

*La qualité*  
est dans notre nature



*Canada*

# Investir dans l'agroalimentaire : la carte gagnante en **Amérique du Nord!**



Le Canada est l'endroit tout  
indiquée pour vous — Tournez la page  
pour vous en convaincre!



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

Canada 



**L'Accord de libre-échange nord-américain a créé un marché unique qui réunit plus de 435 millions de Canadiens, d'Américains et de Mexicains tous ensemble. Notre marché continental est très riche en débouchés pour les entreprises spécialisées dans les aliments et boissons, tant classiques que novateurs.**

---

Dans l'industrie des aliments et boissons, la balance commerciale Canada-États-Unis semble toujours favoriser le Canada. En 2005, par exemple, le Canada enregistrait un excédent de 2,5 milliards de dollars par rapport aux États-Unis. Comprendre les forces du Canada dans ce secteur peut rapporter gros à votre entreprise.

Quand l'excellence de vos produits = solides profits!

Le secteur des aliments et boissons est extrêmement compétitif. Mais la recette qui assure une longueur d'avance aux fabricants canadiens sur le marché nord-américain n'est un secret pour personne :

- **une main-d'œuvre productive et fiable;**
- **un avantage-coût dans la fabrication;**
- **un accès assuré à des ingrédients matières premières sûres et de haute qualité;**
- **la proximité des principales zones urbaines des États-Unis;**
- **des technologies alimentaires avancées.**

**Pour connaître les avantages-coûts et les avantages-production, voyez à l'intérieur.**

**LES ENTREPRISES  
CI-DESSOUS NE  
REGRETTENT PAS D'AVOIR  
CHOISI LE CANADA.  
ÊTES-VOUS CURIEUX  
DE SAVOIR POURQUOI?**

Archer Daniels Midland  
Dow AgroSciences  
Frito-Lay Canada  
Heinz  
Hershey Food Corp.  
Mars, Incorporated  
McCormick & Company Inc.  
Nestlé Canada Inc.  
Puratos  
Unilever



# Investissez au Canada : ici, l'expansion fait partie intégrale de la vie!



© UNILEVER CANADA

## Voyez... Unilever!

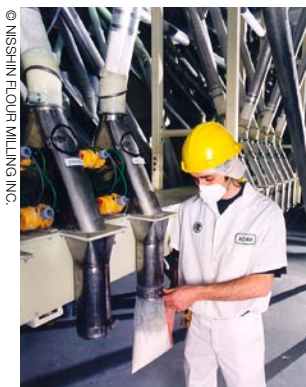
Unilever, leader mondial dans la transformation alimentaire, a choisi d'établir au Canada sa base de production nord-américaine pour deux de ses marques les plus populaires : Lipton et Knorr. En 2006, la société agrandira son usine à Bramalea, en Ontario, pour accroître sa production. On y produit, pour tout le marché nord-américain, les mets d'accompagnement Lipton et Knorr ainsi que les soupes des mêmes marques, qui jusqu'à récemment, étaient produites pour le marché canadien seulement. Devant l'efficacité et le succès de l'usine, la société mère a décidé d'accroître sa production et de mijoter des soupes à l'intention du marché américain également.



© OCEAN NUTRITION CANADA

## Voyez... Ocean Nutrition!

Ocean Nutrition Canada Ltd. (ONC) est un fournisseur mondial d'acides gras oméga-3 EPA et DHA (vendus sous la marque MEG-3<sup>MC</sup>) sur les marchés des suppléments alimentaires et des aliments santé. L'entreprise vend des ingrédients marins de haute qualité à ses clients en Amérique du Nord, en Europe, en Asie et en Australie. ONC est le premier producteur mondial de concentrés d'acides gras à longue chaîne oméga-3 extraits d'huile de poisson. De plus, ONC est la première entreprise dont un nombre aussi élevé d'huiles (11) ont satisfait les exigences de qualité de la pharmacopée des États-Unis. À l'heure actuelle, l'entreprise compte 19 familles de brevets (compositions nouvelles, procédés et utilisations), et parmi celles-ci, 68 brevets délivrés ou en instance dans 18 pays aux 4 coins de la planète.



© NISSHIN FLOUR MILLING INC.

