

L'ICPA partage les recettes de réussite de 13 champions de l'industrie alimentaire

Le secteur manufacturier alimentaire est le plus grand secteur manufacturier malgré les défis

OTTAWA, le 3 avril 2014 — Un dossier récent portant sur des études de cas révèle que des manufacturiers alimentaires peuvent réussir au Canada en faisant de preuve de solide leadership, de connaissance du marché mondial et d'esprit entrepreneurial. [Les 13 études de cas](#) canadienne démontrent que le secteur a les outils de devenir un contributeur économique plus important, mais que le secteur, qui fait face à un déficit commerciale en croissance, a besoin d'une plus grande reconnaissance.



L'alimentation est le plus important moteur économique du Canada, pourtant le secteur réussi à attirer l'attention du public seulement lorsque des communautés sont menacées par des fermetures d'usines et la perte d'emplois. L'ICPA a entrepris ce travail puisque le secteur de la fabrication alimentaire est maintenant le premier secteur manufacturier en termes d'emplois et de PIB – devant le secteur de la fabrication d'automobiles. Malgré cette performance, le secteur continue à enregistrer une augmentation de son déficit commercial qui a atteint \$6,8 milliards créant de sévères restructurations affectant la compétitivité.

« Non-seulement devons-nous comprendre ce que ces entreprises font pour assurer leur succès, nous devons aussi comprendre leur environnement afin de permettre l'investissement, la croissance et la concurrence des entreprises alimentaires, » a dit Ted Bilyea, le président du Conseil d'administration de l'ICPA. « Sinon, les entreprises alimentaires vont diriger leurs investissements à l'extérieur du Canada. »

L'Institut canadien des politiques agroalimentaires (ICPA) vient de publier 13 études de cas d'ampleur inédite ayant pour objet des entreprises de partout au pays et dont la rédaction a été confiée à des chercheurs provenant d'institutions de gestion réputées. Les études passent en revue des entreprises tant petites ou familiales que de grandes sociétés établies de longue date ainsi que des multinationales.

David McInnes, président et chef de la direction de l'ICPA, a déclaré : « Ces 13 études de cas mettent au jour les facteurs critiques ayant permis à ces entreprises de se tailler une place de choix dans le marché et de profiter d'avantages concurrentiels. Malgré le fait que le secteur de la transformation alimentaire ait dû faire face à d'importants changements et défis ces dernières années, tels le repli d'importantes sociétés alimentaires américaines du Canada, nous sommes témoins d'importantes réussites partout au pays. Il est grand temps que nous reconnaissons le rôle majeur de cette industrie et que nous comprenions bien tout le potentiel que lui réserve l'avenir. »

Les entreprises alimentaires canadiennes concurrentielles jouissent toutes de trois facteurs de réussite, et d'un quatrième facteur qui profite à l'ensemble du secteur. Il est essentiel de bien identifier les moteurs de réussite afin d'aider d'autres entreprises alimentaires à cheminer vers la croissance et aussi afin de mieux soutenir le secteur.

- La clarté de visée du PDG et de l'équipe de direction est plus qu'un simple énoncé de mission. Elle dynamise la stratégie et oriente les employés et autres partenaires externes vers ce qu'il faut pour réussir au quotidien. Par exemple, la Premium Brands de la Colombie-Britannique, propriétaire de 29 entreprises alimentaires diverses, est mue par son esprit entrepreneurial présent dans ces dernières et la non banalisation de ses produits. La raison d'être de la Domaine Pinnacle au Québec est de créer une marque internationale pour son cidre de glace.
- La réussite tient aussi à la création de différenciation à multiples niveaux allant de la qualité des ingrédients à la production de ce que les consommateurs désirent. La Bonduelle Amérique, sise au Québec, y arrive par la planification et l'anticipation de ses approvisionnements en légumes du Centre du Canada afin d'optimiser la capacité de ses usines. La InfraReady de la Saskatchewan produit des grains particuliers qui répondent aux normes Kosher et Halal. La Ferrero, sise en Ontario, fabrique pour la consommation de masse des produits de chocolat uniques et frais difficiles à imiter. Les entreprises étudiées comptent sur divers niveaux de différenciation dont chacun les rend davantage concurrentielles.
- Pour la Island Abbey Foods (IAF) de l'Île du Prince Édouard, les moteurs de réussite clé sont ses excellentes relations avec les spécialistes techniques locaux qui participent à l'innovation de produits, et une collaboration en co-marquage mondial avec ses partenaires internationaux. Elle est la seule manufacturière au monde de produits de miel à l'état solide pur à 100%. Des scientifiques de la PEI BioFoodTech et du Conseil national de recherche du Canada ont fourni connaissances et spécificités à cette entreprise lui permettant de lancer des installations pilotes qui ont connu une croissance impressionnante en peu de temps. La PepsiCo Aliments Canada a établi d'excellents rapports avec les producteurs agricoles, facteur important puisque les usines Quaker Oats au Canada et aux États-Unis s'approvisionnent dans l'Est et l'Ouest canadiens. La profondeur et l'étendue des relations constituent un avantage concurrentiel.

Le quatrième facteur relève de conditions favorables externes. Bien que l'industrie ait collaboré avec le gouvernement pour un environnement propice aux affaires, un magnat pour le capital en aidant le Canada à devenir un endroit attrayant pour les entreprises alimentaires, la globalisation force une nouvelle manière de pensée et une nouvelle approche pour la rétention et l'attraction est requise. Tous les paliers de gouvernement commencent à réaliser le rôle d'importance majeure que jouent les entreprises et les mandats d'exportation dans la préservation des communautés. Accès à d'abondantes matières premières de qualité fournies par les agriculteurs canadiens et un bon marché de la main d'œuvre qui attirent les investissements. Les études de cas ont aussi souligné l'importance de maintenir de telles conditions d'attrait et de soutien des affaires de telle sorte que les trois paliers de gouvernement travaillent ensemble pour attirer et retenir les investissements dans les communautés.

L'avenir économique du Canada doit passer par un secteur alimentaire robuste et prospère. Cette industrie rejoint des communautés partout au pays. Une bonne part de la production de nos

fermes est transformée au Canada ; détaillants et consommateurs recherchent des aliments « canadiens » de qualité fabriqués avec des ingrédients canadiens ; et les consommateurs étrangers sont de plus en plus friands d'aliments sécuritaires et bons pour la santé, ce qui augmente les perspectives d'exportation du Canada. Ces marchés étrangers connaissent la valeur de l'industrie alimentaire canadienne, mais le Canada, lui, en est-il conscient ?

À propos de l'ICPA

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'Institut sert de catalyseur. Il identifie les nouveaux enjeux, favorise le dialogue et présente des options de solutions aux enjeux de concert avec les intervenants de toute la chaîne de valeur agricole et agroalimentaire ainsi qu'avec des représentants d'autres intérêts alimentaires. 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.

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