

MARKETING OU ÉCONOMIE

**La mondialisation amène de
nouveaux défis pour l'industrie
porcine québécoise**

LOUISE CANTIN, DIRECTRICE DU MARKETING, FPPQ
JEAN DUMAS, ASSOCIÉ, MARCON-DDM

Les défis ne manquent pas pour les industries du monde agroalimentaire qui doivent sans cesse planifier de nouvelles stratégies pour répondre aux enjeux changeants de leurs marchés domestiques et extérieurs.

La Fédération des producteurs de porcs du Québec, consciente de l'émergence rapide de nouveaux enjeux, a fait réaliser une étude qui servira de base à l'établissement d'un plan de développement de la production. Voici donc un résumé des principaux enjeux qui pourront influencer les stratégies au cours des prochaines années mais qui nécessitent une attention immédiate.

LE PORC DE COMMODITÉ: UNE NOUVELLE DÉFINITION

Le Québec, on le sait, produit une qualité de viande de porc qui est reconnue à l'échelle de la planète. C'est grâce aux avantages génétiques supérieurs de la viande que l'industrie a su développer ses marchés tant domestiques qu'internationaux.

Mais voilà que le porc du Québec ne bénéficie plus de cette avance. Il est perçu de qualité similaire avec le reste du porc canadien et l'écart avec les États-Unis s'amenuise.

C'est donc dire que la viande de commodité a vu sa qualité augmenter au cours des années. Et ce n'est pas terminé; le porc de commodité de l'avenir offrira la traçabilité et sera probablement certifié exempt d'antibiotiques... Tout cela dans un contexte où une surcapacité de production mondiale se traduit par une tendance des prix à la baisse.

Dans la mesure où l'industrie québécoise se verra de plus en plus concurrencée par des produits perçus comme offrant des attributs comparables, il lui sera de plus en plus difficile d'espérer des primes supplémentaires pour son porc.

CONCURRENCE SUR LES MARCHÉS D'EXPORTATION

Le Québec connaît une concurrence accrue de la part de producteurs canadiens et d'ailleurs sur les principaux marchés que constituent les États-Unis, le Japon et la Russie.

Les États-Unis sont très agressifs sur les marchés d'exportation et sont pour nous des concurrents de taille, au Japon par exemple. Le Brésil, pour sa part, a vu ses volumes à l'exportation augmenter de 311 % entre 1997 et 2001. Ce pays deviendra de plus en plus menaçant avec une production massive et des coûts d'opération très bas.

CONCENTRATION DES VOLUMES ET INTÉGRATION

Les principaux concurrents du Québec disposent d'une structure intégrée qui favorise la production à faible coût.

L'intégration concerne la production, l'abattage, la transformation et la mise en marché. Celle-ci a favorisé une rationalisation de l'ordre de 80 % du nombre de producteurs de porcs depuis environ vingt ans et une augmentation de la taille des élevages et des entreprises de transformation aux États-Unis et au Danemark principalement. Au Brésil, où cinq entreprises intégrées contrôlent déjà 40 % de l'industrie porcine, la même tendance est observée.

LES MARCHÉS PRINCIPAUX DU QUÉBEC SONT À RISQUE

L'arrivée de ces enjeux met les principaux marchés du Québec à risque et cette situation est très préoccupante.

En effet, le Québec vend des quantités importantes de viande de porc aux États-Unis et au Japon. Les avantages concurrentiels de notre produit doivent être révisés pour s'assurer des mêmes volumes de ventes au cours des prochaines années. Même le marché domestique pourrait voir l'arrivée de compétiteurs sérieux, surtout dans le contexte actuel de consolidation des réseaux de distribution.

LES PERSPECTIVES D'AVENIR

L'industrie québécoise fait donc face à ces défis importants. Heureusement, il y a des perspectives d'avenir qui demandent certes des changements sur le plan de la mise en marché mais qui offrent des possibilités intéressantes.

- **Marchés en émergence**

Le Mexique, la Chine et la Corée du Sud constituent des marchés où les importations ont beaucoup progressé au cours des dernières années et où le Québec peut encore faire des gains en termes de parts de marché.

L'industrie porcine québécoise ne doit pas ignorer, dans ses efforts de mise en marché, que le potentiel de l'Asie est tel que ce continent jouera à moyen terme un rôle de locomotive de la demande. L'urbanisation, l'amélioration du niveau de vie et les modifications des habitudes alimentaires en faveur des protéines animales expliquent, dans une large mesure, l'importante progression des importations de viande de porc en Asie.

- **Produits à valeur ajoutée**

Le défi de produire plus de valeur ajoutée se pose immédiatement dans un contexte où le Québec perd du terrain sur le plan de son avantage génétique.

Il existe une demande croissante confirmée pour les produits à valeur ajoutée. Les charcuteries haut de gamme, les produits marinés, prêts-à-servir, plus «verts», biologiques, etc. représentent de belles possibilités et celles-ci doivent être envisagées à court terme. Le temps joue présentement en défaveur de notre industrie.

Les marchés d'exportation actuels pour le Québec, comme les États-Unis et le Japon, sont des acheteurs importants de ce genre de produits et sont disposés à payer une surprime pour de la valeur ajoutée. Il faut saisir ces occasions le plus rapidement possible.

UNIR SES EFFORTS

Il est nécessaire de trouver une approche permettant de regrouper, de concerter, d'unir les efforts de l'industrie porcine du Québec. Les producteurs et les transformateurs de porc du Québec devront se réunir à très court terme pour discuter des enjeux identifiés dans cette étude et travailler ensemble à l'élaboration de stratégies conjointes pour relever les défis d'un marché mondial.

Il faut rapidement mettre les enjeux sur la table et déterminer les mécanismes qui permettront de réunir les efforts de développement concertés pour l'industrie porcine du Québec, des producteurs aux transformateurs. Nous avons déjà mis en place des moyens collectifs de développement qui nous ont bien servis; il faut maintenant créer de nouvelles synergies et redonner à nos industries la prospérité dont elles ont grandement besoin.