lama  
Jakarta 12240  
Tél. : +6221-72793417/72793409  
Télééc. : +6221-72793419  
Courriel : [asp-1984@cbn.net.id](mailto:asp-1984@cbn.net.id)

## **Iran**

#### **Ambassade du Canada en Iran**

57 Shahid Sarafraz St., Dr. Beheshti Ave.  
Section commerciale, bureau temporaire : 21-19th  
St. Bokharest Av, Argentine sq,  
Tehran, 15868, Iran  
Contact : M<sup>me</sup> Azar Zanganeh  
Déléguée commerciale  
Tél. : (011-98-21) 8872-3866 / 3867/ 5842  
Télééc. : (011-98-21) 8871-5842  
Courriel : [azar.zanganeh@international.gc.ca](mailto:azar.zanganeh@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/ir>

#### **Government Trading Corporation of Iran**

[Société commerciale iranienne]  
No. 43, Janad Sq., Tehran, Iran  
M. A. Saleh Ghaffari, membre du conseil d'administration  
Site Web : <http://www.gtcir.com/>

## **Koweït**

#### **Ambassade du Canada au Koweït**

Villa 24, Block 4, 24 Al-Mutawakel Street, Da'aiyah,  
Kuwait City, 13113, Kuwait

Contact : M<sup>me</sup> Ibtissam Hajj  
Déléguée commerciale principale  
Tél. : (011-965) 256-3025  
Télé. : (011-965) 256-4167  
Courriel : [ibtissam.hajj@international.gc.ca](mailto:ibtissam.hajj@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/kw>

**Kuwait Municipality** [municipalité de Koweït, pour l'inspection des produits alimentaires]

Contact : M. Khaled H. Al-Zahmoul  
Directeur, Contrôle des aliments  
P.O. Box 10, Safat  
13001 Kuwait  
Tél. : (965) 481-1417  
Télé. : (965) 481-1358

**Directorate of Standards & Metrology** [Direction des normes et de la métrologie, pour les normes alimentaires]

Public Authority for Industry  
Contact : M. Khalid A. Al-Fahed  
Directeur, Normes et métrologie  
P.O. Box 4690, Safat  
13047 Kuwait  
Tél. : (965) 431-8740  
Télé. : (965) 431-6704

## Malaisie

**Haut-commissariat du Canada en Malaisie**

17th Fl., Menara Tan & Tan,  
207 Jalan Tun Razak,  
50400 207 Jalan Tun Razak,  
Kuala Lumpur, Malaysia  
Contact : M<sup>me</sup> Sharon Fam  
Déléguée commerciale  
Tél. : (011-603) 2718-3333  
Télé. : (011-603) 2718-3391  
Courriel : [sharon.fam@international.gc.ca](mailto:sharon.fam@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.international.gc.ca/kualalumpur>

**Dept of Veterinary Services** [ministère des Services vétérinaires]

Wisma Tani, Podium Block,  
Lot 4G1, Precinct 4, Putrajaya  
Tél. : +60-3 8870 2000  
Site Web : <http://agrolink.moa.my/jph>

## Maroc

**Ambassade du Canada au Maroc**

13 Bis Jaâfar As-Sadik, C.P. 709,  
Agdal-Rabat, Maroc

Contact : M. Zouhair Kanouni  
Délégué commercial  
Tél. : (011-212-37) 68 74 00  
Télé. : (011-212-37) 68 74 15 / 16  
Courriel : **rabat-td@international.gc.ca**  
Site Web : **<http://www.infoexport.gc.ca/ma>**

## **ANNEXE 2**

### **Organismes offrant la certification *halal***

Le lecteur trouvera ci-après les noms de certaines associations offrant la certification *halal*. Les associations offrant une telle certification au Canada qui voudraient figurer sur la liste ci-dessous sont invitées à communiquer par télécopieur avec le Bureau des marchés internationaux, Agriculture et Agroalimentaire Canada, au numéro : 613-759-7506.

