

Présentation au Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie
L'Institut canadien des politiques agroalimentaires

David McInnes, Président et chef de la direction

Ted Bilyea, Président du conseil d'administration

5 octobre 2016

La version prononcée fait foi



Présentation au Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

Au nom de l'Institut canadien des politiques agroalimentaires (ICPA), nous vous remercions de nous avoir permis d'offrir nos points de vue sur l'état du secteur manufacturier au Canada.

Nous représentons un groupe de réflexion indépendant et impartial consacré à faire avancer la recherche, les idées et les dialogues sur la question de la compétitivité à plus long terme du secteur agroalimentaire canadien.

Nous nous pencherons sur trois questions :

1. Comment le concept de « compétitivité » évolue-t-il ?
2. Que signifie ce récent changement pour le Canada et les fabricants alimentaires ?
3. Que peut faire le Canada pour profiter de ce changement ?

Voici la réponse succincte à ces questions.

Premièrement, plusieurs pays (dont certains de nos concurrents) auront à relever le défi d'augmenter leur croissance économique tout en atténuant les dommages causés aux écosystèmes. De plus, consommateurs et investisseurs expriment de plus en plus leur inconfort face aux pratiques de production actuelles. Cette situation contribue à modifier les conditions régissant le commerce local et international.

Deuxièmement, bien que le Canada ne soit pas à l'épreuve des défis écologiques, il devrait davantage accroître sa pertinence dans un contexte où le monde entier est en quête d'ingrédients et d'aliments à valeur ajoutée salubres, de haute qualité, nutritifs et produits de façon durable. Peu nombreux sont les pays ailleurs dans le monde en mesure d'égaliser nos avantages agroalimentaires et notre potentiel à répondre à un tel engagement. Il s'agirait là d'une occasion de nous distinguer.

Troisièmement, monnayer cet avantage suppose un certain nombre d'obstacles à franchir. Le système alimentaire mondial s'articule autour d'un ensemble complexe de subventions agricoles qui ignore largement les incidences sur le « capital naturel » dont l'eau douce et les écosystèmes. Le fait de hausser la barre face à nos concurrents est une approche qui permettra au Canada de mettre à profit la puissance de ses ressources naturelles.

En bref, dans ce nouveau contexte, le Canada devrait viser non seulement à demeurer concurrentiel mais aussi à y arriver *de manière durable*.

Quant à la première question : **Comment le concept de « compétitivité » évolue-t-il ?**

Quelle est le seul plus important facteur de réussite dans la fabrication alimentaire ? S'agit-il du prix des ingrédients alimentaires, d'une bonne infrastructure routière, d'une devise canadienne faible ou des coûts de l'électricité moindres ?

Ces facteurs sont tous importants. Toutefois, la ressource la plus rare et la plus précieuse est la « confiance ».

Volkswagen d'Allemagne nous a démontré ce qui arrive quand on perd la confiance du consommateur. Elle a trompé consommateurs et organismes de réglementation à propos des essais d'émissions de ses voitures – ce qui lui a coûté des milliards de dollars et une grave écorchure à sa réputation.

La confiance mondiale envers la production alimentaire en prend, elle aussi, pour son rhume. Des efflorescences d'algues résultant de l'abus de fertilisants et des écoulements de phosphore des villes et cités menacent océans et lacs. En Europe et ailleurs, les taux de pesticide et les nitrates dans les eaux souterraines préoccupent. En Chine, la population en est venue à se méfier à tel point des aliments locaux que le commerce d'importation en ligne y connaît une croissance fulgurante.

Les consommateurs jouissent d'un immense choix d'aliments mais ils sont de plus en plus préoccupés par ce qu'ils consomment. Il n'est donc pas surprenant que plusieurs fabricants d'aliments (et leurs chaînes d'approvisionnement) œuvrent à s'approvisionner en un nombre grandissant d'ingrédients durables tels l'huile de palme certifiée durable à 100%, les fruits de mers durables, et plus récemment, le bœuf durable. Cela explique aussi la hausse du nombre d'aliments organiques.

Malgré cela, la pression est toujours à la hausse sur le « capital naturel » - l'eau le sol, et la biodiversité des organismes vivants.

Le Global Footprint Network, ONG internationale, a établi que la plupart des pays se trouvent en ce qu'il décrit comme des « déficits écologiques ». Il a évalué que « plus de 80% de la population mondiale habite dans des pays qui utilisent plus de ressources que celles qui sont renouvelables à l'intérieur même de leurs propres frontières ».

Cette situation s'aggravera à cause du changement climatique.

