



# Les exportations et les exportateurs canadiens de porc sur le marché mondial



## Des exportations en hausse rapide

En 2004, la production porcine canadienne s'élève à 22,6 millions de porcs abattus, auxquels s'ajoutent 8,6 millions de porcs exportés vivants. Cela correspond au total à 2,2 millions de tonnes équivalent carcasse, soit légèrement moins que la production française.

Le marché intérieur absorbe moins de la moitié de la production. Les 32 millions de Canadiens ont une consommation modérée, qui oscille autour de 28 kg carcasse par habitant.

Les enseignes de distribution les plus importantes sont Sobey's, Loblaw's et Métro-Richelieu. Elles représentent de 80 à 90 % des

ventes pour la consommation à domicile. Mais à côté de cela, la consommation hors du domicile détient une place importante.

La croissance de la production, forte surtout dans le centre-ouest du pays, se traduit par une augmentation des exportations. Depuis deux ans, le cheptel total s'est stabilisé, mais les effectifs de truies ont poursuivi leur progression. Conjugée aux gains de productivité, celle-ci a porté les exportations d'animaux vivants à un niveau record en 2004. Les deux-tiers sont des porcelets qui sont engraisés aux États-Unis.

Le Canada a aussi fortement augmenté ses exportations de viande de porc qui approchent 1 million de tonnes en 2004. Huit pays achè-

## Résumé

Le Canada a fortement augmenté ses exportations de viande de porc approchant 1 million de tonnes en 2004. Au Québec, la mise en marché collective, via l'Encan, entend garantir une rémunération équitable pour les producteurs. L'évolution monétaire a eu un impact important sur la conquête de marché à l'exportation. Les entreprises d'intégration de plus de 5 000 truies regroupent moins de 25 % des producteurs. Au Québec, la production compte 6 grands intégrateurs, qui rassemblent plus de 40 % de la production. Face à l'intégration, beaucoup de producteurs se sont regroupés pour regagner en compétitivité. En 2004, les abattages canadiens ont totalisé 22,7 millions de têtes. Le Québec, avec 8,2 millions de porcs abattus, en représente 37 %. En 2005, les 6 premières entreprises d'abattage de porcs totalisent environ 87 % des abattages canadiens. Une quinzaine de Maisons de Commerce, spécialistes de l'exportation, représentent plus du tiers des ventes canadiennes. La filière s'impose des règles et contraintes communes afin de développer ses exportations. Canada Porc International orchestre la stratégie à l'exportation pour tous les opérateurs.

Tableau 1 : Bilan canadien d'approvisionnement porcine en tonnes équivalent carcasse

	1990	1995	2000	2003	2004 <sup>2)</sup>	2005 <sup>3)</sup>
Exports vif (1000 têtes)	892	1 748	4 360	7 443	8 600	8 800
Production	1 188	1 368	1 822	2 126	2 182	2 223
Export total	378	459	843	1 219	1 242	1 269
Import total	12	31	68	91	110	110
Dispo. Consommation	823	941	1 047	1 004	1 054	1 069
Auto-approvisionnement <sup>2)</sup>	144	145	174	212	207	208

<sup>1)</sup> taux d'auto-approvisionnement prenant en compte les échanges de porcs vivants (reproducteurs, porcelets, porcs charcutiers) ; <sup>2)</sup> 2004 estimation ; <sup>3)</sup> 2005 prévision Sources : ITP d'après Statistiques Canada, USDA

Tableau 2 : Exportations de porc selon les destinations en milliers de tonnes

	États-Unis	Japon	Mexique	Australie	Corée du Sud	Chine	Russie	Taiwan	Total
2000	348,4	115,0	31,6	10,4	17,5		12,5	6,6	635,1
2003	450,9	191,9	55,8	36,1	29,9	25,9	24,7	21,4	924,3
2004	409,4	203,9	67,9	35,2	33,0	37,0	21,1	23,4	948,6
Répar. 2004 (%)	43,2	21,5	7,2	3,7	3,5	3,9	2,2	2,5	100,0
04/00 en %	+17,5	+77,3	+114,8	+237,3	+89,0		+68,4	+257,2	+49,4