#### ***Halal* Monitoring Committee**

70 Baggrave Street  
Leicester, UK  
LE5 3QS  
Tél. : 0870 240 7267  
Télec. : 0116 251 5450  
Courriel : [info@halalmc.org](mailto:info@halalmc.org)  
Site Web : <http://www.halalmc.com>

#### **Islamic Society of North America - Canada Office**

2200 South Sheridan Way  
Mississauga (Ontario) L5J 2M4  
Tél. : (905) 403-8406  
Télec. : (905)403-8409  
Courriel : [hca@isnacanada.com](mailto:hca@isnacanada.com)  
Site Web : <http://www.isnacanada.com>

#### **Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)**

5901 N. Cicero Ste. 309  
Chicago, IL  
60646  
Tél. : (773) 283-3708  
Télec. : (773) 283-3973  
Courriel : [comments@ifanca.org](mailto:comments@ifanca.org)  
Site Web : <http://www.ifanca.org>

#### **Muslim Consumer Group**

P.O. Box 8538  
Rolling Meadows, IL  
60008  
Tél. : (847) 255-9396  
Courriel : [halalfoods@hotmail.com](mailto:halalfoods@hotmail.com)  
Site Web : <http://www.muslimconsumergroup.com>

## **ANNEXE 3**

### **Importateurs de produits *halal* par pays**

#### **Arabie saoudite**

##### **Al Azizia-Panda Supermarkets**

Contact : M. Abdullah Noor  
P.O. Box 3311  
Riyadh 11471  
Tél. : (+966-1) 480-3000  
Télé. : (+966-1) 480-2000

##### **Arabian Food Corporation**

Contact : M. Nader Hourri  
Directeur des achats  
P.O. Box 491  
Jeddah 21411  
Tél. : (+966-2) 651-2828  
Télé. : (+966-2) 651-4231

##### **Arabian Stores Company Ltd.**

Contact : M. Allan Ferrer  
Directeur des achats d'aliments frais  
P.O. Box 53868, Jeddah 21593  
Tél. : (+966-2) 698-2200 x 232  
Télé. : (+966-2) 698-2604

##### **Premier Foods**

Contact : M. Tim J. Clark  
P.O. Box 384, Riyadh 11383  
Tél. : (+966-1) 294-1490  
Télé. : (+966-1) 294-1492  
Site Web : [premier@prime.net.sa](mailto:premier@prime.net.sa)

##### **Supreme Foods Company Ltd.**

Contact : M. Greg Lawless  
Directeur, division des viandes  
P.O. Box 86909, Riyadh 11632  
Tél. : (+966-1) 477-5192  
Télé. : (+966-1) 476-5865

##### **Tamimi Safeway Supermarkets - Food division**

Contact : M<sup>me</sup> Bonny Vitriolo  
Achats internationaux  
P.O. Box 146, Dhahran 31932  
Tél. : (+966-3) 847-7450  
Télé. : (+966-3) 847-1592

## **Brunéi**

### **Syarikat Halaqah Sdn Bhd**

Unit 4, Block C, Simpang 508  
Jerudong Kompleks  
Jalan Jerudong  
BG3 122, Brunei

### **Brunei Meat Co Sdn Bhd**

No 14, Spg 189, Kg Manggis Dua  
Jln Madang, BSB BC3515  
Brunei Darussalam  
Tél. : 673-3450 15/6  
Télé. : 6732-345014

### **First Emporium (chaîne de supermarchés)**

No 1-4 Mohd Yussof Kompleks  
Jalan Tutong, BSB  
Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-235473/4/5/6/7/8  
Télé. : 6732-235580

### **Hua Ho Supermarket (chaîne de supermarchés)**

Bik E Yayasan Sultan Hj Hassanal Bolkiah  
BSB, Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-660465/7/8/9  
Télé. : 6732-660466

### **Mulaut Abattoir Sdn Bhd**

P0 Box 28, Sengkurong BG1 121  
Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-670678  
Télé. : 6732-670800

### **Soon Lee Megamart (chaîne de supermarchés)**

Ground Floor, abd Razak Plaza  
Seri Complex, BSB  
Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-226432/36/7/8  
Télé. : 6732-227545

### **Supasave (chaîne de supermarchés)**

a/s Ben Food (B) Sdn Bhd  
Lots 201-204 QAF Plaza  
Kg Beribi, BSB, Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-65057 1/2/3/4/5/6/7  
Télé. : 6732-654955/6