Mark Carney, gouverneur de la Banque d'Angleterre, a déclaré que « le changement climatique menacera la résilience financière et la prospérité à plus long terme. » Les institutions financières devront bientôt exiger de leurs emprunteurs des « renseignements sur les risques associés au changement climatique ». Le Fonds de pension de 900\$ milliards du gouvernement de la Norvège a écarté 11 entreprises à cause de leurs pratiques de déboisement. Et la Moodys's, agence de notation, évalue maintenant les opérations d'entreprises minières dans des pays en voie de développement en fonction des risques associés aux ressources hydriques.

La gestion du capital naturel – pierre d’assise de la production alimentaire et de tout le reste – prend rapidement l’allure de systèmes financiers et d’accès au capital de risque. Cela aura des répercussions sur l’ensemble de l’industrie manufacturière.

Fort heureusement, le Canada se trouve en situation de « surplus écologique ». Il s’agit là d’une occasion stratégique si nous sommes en mesure de conserver diligemment ce surplus.

Deuxième question : Que signifie ce récent changement pour le Canada et les fabricants alimentaires ?

Le Canada produit des aliments salubres et de qualité. D’autres pays en font autant.

Pour concurrencer, nous devons nous différencier. Ceci est important étant donné que la fabrication alimentaire est un moteur économique national (le secteur emploie plus de gens au Canada que les secteurs réunis de l’automobile et de l’aérospatial).

Nous avons analysé les raisons pour lesquelles 13 entreprises particulières connaissent si bien la réussite, y compris des multinationales comme la PepsiCO et la Bonduelle, de grandes entreprises canadiennes telles la Premier Brands de la Colombie Britannique et la Lassonde du Québec, ainsi que des entreprises plus modestes comme la Island Abbey Foods de l’IPE et la InfraReady de la Saskatchewan.

Dans le cas des entreprises en démarrage et des petits transformateurs, la réussite tient au fait de détenir une propriété intellectuelle unique ou un *terroir*, par exemple la création d’un art ou de produits artisanaux. Ceci permet à ces dernières de dominer d’abord un créneau local ou régional pour ensuite s’attaquer aux marchés d’exportation.

Pour ce qui est des entreprises canadiennes moyennes ou plus grandes, la croissance dépend de leur résilience surtout face aux entreprises américaines qui souvent ont l’avantage de la grande échelle. Pour contrer une telle situation, les sociétés canadiennes doivent arriver à offrir plusieurs points de différenciation. Une telle approche permet aussi d’attirer des capitaux.

Quant aux multinationales installées au Canada, leur priorité est d’aller au-delà de leurs options manufacturières dans le cadre de l’ALÉNA. Elles doivent aussi concurrencer sur le plan des capitaux au sein même de leur entreprise mondiale. Cela se traduit, par exemple, par l’obtention d’un approvisionnement fiable en ingrédients de haute qualité et concurrentiels, ainsi qu’un mandat incluant l’exportation à l’étranger à partir du Canada.

Dans tous les cas, il s’agit de la poursuite de la différenciation.

À l’avenir, nous croyons que les entreprises vont sans cesse tenter de se différencier dans leur façon de gérer leur capital naturel. Il s’agit là d’une occasion énorme pour le Canada qui est l’un des rares endroits au monde pouvant offrir aux entreprises un endroit ou mettre au point de tels processus et produits novateurs.

Nous avons suffisamment d'eau douce. Nos hivers constituent des pesticides naturels. Nous utilisons moins de pesticides et autres produits chimiques que nos principaux concurrents. Notre ratio de densité animale par rapport à la population humaine et aux terres arables est parmi les plus bas au monde. Et, devrais-je ajouter, le Canada a la cote pour sa bonne gouvernance.

Troisième question : **Que peut faire le Canada pour tirer profit de ce marché émergent ?**

Il nous faut mieux profiter de cette occasion. Mais nous devons anticiper et surmonter les possibles obstacles.

Notre objectif à long terme devrait être de hausser la barre à nos concurrents, donc, s'en prendre aux subventions mondiales et pousser à la hausse les normes de qualité.

Les subventions agricoles sont énormes. Elles permettent aux manufacturiers alimentaires mondiaux d'avoir accès à des ingrédients alimentaires relativement peu coûteux – ce qui accorde à plusieurs de nos concurrents la capacité d'atteindre l'échelle mondiale. En outre, de telles subventions encouragent une production sans égard aux coûts écologiques, ce qui nous empêche de tirer pleinement parti de la puissance du capital naturel canadien.

