

# Selon une récente étude, l'industrie canadienne du bœuf serait sur le point de basculer

OTTAWA, le 10 septembre 2012 — Une nouvelle étude publiée par l'Institut canadien des politiques agroalimentaires (ICPA) révèle que l'industrie canadienne du bœuf est dans un état d'extrême précarité et que des mesures correctrices s'imposent pour que les producteurs et les intervenants de ce secteur puissent en tirer le maximum d'avantages, et que cette industrie devienne un fournisseur fiable face aux attentes croissantes d'un monde en quête de ce type de protéines.

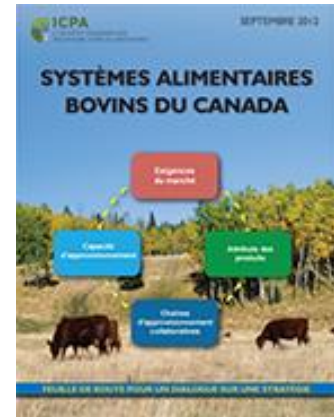
« L'industrie canadienne du bœuf accuse du retard et les occasions s'effritent à cause d'un manque de collaboration, » d'affirmer David McInnes, Président et chef de la direction de l'ICPA. « Les données et les entrevues démontrent que notre industrie du bœuf est dépourvue d'une stratégie globale lui permettant de répondre aux défis et de profiter des occasions importantes qui s'ouvrent à elle. »

L'étude fait valoir que le Canada, malgré tous ses avantages liés à sa situation géographique, à la qualité et à sa capacité de production, risque de devenir un importateur net de bœuf. Le cycle bovin connaît présentement une baisse de production et il n'existe aucune stratégie évidente pour récupérer une part intéressante du marché intérieur.

À l'exportation, l'industrie canadienne compte de façon indue sur un seul marché, les USA, marché qui compte pour 85% du commerce canadien du bœuf et du bovin. La bonne nouvelle est que les USA génèrent pour \$1.8 milliard des ventes totales canadiennes (des exportations de près de \$1 milliard de bœuf et \$800 millions de bovins). La mauvaise nouvelle est que le Canada « remblaye » le marché des USA, c'est à dire qu'en tirant partie de l'approvisionnement canadien en bovins et bœuf, l'industrie du bœuf américaine augmente ses propres exportations et profite de marges de profit et de valeurs supérieures. Et l'industrie canadienne ne semble guère se soucier de cet état de chose.

Mais l'étude précise qu'il ne faut pas blâmer le gouvernement. Quand les producteurs bovins et l'industrie du bœuf ont eu besoin de soutien, comme ce fut le cas après la crise de ESB, les gouvernements fédéral et provinciaux ont répondu à l'appel. Et le gouvernement canadien fait un travail admirable en ouvrant de nouveaux marchés étrangers mais malgré tout, l'industrie du bœuf n'en fait pas suffisamment pour augmenter les ventes, améliorer les prix et augmenter les marges de profit. L'industrie devra ultimement se doter d'une stratégie. Les gouvernements peuvent ensuite soutenir l'élaboration de véritables stratégies et axer leur appui financier sur les priorités qui en découlent.

« Dans le secteur du bœuf, un regain d'intérêt semble maintenant se manifester quant à la nécessité d'adopter une nouvelle approche, » de dire McInnes. « On réalise de plus en plus que nous ne pouvons optimiser les marchés intérieur, américain et étrangers au rythme où nous



exportons le bœuf et les bovins aux USA. Ou bien nous acceptons de demeurer un fournisseur de « remblayage » au marché américain – avec ses conséquences et avantages – ou nous prenons une décision stratégique déterminante concernant les marchés où nous pouvons performer à notre pleine mesure. Cela suppose d'augmenter la part du bœuf canadien dans notre marché intérieur, de prendre plein avantage des marchés étrangers clés de grande importance, et de tirer encore plus de valeur de l'important marché américain. »

L'étude a aussi souligné que la réponse aux désirs du consommateur est insuffisante. De nos jours, les consommateurs veulent plus d'information, y compris plus de renseignements sur les pratiques de production, la valeur nutritive ainsi que son empreinte écologique. Pourtant, l'industrie canadienne du bœuf n'arrive pas à bien faire passer un message qui réponde aux enjeux et préoccupations ou encourage la consommation de bœuf.

Le rapport de l'ICPA trace un plan directeur qui remettra l'industrie canadienne sur la voie d'un succès progressif. Le rapport invite l'industrie à se doter d'une stratégie complète et solide, basée sur l'implication active de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement du bœuf. Le rapport déclare que l'information – y compris de l'information sur le commerce, la production et la qualité qui transite aisément des producteurs aux transformateurs, des détaillants aux consommateurs, et de l'information qui différencie le bœuf canadien de la concurrence étrangère – et peut ainsi jouer un rôle important dans l'élaboration d'une stratégie. Le rapport de l'ICPA met aussi l'accent sur l'importance d'impliquer d'autres intervenants du système alimentaire tels ceux des milieux de la santé, de l'environnement, de la recherche, de l'innovation et autres afin d'aider à répondre aux besoins du consommateur. Enfin, le rapport précise qu'il faudra des champions pour mener à terme une stratégie réussie, des gens qui mobiliseront les acteurs clés et établiront des objectifs précis.