Source : Statistiques Canada

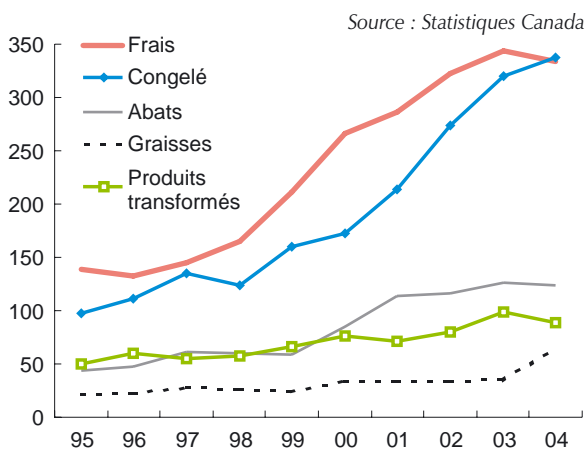
Jan Peter VAN FERNEIJ



**Tableau 3 : Exportations canadiennes de porc selon les catégories de produits (milliers de tonnes)**

Année	Fraîches	Congelées	Abats	Graisses	Produits transformés	Total
2000	266,1	172,9	85,5	34,1	76,5	635,1
2003	343,7	320,2	126,1	35,4	99,0	924,3
2004	333,2	337,7	124,0	64,8	88,7	948,6
Répartition 2004 (%)	35	36	13	7	9	100
04/00 en %	+25,2	+95,4	+45,0	+89,9	+16,0	+49,4

Source : Statistiques Canada



Source : Statistiques Canada

**Graphique 1 : Évolution des exportations de porc selon les catégories de produits (données annuelles, en milliers de tonnes de produits)**

qualité. Comme en France, une pièce donne lieu à plusieurs dizaines de références après élaboration.

Géographiquement, les provinces de l'Est, le Québec et l'Ontario, sont bien situées pour approvisionner les états américains de forte population, New York et la côte est. Le Canada a développé les ventes aux États-Unis avec en priorité des produits frais, de plus en plus élaborés. A l'inverse, depuis 2003, vers le Japon, la progression des viandes fraîches stagne, laissant une place aux viandes congelées. Le Mexique, au troisième rang, ne représente que 7 % des exportations canadiennes.

Les importations ont atteint 110 000 tonnes, venant essentiellement des États-Unis. Chaque année, ces flux connaissent une légère augmentation.

### Une production organisée, compétitive

Le faible coût à la production constitue un atout pour la filière porcine canadienne ; en 2002 il était inférieur de 7 % à celui des États-Unis. Le Canada bénéficie d'un prix faible de l'aliment, plus prononcé encore dans les provinces de l'Ouest. Depuis l'introduction du moratoire sur l'installation des exploitations au Québec, pour raison d'environnement, la croissance est arrêtée. Cela freine leur évolution, réduisant la compétitivité des producteurs québécois par rapport aux autres provinces du Canada. Cependant, ces dernières sont, elles aussi, confrontées à plus de difficultés pour développer les élevages.

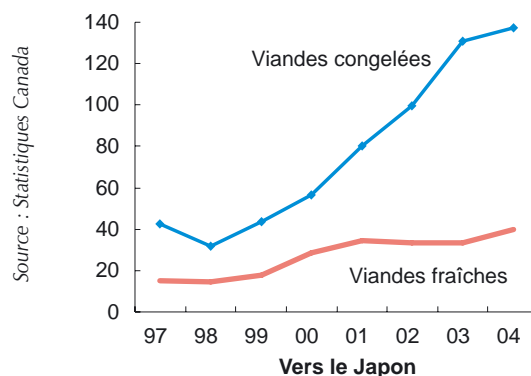
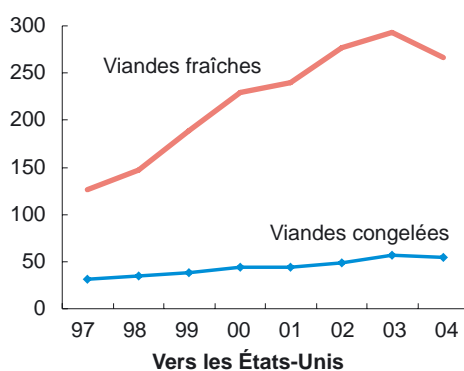
### États-Unis et Japon représentent ensemble deux tiers des exportations.

tent 87 % du total, mais les deux principaux clients, États-Unis et Japon, représentent ensemble deux tiers des quantités.

Les pièces fraîches et congelées représentent 72 % des exportations totales. L'élaboration gagne du terrain, dépassant le tiers des flux des pièces en 2004. Le prix des pièces, aussi, est très différent selon les pays, dépendant, sans doute, du type de coupe et de la

Les exportations canadiennes vont vers une multitude d'autres pays, avec une certaine variabilité. Ces marchés apparaissent comme des opportunités, en fonction de la disponibilité des marchandises canadiennes et de la valorisation qu'ils offrent.

