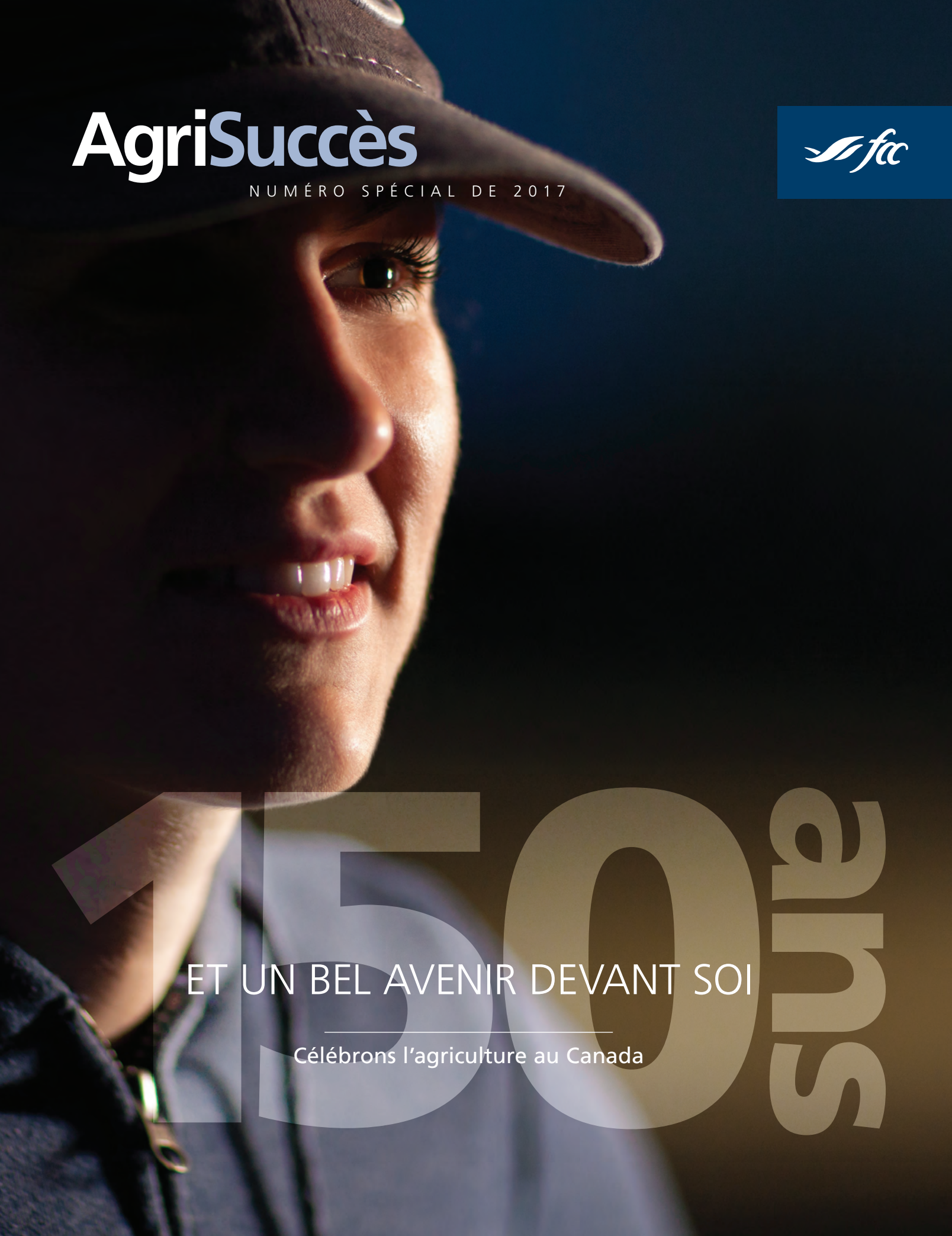


AgriSuccès

NUMÉRO SPÉCIAL DE 2017

fcc

150e

ET UN BEL AVENIR DEVANT SOI

Célébrons l'agriculture au Canada

PASSION, INNOVATION ET RÉSILIENCE

Le Canada est l'un des rares pays capables de produire plus d'aliments qu'il n'en consomme. Or, cette occasion formidable s'accompagne également d'une grande responsabilité pour notre industrie.

Les 150 dernières années ont été exceptionnelles.

L'histoire de l'agriculture canadienne reflète véritablement l'histoire de notre pays. Nous sommes devenus une grande nation dont nous pouvons tous être fiers.