### **Tiong Hin Superstore (chaîne de supermarchés)**

Km 8, JlnMuara  
BSB, Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-3325 15/6 16  
Télé. : 6732-333907

**Syaikat Perniagaan Malar Setia**

P.O. Box 421, Sen Complex  
BSB BA 1779  
Brunei Darussalam  
Tél. : 6732-394518/19/22  
Télé. : 6732-394520/2 1

**Égypte****Alexandria Agriculture**

Km.75 Alex/Cairo Rd.;El-Nubareya  
Alex./Cairo Road, Alexandria  
Tél. : +20-3 4483106  
Télé. : +20-3 4483106  
Courriel : [hbeltagy@cns-egypt.com](mailto:hbeltagy@cns-egypt.com)

**Beefy/Mohandes National Meat Processing**

1st Industrial Zone; Area 27  
6th October, Giza  
Tél. : +20-11 330629/331868/333589  
Télé. : +20-11 331868

**Cooperative Society Development  
(Animal Wealth-El-Bosaty Farm)**

Kafr Saad, Damietta  
Tél. : +20-57 600766/600815  
Télé. : +20-57 900687

**Gangari Meat Manufacturing**

1st Industrial Zone; Area 78  
6th October, Giza  
Tél. : +20-11 335738/335739/335734  
Télé. : +20-11 335734

**Halwani Bros**

P.O.Box 574  
10th of Ramadan, Sharkeya  
Tél. : +20-15 369520/369525/  
369530/369540/369415  
Télé. : +20-15 369510  
Courriel : [halwaniz@rite.com](mailto:halwaniz@rite.com)

**Meatland/Ismailia Mechanical Slaughterhouse**

7 Abar Sharkeja, Nefisha, Ismailia  
Tél. : +20-64 322033/322034  
Télé. : +20-64 330383

**Farag El-Qasaby & Sons**

Extend of Belas Rd.  
Beginning of Talka/Mansoura Rd.  
Talkha, Dakahleya  
Tél. : +20-50 520983/520389  
Télé. : +20-50 360105



**Faragalla (congélation et transformation du boeuf)**

1st Industrial Zone; Area 4; Block 25  
Borg El-Arab, Alexandria  
Tél. : +20-3 4592040/4592041/4593190 (12 line) /4592043  
Télé. : +20-3 4592044/4593189  
Courriel : [faraga1a@ritse2.com.eg](mailto:faraga1a@ritse2.com.eg)  
Site Web : <http://www.fara2alla.com>

**Fresh Food for Meat products**

1st Industrial Zone; Area 62-61/11  
6th October, Giza  
Tél. : +20-11 330442/334881  
Télé. : +20-11 334882

**National Frozen Food**

49 A EI-Nahda & Salah Salem St.  
EI-Sharq, Port Said  
Tél. : +20-66 335997  
Télé. : +20-66 333418

**Royal Beef/Egyptian American Int'l Meat Processing**

Industrial Zone No.1; Plot No.1; Block 27  
Borg El-Arab, Alexandria  
Tél. : +20-3 4593033/4593059  
Télé. : +20-3 4593059

**Three M.S.**

P.O Box 2546 Cairo, Garden City, Cairo  
Tél. : +20-2 5316696/5316486/3542815/20-12-2194120  
(changement de numéro de téléphone attendu)  
Télé. : +20-2 3561791

**Tiba Food Production & Meat Industry**

Industrial Zone C1; Plot Wub  
10th of Ramadan, Sharkeya  
Tél. : +20-15 368117  
Télé. : +20-15 368117

**Émirats arabes unis****Abu Dhabi Cooperative Society**

M. N.S. Jayan, directeur des achats  
P.O. Box 833, Abu Dhabi UAE  
Tél. : (971) 2-6440808  
Télé. : (971) 2-6441212

**Abu Dhabi National Foodstuff Co.**

M. Abdulla Harmoudi  
Directeur de l'exploitation  
P.O. Box 2378, Abu Dhabi UAE  
Tél. : (971) 2-6727000, 6727734  
Télé. : (971) 2-6791498

**Al Habtoor Trading Enterprises LLC**

M<sup>me</sup> Jose Maria Moreno  
Directrice de la commercialisation  
P.O. Box 26553, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-3954555  
Télé. : (971) 4-3954541  
Courriel : Moreno@aries.co.ae