### Les pièces fraîches et congelées représentent 72 % des exportations totales.



Source : Statistiques Canada

**Graphique 2 : Exportations canadiennes de porc frais et congelé (données annuelles, en milliers de tonnes de produits)**



Mais les systèmes de gestion de risques rendent la production plus résistante aux crises de marché et contribuent à maintenir le développement de la production.

L'organisation de la vente des porcs aux abattoirs est plus ou moins structurée selon les provinces.

Au Québec, la mise en marché collective de tous les porcs produits dans la province, via l'Encan, entend garantir une rémunération équitable pour tous les producteurs et assurer ainsi la pérennité du secteur. Regrouper l'offre de porcs vise à établir un rapport de force plus équilibré entre l'amont et l'aval, beaucoup plus concentré. Les distances de transport vers l'abattoir sont aussi réduites au minimum, de ce fait.

Dans les autres provinces, la mise en marché est beaucoup plus libérale, essentiellement par des contrats directs avec les abattoirs. L'optimisation du transport est faite par les entreprises d'intégration et les coopératives. Mais les distances sont plus importantes qu'au Québec, en raison de l'étendue du territoire et de la densité de production plus faible.

Les cours canadiens et américains évoluent de manière très proche car ils sont tous deux basés sur le prix du

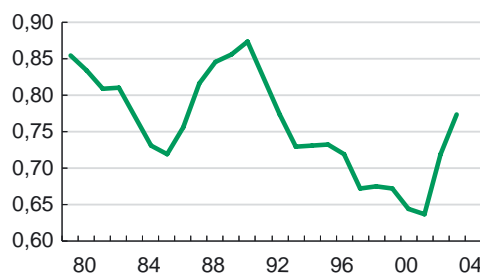
porc du Cornbelt (publication LM\_HG201, USDA market news), qui sert de référence pour la fixation du prix à l'Encan\* au Québec.

L'évolution monétaire a eu un impact important sur la conquête de marchés à l'exportation.

Depuis l'accélération de la croissance de la production canadienne, au début des années 1990, le dollar canadien s'est dévalué par rapport au dollar américain, favorisant la compétitivité de la production. A l'inverse, depuis 2002, les produits canadiens se sont renchérissés aux États-Unis.

Au Canada, les entreprises d'intégration de plus de 5 000 truies regroupent moins de 25 % des reproducteurs. Au Québec, la production compte six grands intégrateurs, qui rassemblent plus de 40 % de la production québécoise. L'intégration est moins importante dans les provinces des grandes plaines. Les coopératives proposent aussi des contrats d'intégration aux producteurs.

Généralement, les contrats sont simples et ne tiennent pas compte des résultats d'élevage. Mais, les intégrateurs cherchent de plus en plus à en adapter le contenu et à créer des formes diverses de partenariat avec les producteurs. De nouveaux types de contrats d'intégration sont maintenant proposés,



Graphique 3 : Évolution de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain, en données annuelles

plus « personnalisés » selon les caractéristiques de l'exploitation : taille, besoin en matières premières, performances techniques...

\* aux enchères

**Au Canada, les entreprises d'intégration de plus de 5 000 truies regroupent moins de 25 % des reproducteurs.**

Face à l'intégration, beaucoup de producteurs individuels se sont regroupés pour regagner en compétitivité. Ils ont adapté leur organisation de production et leurs structures d'élevage à la génétique récente, aux nouvelles règles pour améliorer la sécurité alimentaire et aux exigences environnementales plus contraignantes. Des associations de producteurs permettent de mieux négocier (prix, qualité, délai, fréquence...) avec les fournisseurs et clients, de regrouper les activités administratives et de partager certains investissements et services. Des coopératives optent pour plus de services et de valeur ajoutée : elles proposent le transport et le stockage des matières premières ou des animaux, des participations financières avec les fournisseurs

**Au Québec, la production compte six grands intégrateurs, qui rassemblent plus de 40 % de la production québécoise.**

Tableau 4 : Les 8 premières firmes canadiennes d'intégration (données de 2004)

Rang	Société	Nombre de truies (*1000)		2004/2003 %	Canada %
		2003	2004		
1	Elite Swine (Maple Leaf Foods)	122	125	+2	7,8
2	Premium Pork	47	40	-15	2,5
3	Hytek	40	40	+0	2,5
4	Isoporc	33	33	-2	2,0
5	F. Menard	32	32	+0	2,0
6	Big sky Farms	26	28	+8	1,7
7	Stomp Pork Farms	8	27	+260	1,7
8	The Puratone Corporation	25	25	+0	1,6
<b>Total 8 firmes</b>		<b>333</b>	<b>350</b>	<b>+5</b>	<b>21,7</b>
<b>Cheptel truies Canada (janvier n+1)</b>		<b>1 578</b>	<b>1 611</b>	<b>+2</b>	

Source : successful farming octobre 2004



d'équipement ou d'animaux reproducteurs et ont des liens directs avec les abattoirs (avec ou sans participation financière).