## Voyez... Nisshin!

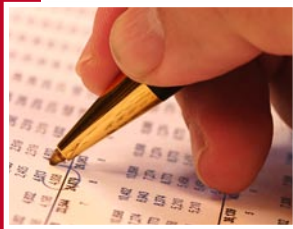
L'entreprise japonaise Nisshin Flour Milling Inc. a doublé la capacité de ses installations au Canada, acquises il y a 17 ans, pour servir le marché canadien haut de gamme, mais aussi pour exploiter les débouchés dans les produits haut de gamme aux États-Unis. En 1989, Nisshin achetait la minoterie Rogers Foods Ltd., d'Armstrong, en Colombie-Britannique, bien connue pour la qualité de sa farine et de ses céréales entières. Dans un premier temps, Nisshin a soutenu l'expansion et la modernisation des installations d'Armstrong. Mais cela n'a pas suffi à répondre à la demande croissante des produits de l'entreprise. En 2005, Rogers ouvrait une nouvelle minoterie, d'une capacité de 250 tonnes par jour, à Chilliwack, en Colombie-Britannique. Cela lui permet de servir les marchés de la boulangerie-pâtisserie et de la transformation des aliments à Vancouver et le long de la côte ouest des États-Unis.

« Halifax est l'endroit tout désigné pour bâtir et faire grandir notre entreprise. Les scientifiques de la mer y forment une importante collectivité, la main-d'œuvre y est instruite et stable, on y offre un crédit d'impôt pour la R-D (recherche et développement), et on y accède facilement aux marchés américain et européen. Le secret de notre réussite, c'est nos gens et la créativité avec laquelle ils mettent au point de nouveaux produits et technologies de marque, avec l'appui indéfectible, faut-il le souligner, de la population locale. »

Robert Orr, président-directeur général  
Ocean Nutrition



# Un atout porteur de profits : l'avantage-coût de 4 p. 100 du Canada sur les États-Unis



En mars 2006, la firme KPMG diffusait une vaste étude sur les coûts des entreprises de transformation des aliments dans neuf pays (États-Unis, Canada, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Japon, Singapour).

**Le Canada est premier en Amérique du Nord, avec un avantage-coût de 4 p. 100 par rapport aux États-Unis.**

Cet atout représente, en moyenne, un bénéfice net des ventes de 6,9 p. 100 au Canada et de 3,1 p. 100 aux États-Unis. Autrement dit, le bénéfice au Canada est plus de deux fois celui aux États-Unis!

D'autres pays examinés dans l'étude ont un avantage-coût sur les entreprises agroalimentaires américaines, mais aucun ne jouit de la même facilité

d'accès au marché américain. L'Accord de libre échange nord américain (ALENA) permet au Canada d'accéder très facilement au marché des États-Unis. En plus, 17 des 20 principales villes du Canada sont à une heure et demie de route des États-Unis.

En Amérique du Nord, les villes de Sherbrooke et d'Edmonton ainsi que la région de Waterloo occupent respectivement les première, troisième et quatrième places au classement des centres agroalimentaires dans lesquels les coûts de production sont les moins élevés.

L'entreprise à partir de laquelle la firme KPMG a construit son modèle de coûts est un petit transformateur de produits alimentaires indépendant qui fabrique des produits non périssables à valeur ajoutée moyenne, par exemple des produits de confiserie, des produits alimentaires emballés, séchés ou en conserve.



## Un nouvel outil très intéressant pour les investisseurs

En complément de son étude, la firme KPMG a mis au point un modèle de coûts qui est accessible sur le Web, ainsi qu'un site Web interactif. Le site permet aux investisseurs de se faire une idée de ce qu'il en coûte de démarrer et d'exploiter une entreprise pendant dix ans dans plus de 128 villes.



Vous voulez vous rendre compte par vous-même de l'avantage-coût après impôt du Canada sur les États-Unis? Consultez les données fournies sur le site Web. Déterminez vos critères, faites les comparaisons que vous voulez, et choisissez la ville dans laquelle vous envisageriez de vous établir ou d'étendre vos activités.