« Par le passé, face aux défis, l'industrie canadienne du bœuf a su se rallier, collaborer et les relever avec vigueur, » de conclure McInnes. « Notre rapport prétend, et plusieurs intervenants clés abondent dans ce sens, qu'à l'aide d'une solide stratégie, d'un engagement à travailler ensemble et d'une discipline d'exécution efficace – l'industrie canadienne du bœuf saura, encore une fois, être à la hauteur et livrer les avantages attendus des producteurs, des intervenants et des consommateurs au Canada et à l'étranger. L'industrie doit visualiser ce qui est de l'ordre du possible pour ensuite concevoir une stratégie qui lui permettra de se rendre à destination. »

L'ICPA a interviewé plus de 80 intervenants du secteur du bœuf et d'autres secteurs connexes à l'automne de 2011. Il a aussi mené une importante campagne de consultation en 2012. L'ICPA a pu entreprendre cette étude grâce au financement de la Alberta Livestock and Meat Agency (ALMA), de la Banque Royale du Canada (RBC) et du Saskatchewan Ministry of Agriculture.

L'Institut canadien des politiques agroalimentaires (ICPA) est un forum indépendant et impartial qui œuvre pour la réussite du secteur agricole et agroalimentaire canadien. L'ICPA est un catalyseur. Il identifie les nouveaux enjeux, favorise le dialogue et présente des options de solutions aux enjeux de concert avec les intervenants des diverses chaînes d'approvisionnement agroalimentaires ainsi qu'avec d'autres intervenants du milieu alimentaire. L'ICPA, dont le siège social est situé à Ottawa, a été constitué en société sans but lucratif en 2004 par le gouvernement fédéral et est dirigé par un conseil d'administration, dont les membres sont issus de divers milieux, appuyé par un comité consultatif.

## La fiche de renseignement: Données clés du rapport de l'ICPA

- 1. Importance du secteur du bœuf** L'industrie canadienne du bœuf génère \$6 milliards en ventes à la ferme (2011), soit quelque 15% de la valeur de la production agricole.
- 2. Balance commerciale du bœuf à la baisse** En 2011, la balance commerciale du Canada, en termes de valeur, était de \$42 millions, alors qu'elle était de \$1,4 milliard en 2002.
- 3. Approvisionnement intérieur du bœuf** Le Canada fournit quelque 75% du bœuf dans son propre marché. Ce chiffre est moindre que les 87% de 2005 à cause de la hausse des importations provenant des USA.
- 4. Différences de la valeur du commerce du bœuf Canada – USA** Les exportations de bœuf du Canada vers les USA comptent pour seulement 60% de la valeur du bœuf exporté des USA vers le Canada. En 2011, les exportations de bœuf du Canada vers les USA se chiffraient à une moyenne de \$3,74/kg, alors que le prix moyen des importations des USA était de \$6,55/kg.
- 5. Exportations de bœuf des USA ailleurs qu'au Canada vs. Exportations de bœuf du Canada ailleurs qu'aux USA** Les exportations de bœuf des USA ailleurs qu'au Canada sont en hausse de 280% depuis 2005, alors que les exportations du Canada ailleurs qu'aux USA sont en hausse de 45%. Depuis 2002, les exportations du Canada ailleurs qu'aux USA étaient en baisse de 3,5% alors que l'industrie du bœuf des USA a augmenté de 51% ses exportations vers les marchés internationaux (excluant les envois au Canada).
- 6. Importance du marché américain** En moyenne, 85% des exportations de bœuf et de bovins sur pied sont destinés à un seul marché, celui des USA. Pour une moyenne quinquennale (2007-2011), les ventes canadiennes de bœuf et bovins aux USA se chiffraient à quelque \$2,2 milliards (pour un total combiné de \$1,8 milliard en 2011).
- 7. Diversification des marchés** En 2011, 74% des exportations de bœuf du Canada allaient vers les USA, ce qui

- d'exportation** représente 72% de la valeur totale des exportations de bœuf canadiennes. En 2002, 78% des exportations de bœuf (quantité) du Canada allaient vers les USA, soit 83% de la valeur totale.
- 8. Cheptel bovin du Canada** Le cheptel bovin du Canada a diminué de 1 million de têtes, soit 20% depuis 2005.
- 9. Consommation de bœuf (Canada)** La consommation per capita a baissé de 10,7% depuis 2001 et se chiffre maintenant à 27,5 kg/per capita (en carcasse équivalente). La consommation de porc sur la même période a baissé de 28% alors que celle de la volaille (poulet, poule et dinde) a augmenté de 3,4%.
- 10. Consommation de bœuf (mondiale)** La consommation globale de volaille a augmenté de 10,3% au cours des trois dernières années (2008-2011) alors que celle du bœuf a baissé de 3,5%. Parmi les pays de l'OCDE, la consommation du bœuf est à la baisse. Mais dans les pays non membres de l'OCDE, cette consommation est à la hausse.

**Pour plus d'information, veuillez communiquer avec :**

David McInnes

Président et chef de la direction

Institut canadien des politiques agroalimentaires

(613) 759-1038 / 866-534-7593

[mcinnesd@capi-icpa.ca](mailto:mcinnesd@capi-icpa.ca)