### L'abattage : un secteur jeune et concentré

**En 2004, les abattages canadiens ont totalisé 22,7 millions de têtes, en hausse de 36 % par rapport à 1998.**

En 2004, les abattages canadiens ont totalisé 22,7 millions de têtes, en hausse de 36 % par rapport à 1998. Les Prairies, notamment le Manitoba et l'Alberta, ont enregistré la plus forte croissance, respectivement +54 % et +89 %. Au Manitoba, la progression s'est arrêtée en 2001. A présent, ces deux régions regroupent le tiers de l'activité. Le Québec, avec 8,2 millions de porcs abattus (+19 % en 2004/98), représente 37 % des abattages canadiens. Deuxième région en terme d'abattage (20 % de l'activité), l'Ontario a progressé de 42 % entre 1998 et 2003, puis en 2004 a connu un recul de 2 % environ.

**En 2005, les six premières entreprises d'abattage de porcs totalisent environ 87 % des abattages canadiens.**

Au milieu des années 90, face à la croissance, la capacité d'abattage insuffisante a conduit à accroître les ventes de porcs vivants entre les provinces et vers les États-Unis. Le Québec et le Manitoba étaient importateurs de porcs en provenance de l'Ontario, de l'Alberta ou du Saskatchewan.

Plusieurs abattoirs ont alors été construits dans les régions en

développement. Ainsi, le parc d'outils est assez récent et moderne, respectant les normes sanitaires de nombreux pays dans le monde. En juin 2005, aucun abattoir canadien n'est agréé pour exporter de la viande de porc fraîche ou congelée vers l'Union européenne.

Moins de 50 outils, de capacité très variable, réalisent la quasi-totalité des abattages. Presque tous les abatteurs ont un engagement en aval au-delà de la découpe. Mais le taux de transformation est assez variable : certains abatteurs sont plus orientés vers le marché de la viande à l'exportation, d'autres vers les produits transformés et les préparations, pour l'exportation ou le marché national. Possible dans plusieurs sites, le passage à deux équipes de 8 heures, offre une réserve de capacité.

Comme en Europe, la course à la taille est aussi d'actualité en Amérique du Nord. Ces dernières années, le secteur s'est restructuré et concentré fortement. En 2005, les six premières entreprises d'abattage de porcs totalisent environ 87 % des abattages canadiens. La restructuration se poursuit. Globalement, le coût d'abattage canadien reste supérieur à celui des outils américains, en partie à cause de la main d'œuvre plus chère. Les deux premiers groupes comptent plusieurs sites d'abattages et de

transformation. Ils regroupent deux tiers des abattages.

Olymel, originaire du Québec, a repris des entreprises et investi dans les autres provinces, dont dans un grand abattoir dans l'Alberta. En octobre 2004, l'abatteur a annoncé son rapprochement avec la société Brochu, également implantée au Québec. Le nouveau groupe deviendrait ainsi le premier abatteur du pays, approchant 8 millions de porcs par an. Il représentera plus d'un tiers des abattages de porcs canadiens, avec aussi des activités de découpe, transformation et commercialisation de viande. Le groupe dispose également d'une division volaille.

Maple Leaf est le second groupe d'abattage avec 7,4 millions de porcs, soit le tiers de l'activité nationale. Originaire de l'Ontario, il dispose d'implantations dans presque toutes les régions du Canada, ainsi que de quelques outils aux États-Unis. Mais en plus, les deux principaux groupes d'abattage disposent de leur propre force de vente à l'international.