Alors, n'hésitez pas, vérifiez par vous-même, à l'adresse suivante :  
**[www.choixconcurrentiels.com](http://www.choixconcurrentiels.com)**

## Comparaison des coûts annuels – Transformation des aliments

Coûts, principaux postes, milliers de dollars US

	Amérique du Nord		Europe				Asie-Pacifique		
	Canada	É.-U.	Allemagne	Italie	R.-U.	France	Pays-Bas	Japon	Singapour
<b>Revenus</b>	<b>29 400</b>	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400
<b>Coûts</b>									
Salaires et traitements	<b>4 169</b>	4 403	5 097	3 654	4 244	3 649	4 294	6 451	2 544
Cotisations obligatoires	<b>428</b>	554	1 280	1 059	543	1 483	622	1 173	299
Cotisations facultatives	<b>880</b>	1 376	1 245	913	1 576	677	1 470	742	401
Main-d'œuvre et avantages sociaux	<b>5 477</b>	6 332	7 622	5 625	6 363	5 808	6 385	8 366	3 244
Transport	<b>1 291</b>	1 870	619	1 046	492	720	381	1 055	488
Services publics	<b>761</b>	859	1 024	854	662	709	630	1 251	824
Intérêt et amortissement	<b>884</b>	1 021	1 266	922	1 005	932	1 004	1 147	478
Impôts/taxes (exceptés sur bénéfices)	<b>240</b>	260	122	132	242	207	22	241	38
Coûts non sensibles à l'emplacement	<b>17 640</b>	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640
<b>Bénéfice avant impôts</b>	<b>3 107</b>	1 417	1 106	3 182	2 996	3 383	3 337	(299)	6 689
Impôt sur le bénéfice <sup>1</sup>	<b>1 067</b>	505	543	1 393	907	1 125	995	63	1 312
Taux réel	<b>34,4 %</b>	35,6 %	49,1 %	43,8 %	30,3 %	33,3 %	29,8 %	n/a	19,6 %
<b>Bénéfice après impôt</b>	<b>2 040</b>	912	563	1 788	2 089	2 258	2 341	(362)	5 377
Bénéfice net des ventes au Canada	<b>6,9 %</b>	3,1 %	1,9 %	6,0 %	7,1 %	7,7 %	7,9 %	(1,2 %)	18,3 %
<b>Coûts annuels totaux</b>	<b>27 361</b>	28 487	28 837	27 612	27 311	27 141	27 058	29 762	24 024

1. L'impôt sur le bénéfice peut être positif ou négatif, peu importe si le bénéfice avant impôts est positif ou négatif, en raison de règles relatives aux déductions pour dépenses, aux impôts minimums et aux crédits d'impôt remboursables sur le bénéfice. Le taux d'impôt réel n'est pas indiqué là où les résultats ne sont pas significatifs parce que le bénéfice est faible.

Source : *Choix concurrentiels : Le guide de KPMG sur les coûts des entreprises à l'échelle internationale, édition 2006.*

Étude de KPMG : Choix concurrentiels 2006

« Notre expansion au Canada témoigne de la qualité des installations que nous y avons aménagées et confirme que le Canada est un excellent tremplin pour toute entreprise désireuse de s'implanter sur les marchés canadien et américain. Nous avons prouvé que nous pouvons produire des aliments de qualité supérieure et compétitifs sur le plan des prix. »

Jeffrey Allgrove, président  
Unilever Canada

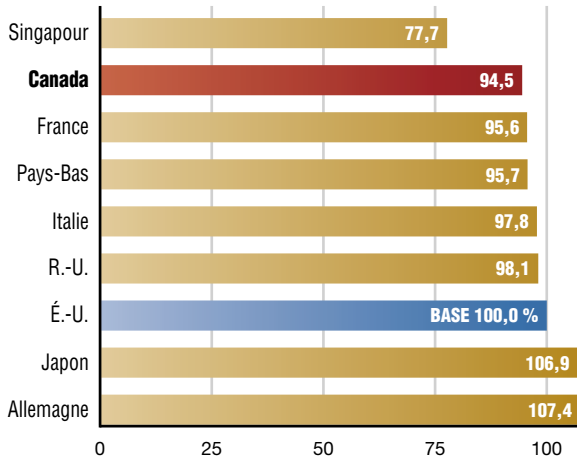
« General Mills offre aux familles canadiennes des produits alimentaires novateurs portant certaines des marques les plus connues sur le marché. C'est la combinaison de nos grandes marques et des personnes formidables que nous avons réussi à attirer dans notre équipe au Canada qui favorisera notre croissance sur ce marché. »

Christi Strauss, présidente  
General Mills Canada



## Comparaison des coûts annuels — Moyenne de 12 secteurs d'activité

Moyenne globale de 12 secteurs d'activité.\*  
Pourcentage par rapport aux États-Unis.