**Al Maya Lals Group of Companies**

M. Harish Bhojwani  
Directeur  
P.O. Box 11096, Dubai U.A.E.  
Tél. : (971) 4-3483500  
Télé. : (971) 4-3473501

**Al Tenmia Food Est**

M. Samir Bou Saleh  
Directeur général  
P.O. Box 31856, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-3327522  
Télé. : (971) 4-3328623

**Arabian American Technology Co (Aramtec)**

M. Syed Iqbal Afaq  
Directeur général  
P.O. Box 6936, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-289 5444  
Télé. : (971) 4-289 4883

**Dubai Co-operative Society  
(Coop Islami Food)**

M. Mohammed Aslam  
Directeur de la production  
P.O. Box 16862, Dubai U.A.E.  
Tél. : (971) 4-8 16658  
Télé. : (971) 4-815580

**EMKE Group of Companies****Abu Dhabi**

M. YousafAli M.A.  
Directeur général  
P.O. Box 4048, Abu Dhabi UAE  
Tél. : (971) 2-4481100  
Télé. : (971) 2-4481716

**Green House Supermarket**

M. Petros Hadjipetrou  
Directeur  
P.O. Box 5927, Sharjah UAE  
Tél. : (971) 6-5332218  
Télé. : (971) 6-533663 1

**H.K Enterprises**

M. Harwant Singh Sahni  
Directeur général  
P.O. Box 50092  
Al Quoz Industrial Area  
Dubai U.A.E.  
Tél. : (971) 4-347-6000  
Télé. : (971) 4-347-3981

**Hormozi Trading Company**

M. Vahik Zakhariants  
Directeur  
P.O. Box 23059  
Al Lootah Building  
Al Riqqa Street, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-2288852  
Télé. : (971) 4-2234867

**International Foodstuffs Co. (IFFCO)**

M. Iqbal Usman Mohammad  
Directeur, IFFCO & EITCO Group  
P.O. Box 4115, Sharjah, UAE.  
Tél. : (971) 6-5334969  
Télééc. : (971) 6-5333180

**Lebanese Fruit Co LIFCO**

M. Mahmoud H. Al Bayari  
Directeur commercial  
P.O. Box 7047, Sharjah UAE  
Tél. : (971) 6-5335635  
Télééc. : (971) 6-5335639

**National Trading Co.****Sheep, Meat & Foodstuff**

M. Zeyad Salem Bedwan  
Directeur général adjoint  
Directeur des services financiers  
P.O. Box 363, Abu Dhabi UAE  
Tél. : (971) 2-6321788  
Télééc. : (971) 2-6329180

**Park N Shop Supermarket**

M. Mahesh Manwani  
Directeur général  
P.O. Box 12325, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-3385975  
Télééc. : (971) 4-3943670

**Safestway**

M. Moawiya Abu Saleh  
Directeur général  
P.O. Box 6664, Dubai UAE  
Tél. : (971) 4-3434590  
Télééc. : (971) 4-3432835

**Spinneys Abu Dhabi**

M. Sami Suleiman  
Directeur général  
P.O. Box 243, Abu Dhabi UAE  
Tél. : (971) 2-6219112  
Télééc. : (971) 2-6215856

**Indonésie****Andrawina Paraja Sarana, PT.**

Gedung Medco, 3rd floor  
Jl. Ampera Raya No. 20  
Jakarta 12560  
Tél.: 780-4706, 780-0847, 780-4836  
Télééc. : 780-4705  
Contact : M<sup>me</sup> Ade I. Sugondo

**Bumi Maestroayu, PT.**

Jl. Duren Tiga No. 11, Pasar Minggu  
Jakarta 12760  
Tél. : 794-3967, 798-1368  
Télé. : 798-3249  
Contact : M. Wel Saputra

**Columbia, PT.**

Wisma Diners Club, 15th floor  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 34  
Jakarta 10220  
Tél. : 573-1488, 573-3160  
Télé. : 570-3135  
Contact : M<sup>me</sup> Frieda N. Nalapraya

**Dayacipta Sempurna, PT.**

Jl. Pasir Putih Raya Kay. 1, Ancol Timur  
Jakarta 10002  
Tél. : 640-5678  
Télé. : 640-2861  
Contact : M. Norman Chen