### Une quinzaine d'exportateurs : concentration et coordination

Une quinzaine de **Maisons de Commerce**, spécialistes de l'exportation, représenteraient plus du

**Tableau 5 : Les principaux groupes d'abattage**  
Nombre d'outils, capacité théorique, répartition des abattages totaux

Entreprises <i>en milliers de têtes</i>	Nombre d'outils	Capacité hebdomadaire <sup>1)</sup>			Capacité annuelle <sup>1)</sup>		Parts %
		2003	2004	2005	2004	2005 <sup>2)</sup>	
Olymel + Brochu	6	160	152	172	7 904	8 944	35
Maple Leaf	7	143	142	143	7 358	7 436	33
Quality Meat Packers	1	30	30	30	1 560	1 560	7
Les viandes Dubreton	1		18	18	936	936	4
Springhill Farms	1	18	18	18	910	910	4
Abattoir St-Alexandre	1		16	20	806	1 040	4
Les premières entreprises	17	350	375	401	19 474	20 826	87
Estimation des abattages totaux inspectés					22 420		

<sup>1)</sup> Capacité théorique, <sup>2)</sup> Estimation CCP

Source ITP d'après diverses sources canadiennes



tiers des ventes canadiennes. Les maisons de commerce se sont développées au départ en commercialisant toutes sortes de produits alimentaires, mais le marché de la viande de porc ne s'est vraiment développé que depuis 25-30 ans. Leur développement s'explique à l'origine par le grand nombre d'abatteurs canadiens, avec de trop faibles volumes pour concurrencer les opérateurs américains.

Les maisons de commerce achètent la marchandise pour la revendre ensuite, à l'exportation essentiellement. Elles n'exploitent pas d'usine, mais ont des relations étroites avec un ou plusieurs abattoirs. Elles s'occupent des formalités administratives, supportent le risque de marché et organisent la logistique. Elles peuvent regrouper des volumes auprès de plusieurs entreprises pour répondre à la demande d'un client.

Les maisons de commerce sont plus ou moins spécialisées selon les produits. En effet, certaines traitent seulement de la viande de porc, voire quelques produits du porc, d'autres traitent aussi de la viande de bœuf ou toutes les viandes. Quelques unes commercialisent une large palette de produits agroalimentaires. Leur connaissance des marchés d'export et des exigences des clients leur permet de maximiser la valorisation des pièces et co-produits

du porc. Les négociants se concurrencent entre eux par le prix, le délai de livraison et les services rendus, mais sans faire de concessions sur la qualité du produit.

Il existe aussi des courtiers qui trouvent des clients pour les entreprises, surtout vers les États-Unis. Ces négociants ne deviennent pas propriétaires des produits, mais s'occupent des formalités administratives. Ils sont rémunérés à la prestation.

### **L'organisation de soutien à l'export : une recherche de cohérence et de consensus**

Le Canada s'est doté d'une image de rigueur en matière de contrôle des outils et des processus de production, dans toute la filière, en particulier par l'inspection des viandes. Un grand nombre d'organisations travaillent de concert pour améliorer la compétitivité de la filière canadienne. Chacun apporte son expertise, au service de l'intérêt général, pour un succès durable de tous.

Le gouvernement et les organisations professionnelles mettent autour d'une table toutes les entreprises et organisations concernées par la production de viande de porc pour définir des objectifs collectifs. Ainsi, la filière s'impose des règles et des contraintes (situation

sanitaire, règles environnementales, traçabilité, cahier de charges des élevages, procédure HACCP pour donner l'assurance de la qualité à l'exportation) afin de préserver et d'accroître ses avantages.

A l'échelle fédérale, le Conseil Canadien du Porc (CCP) regroupe les organisations de producteurs. De même, le Conseil des Viandes Canadien (CVC) représente l'industrie de la viande. Canada Porc International (CPI) s'appuie sur ces deux organismes, avec l'aide fédératrice des gouvernements. Cette organisation a été constituée pour orchestrer la stratégie canadienne à l'exportation pour l'ensemble des opérateurs industriels et commerciaux. Vis-à-vis de l'extérieur, la communication et la promotion qui en émanent sont cohérentes et déterminées. Chaque opérateur et tout l'environnement économique de la filière en profitent par un développement des exportations de viande de porc.

La réussite des exportations canadiennes de viande de porc est donc, en grande partie, le résultat d'une cohérence construite par l'ensemble de la filière. Les représentants des différents maillons du secteur porcin se sont donné, avec le soutien des pouvoirs publics, les moyens de se concerter régulièrement, d'analyser les problèmes, de trouver des solutions et de parvenir aux consensus nécessaires. ■

***Le Canada s'est doté d'une image de rigueur en matière de contrôle des outils et des processus de production.***

***La réussite des exportations canadiennes de viande de porc est le résultat d'une cohérence construite par l'ensemble de la filière.***

#### **Contact :**

jan-peter.vanferneij@itp.asso.fr