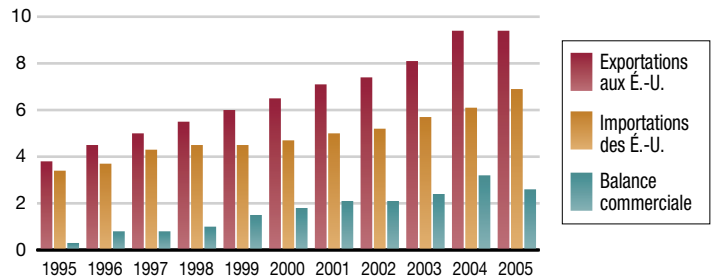
\*Le total des coûts des entreprises comprend la somme des coûts sensibles à l'emplacement et des coûts qui ne le sont pas.

Source : *Choix concurrentiels : Le guide de KPMG sur les coûts des entreprises à l'échelle internationale. Édition 2006.*



## Valeur des échanges Canada-É.-U. de produits alimentaires et de boissons transformés

Milliards de dollars US\*

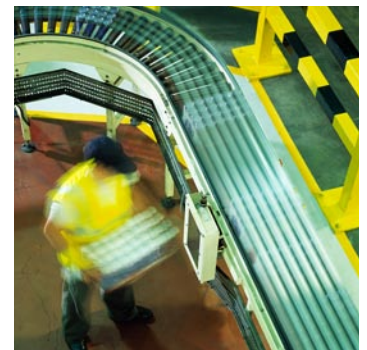


\*Source : Statistique Canada

## Le Canada : premier de 16 pays pour sa productivité dans la transformation des aliments

En novembre 2005, la Sector Skills Development Agency du Royaume-Uni (agence pour le développement des compétences sectorielles) diffusait l'étude intitulée *An International Study of Sector Skills and Productivity* (étude internationale portant sur les compétences sectorielles et la productivité), dans laquelle le Canada arrivait en première place (et le Royaume-Uni, en deuxième) pour sa productivité dans le secteur des aliments et boissons.

L'agence a fondé son classement sur la productivité totale des facteurs (PTF), largement reconnue comme étant la mesure la plus juste pour évaluer la productivité d'un secteur d'activité. La PTF tient compte de l'instruction, de la formation, des avantages techniques, des avantages organisationnels et des avantages en gestion.



# Pourquoi le Canada est-il un endroit rêvé pour faire des affaires?

## UNE ÉCONOMIE STABLE ET VIGOUREUSE

Le Canada est le seul pays du G7 à avoir affiché un excédent financier aussi souvent qu'il l'a fait ces dernières années. En effet, 2005-2006 aura marqué le huitième exercice d'affilée au terme duquel il enregistrait un excédent. Le taux d'inflation sur douze mois, bien modeste entre 2000 et 2004 (2,4 p. 100 en moyenne), était tombé à 1,7 p. 100 en 2005.

## DES TRAVAILLEURS ET GESTIONNAIRES HAUTEMENT QUALIFIÉS

Le Canada est le pays dans lequel on trouve le pourcentage le plus élevé de titulaires de diplôme universitaire ou collégial. C'est aussi, en Amérique du Nord, le pays dans lequel la main-d'oeuvre est la plus stable et la plus loyale envers l'employeur. Enfin, sa main-d'oeuvre multilingue fournit aux employeurs une ressource précieuse pour réussir sur les marchés mondiaux.

## DES SALAIRES RAISONNABLES

D'après les résultats de l'édition 2006 de l'étude de KPMG sur les coûts des entreprises, le Canada est le pays du G7 dans lequel les coûts moyens de main-d'oeuvre sont les plus bas. Qui plus est, ces coûts sont sensiblement moins élevés qu'aux États-Unis. Comme l'étude l'a montré, les coûts de main-d'oeuvre (avantages sociaux inclus) aux États-Unis sont supérieurs de près de 12 p. 100 à ce qu'ils sont au Canada.

## LES INVESTISSEURS ACCUEILLIS SUR LE TAPIS ROUGE

D'après les résultats de l'étude intitulée *La Pratique des affaires en 2006*, effectuée par le Groupe de la Banque mondiale, le Canada figure au haut du palmarès des leaders internationaux. Pourquoi? Parce qu'il ne faut compter, en moyenne, que trois jours et deux procédures pour y démarrer une entreprise.