**Elena Great International, PT.**

Jl. Bulu No. 9  
Condet Raya Balaikambang  
Jakarta 13530  
Tél. : 809-6777, 809-6778  
Télé. : 809-0143  
Contact : M<sup>me</sup> Leena Setiawati

**Indoguna Utama, PT.**

Jl. Taruna No. 8, Pondok Bambu  
Jakarta 13430  
Tél. : 861-0550  
Télé. : 861-0542  
Contact : M<sup>me</sup> Elizabeth Liman

**Masuya Graha Trikencana, PT.**

Jl. Agung Karya IV Blok B No.22  
Sunter Jaya  
Jakarta Utara  
Tél. : 632-1752  
Télé. : 650-9780  
Contact : M<sup>me</sup> Pinnywati Chandra

**Pangansari Utama, PT.**

Jl. Raya Poncol No. 24, Ciracas  
Jakarta 13740  
Tél. : 871-7870  
Télé. : 871-2706  
Contact : M. Rudy RS. Noezwar

**Prima Jaya, CV.**

Jl. Bungur Besar No. 90A  
Jakarta Pusat  
Tél. : 380-5270, 421-9020  
Télé. : 425-8748, 426-7477  
Contact : M. H. Trisera

**Iran****State Livestock Affairs Logistics Inc (SLAL)**

Ministry of Agriculture Jihad  
No.30 east Brazil St., Vanak Sq., Tehran, Iran  
Tél. : (98-21) 877-2654  
Télé. : (98-21) 877-2820

**Government Trading Corporation of Iran (GTC)**

No.43 Janad Sq.  
Tehran 14316, Iran

**Malaisie****Angliss Foods Sdn Bhd**

(aussi appelé) The Malaysian Refrigerating Sdn Bhd  
2nd Floor, Lot 2 - I0B  
Jalan SU 6A, Persiaran Tungku Ampuan  
Section 26, 40000 Shah Alam, Selangor  
Tél. : 60-3-512-2833 (609-566-2222)  
Télé. : 60-3-512-6833 (609-566-2366)  
Contact : M. Jimmy S. M. Chong, directeur commercial

**Lucky Frozen Sdn Bhd (HQ)**

51200 Kuala Lumpur  
Tél. : 60-3-6252-8866  
Télé. : 60-3-6251-9336  
Contact : M. Weng Kee, directeur de la commercialisation

**Ng Kee Cold Storage Sdn Bhd**

Lot 729 Jalan Sungai Rasa  
Padang Jawa, 40200 Shah Alam, Selangor  
Tél. : 603-5519-1500  
Télé. : 603-5510-9693  
Contact : M. Simon Ng Kian Bee, directeur général

**Ben Trading (M) Sdn Bhd**

Lot 4 & 6, Jalan SS13/6  
Subang Jaya Industrial Estate  
47500 Petaling Jaya, Selangor  
Tél. : 603-5634-5896  
Télé. : 603-5634-5898  
Contact : M<sup>me</sup> Sue Thong

**Jun Bekal (M) Sdn Bhd**

10 Jalan Pinggiran Satu  
Taman Pinggiran Ukay  
Off Jalan Ulu Kelang  
68000 Ampang, Selangor  
Tél. : 603-4251-6416  
Télé. : 603-4252-0584  
Contact : M. Santirakesu, directeur général

**Lucky Frozen Sdn Bhd (Branch)**

55100 Kuala Lumpur  
Tél. : 603-2141-5586  
Télé. : 603-241-2336  
Contact : M. See Weng Kee, directeur de la commercialisation

**Pok Brothers Sdn Bhd**

No 2 Jalan U1/24  
HICOM Glenmarie Industrial Park  
40150 Shah Alam, Selangor  
Tél. : 603-7051-100/001  
Télé. : 603-7051-3628  
Contact : M. Alan Pok, directeur

**Pacific Refrigerating Sdn Bhd**

Lot 1050, Jalan Dua, Selayang baru  
68100 Batu Caves, Selangor  
Tél. : 603-6136-3034  
Télé. : 603-6136-3044/0971  
Contact : M. Yap Teong Peng, directeur général