En voici un exemple. Le Canada considère souvent les Pays Bas comme le pays modèle en fabrication alimentaire. Il s'y trouve plusieurs grandes entreprises alimentaires, et les Pays Bas sont le deuxième plus grand pays exportateur alimentaire au monde derrière les USA. Pourtant, il y a un prix à cela. Ses pratiques agricoles sont hautement intensives, avec des effets pervers sur ses sols, son eau et son air dus aux polluants et aux GES. Son secteur agroalimentaire contribue, en moyenne, €10 milliards à l'économie néerlandaise (en termes de PIB). Mais l'impact écologique net est évalué à près de €1.6 milliard par année.¹ L'UE accorde des subventions à ce type d'agriculture.

Le Canada peut faire la lumière sur ces subventions mondiales dans le cadre d'une campagne mondiale concertée visant leur réduction.

Nous devons aussi faire preuve de prudence en imposant de nouveaux règlements au système alimentaire canadien – tels de nouvelles mesures de protection environnementale. Nous ne voulons pas offrir à nos concurrents un avantage considérable en termes de coûts.

Nous devons plutôt prôner une hausse des normes auprès des organismes de normalisation internationaux. Au fil du temps, nous sommes d'avis que la plupart de nos concurrents éprouveront de la difficulté à se conformer à des normes plus élevées.

¹ €1,868 milliards par année durant la période 2005-2012. *Sommaire d'un exposé universitaire : « Quelle importance accordée aux facteurs externes en agriculture ? Cadre d'analyse et d'application pour l'agriculture néerlandaise, juin 2016, »* R. Jongeneel, N. Polman and G. C. van Kooten, document de travail, juin 2016, *Université de Victoria*

Ici même au pays, nous devons concentrer nos efforts à établir un climat propice aux affaires. Notre façon de stimuler les investissements et l'innovation pour nous aider à nous distinguer est d'une grande importance stratégique.

De toute évidence, consommateurs et investisseurs s'attendent à plus de transparence de la part des entreprises alimentaires et des chaînes d'approvisionnement agroalimentaire sur une foule de sujets dont la nutrition, les soins aux animaux, l'usage d'antibiotiques, l'éthique et la durabilité.

Cela nous apparaît comme un catalyseur pour renforcer la marque Canada de nos aliments. Pour ce faire, nous avons besoin de meilleures données et des paramètres crédibles pour mesurer nos progrès et rassurer consommateurs et marchés à toutes les étapes de la production et de l'approvisionnement alimentaires, de la ferme à l'assiette. Ces démarches serviront à renforcer la confiance.

Les gouvernements et l'industrie doivent toujours collaborer de plus près pour que cette traçabilité devienne réalité. Nous devons être en mesure de démontrer que la production alimentaire ne sape pas l'eau et les écosystèmes, ne génère pas davantage de GES, n'utilise pas d'additifs nocifs, et ainsi de suite.

Une meilleure transparence de notre part dans de telles pratiques prendra l'allure d'une course vers le sommet, et non l'inverse.

En outre, nous pouvons orienter notre innovation et nos organismes scientifiques vers des priorités de façon à opérer de telles transformations. Il faudra aussi encourager une meilleure collaboration à la grandeur de l'industrie.

Le Canada peut se donner un marque alimentaire puissante fondée sur la confiance et l'utiliser pour se distinguer. Une concurrence durable est une « énorme possibilité » grâce aux capacités du Canada en matière de capital naturel, à condition que ces dernières soient bien gérées.

Appendice

Lien vers des travaux connexes de l'ICPA :

- *Rapport final sur la transformation alimentaire* : http://capi-icpa.ca/proc-food/proj7-8/CAPi_PFRP_Conclusion_FRA.pdf
- *Sommaire des 13 études de cas portant sur des entreprises alimentaires* : http://capi-icpa.ca/proc-food/proc4b_f.html
- *Sommaire d'un exposé universitaire* : « Quelle importance accordée aux facteurs externes en agriculture ? Cadre d'analyse et d'application pour l'agriculture néerlandaise, juin 2016, Université de Victoria » : http://capi-icpa.ca/pdfs/2016/CAPi_summary-env%20impacts-aq-netherlands_FRA.pdf
- *Rapport sur le Forum sur l'Avenir de l'agroalimentaire canadien* : <http://capi-icpa.ca/CAFF/CAFF-rapportfinal-FRA.pdf>
- *Comment les fabricants alimentaires pourraient améliorer leur accès au marché chinois, conclusions tirées d'un voyage commercial en ce pays en compagnie de plusieurs entreprises* : http://capi-icpa.ca/pdfs/2015/CAPi_ChinaReport_FRA.pdf