« Rogers Foods a conjugué la passion du Canada pour l'excellence, avec des technologies de pointe et des services de transport de premier ordre pour vendre ses produits à base de céréales sur le marché américain. Et notre présence sur ce marché ne cesse de croître. »

Vic Bell, président  
Rogers Food Ltd.

## R-D DE HAUT NIVEAU À PETIT PRIX!

Parmi les pays industrialisés, le Canada a l'une des fiscalités les plus généreuses pour la R-D. L'étude *Choix concurrentiels 2006*, réalisée par la firme KPMG, révèle que dans la R-D en biotechnologie, le Canada jouit d'un avantage de 10,9 p. 100 sur les États-Unis.



## PORTE D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN

Grâce à l'ALENA, le Canada fournit l'accès à un marché de plus de 435 millions de consommateurs représentant un produit intérieur brut total de 12 billions de dollars américains. Le Canada et les États-Unis sont le plus important partenaire commercial l'un pour l'autre. Le Canada devance la Chine, le Mexique et le Japon par l'importance de ses échanges avec les États-Unis.

## LE RÉGIME PUBLIC DE SOINS DE SANTÉ : UNE ÉCONOMIE POUR LES ENTREPRISES

Le régime public de soins de santé du Canada aide les employeurs à garder un effectif en santé et réduit considérablement les charges sociales des entreprises.

## SITUATION STRATÉGIQUE EN AMÉRIQUE DU NORD

L'Economist Intelligence Unit (EIU) prévoit qu'entre 2005 et 2009, le Canada sera le deuxième pays le plus intéressant dans le monde où faire des affaires (devancé seulement par le Danemark). Les points forts du Canada, mis en évidence par l'EIU, comprennent : l'ouverture du pays au commerce international et au capital étranger, ses infrastructures de grande qualité et l'accès à un large éventail de débouchés sur le marché nord-américain.



*La qualité*  
est dans notre **nature**

# Le Canada vous aidera à faire des marques fortes de vos produits fabriqués localement

La législation canadienne, dont l'application est assurée par des organismes du gouvernement du Canada (dont l'Agence canadienne d'inspection des aliments) a établi des normes agroalimentaires parmi les plus rigoureuses au monde. Le Canada est connu pour son engagement en matière de salubrité des aliments et comme chef de file dans le domaine de l'environnement, ce qui accroît la confiance des consommateurs dans les produits canadiens et confère à ces derniers un meilleur accès sur les marchés mondiaux.

Agriculture et Agroalimentaire Canada encourage l'exportation de produits agricoles et alimentaires par de nombreux programmes et services. Par exemple, le Ministère a défini une stratégie, adopté un budget et alloué des ressources humaines pour soutenir la bannière du Canada sur les marchés mondiaux. En outre, pour établir et promouvoir les marques canadiennes sur le marché international, le Ministère a mis en place le Programme international du Canada pour l'agriculture et l'alimentation, dans le cadre duquel sont versés à l'industrie canadienne des fonds de contrepartie dont le montant est égal aux fonds investis par cette dernière.



Pour en savoir plus sur les occasions d'investissement au Canada, rendez-vous à l'adresse suivante :

**[www.investiraucanada.gc.ca](http://www.investiraucanada.gc.ca)**

## **Commerce international Canada**

Gouvernement du Canada  
111, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
CANADA  
Téléphone : (613) 954-5031  
Télécopieur : (613) 954-2340  
Courriel :  
[investiraucanada@international.gc.ca](mailto:investiraucanada@international.gc.ca)

*Permettez-nous de vous montrer en quoi  
il est avantageux d'investir au Canada.  
Rendez-vous à l'adresse suivante :*  
**[www.investiraucanada.gc.ca](http://www.investiraucanada.gc.ca)**

## **Agriculture et Agroalimentaire Canada**

Secrétariat de l'investissement  
930, avenue Carling  
Ottawa (Ontario) K1A 0C5  
CANADA  
Téléphone : (613) 759-7625  
Télécopieur : (613) 759-1667  
Courriel : [invest-investir@agr.gc.ca](mailto:invest-investir@agr.gc.ca)

*Pour en savoir plus sur l'industrie  
canadienne de l'agriculture,  
des aliments et des boissons,  
rendez-vous à l'adresse suivante :*  
**[www.ats-sea.agr.gc.ca](http://www.ats-sea.agr.gc.ca)**