Il y a quelques générations à peine, des centaines de milliers de personnes se sont établies dans les régions rurales du Canada. Avec presque rien, elles ont défriché la terre sur laquelle est bâtie notre industrie agricole et agroalimentaire. L'un de ces pionniers, Nelson Henderson, s'est établi près de Swan River, au Manitoba. Il a dit un jour : « Le sens véritable de la vie consiste à planter des arbres à l'ombre desquels on n'aura probablement pas le loisir de s'asseoir ». M. Henderson et tant d'autres comme lui avaient une vision de l'avenir, mais je me demande s'ils ont un jour imaginé où ces premiers pas nous mèneraient.

Même si l'industrie est extrêmement différente de ce qu'elle était à l'époque, certaines choses n'ont pas changé. À l'instar de leurs ancêtres, les agriculteurs et les agroentrepreneurs d'aujourd'hui se passionnent pour la terre qui les fait vivre et pour les aliments qu'ils produisent. Ils sont incroyablement vaillants et innovateurs. Et la formidable résilience qui caractérisait nos premiers agriculteurs s'est transmise d'une génération à l'autre.

Quelle base fantastique pour les 150 prochaines années!

Peut-être plus que jamais, le monde a besoin de l'agriculture canadienne. Songez à ceci : dans un article du magazine *The Economist*[1], on peut lire qu'au cours des 40 prochaines années, les humains devront produire plus d'aliments qu'au cours des 10 000 dernières années. Le Canada est l'un des rares pays capables de produire plus d'aliments qu'il n'en consomme. Or, cette occasion formidable s'accompagne également d'une *grande responsabilité* pour notre industrie.

Il faudra aussi surmonter des difficultés et les agriculteurs canadiens devront continuer de faire preuve de cette même résilience et de ce même esprit d'innovation, hérités des générations précédentes.

Il y a 150 ans, l'agriculture était une industrie fondamentale pour le Canada naissant. Et, malgré tous les changements que notre pays a connus depuis la Confédération, l'importance de l'agriculture reste inchangée. À quoi ressemblera l'industrie dans 150 ans? Je n'en ai pas la moindre idée. Mais je ne pourrais être plus heureux d'en faire partie maintenant.

Michael Hoffort
Président-directeur général
Financement agricole Canada

CANADA 150

1 Article « Barbarians at the Farm Gate » paru dans *The Economist* (3 janvier 2015)

De 1867 aux années 1900

Faits saillants des 150 dernières années dans le domaine de l'agriculture, du cheval à l'automatisation, en passant par la grande sécheresse des années 1930 et la culture sans labour.

Les provinces des Prairies sont divisées en cantons, en sections (640 acres) et en quarts de sections (160 acres). Les colons peuvent acquérir un quart de section au prix de 10 $ s'ils satisfont à certaines conditions.

1872

La Ferme expérimentale centrale voit le jour près d'Ottawa, en Ontario. (Depuis, la ville s'est développée tout autour.)

1886

Des agriculteurs engrangent du foin

51,2 %

des « hommes exerçant une activité rémunérée » travaillaient dans le secteur agricole.

1891

Une ferme expérimentale fédérale à Indian Head lance la variété de blé Marquis. Seager Wheeler, producteur de la région de Rosthern, remporte le premier prix pour cette innovation au New York Land Show en 1911. Cette nouvelle variété ne passe pas inaperçue dans le monde de l'agriculture.

1909

Années 1920

Introduction de nouveaux équipements.

1918

Le labourage, le passage des disques et l'ensemencement sont toujours effectués en grande partie avec l'aide de chevaux.

1919

Arrivée des premières moissonneuses-batteuses dans l'Ouest canadien (comme leur nom l'indique, ces machines effectuent le moissonnage et le battage, et elles séparent le grain de la paille).

Milieu des années 1920

Années 1920

Le fabricant **International Harvester** introduit le mécanisme usiné de prise de force directe; la prise de force constante (qui continue à rouler si l'embrayage est engagé) arrivera en 1946. Avant cette innovation, les machines étaient entraînées par contact avec le sol, possédaient un moteur indépendant ou utilisaient des courroies installées sur le tracteur.

1921

Années 1930

Sécheresse au Canada

La mécanisation des années 1920 entraîne un travail du sol intensif, et la sécheresse des années 1930 expose les sols à l'érosion. De plus, les prix du blé chutent à leurs niveaux les plus bas. Cette sécheresse donne lieu à des recherches sur les plantations brise-vent, les façons de pratiquer la jachère d'été et les cultures d'automne.

Années 1930

Arrivée sur le marché des premiers tracteurs munis de pneus en caoutchouc.

Début des années 1930

Peter Pakosh dépose une demande de brevet d'invention pour la vis à grain à Toronto.

1945

Années 1970

Exposition de bovins lors de l'Exposition nationale canadienne, à Toronto

1957

Introduction du contingent de production de poulet en Colombie-Britannique.

1961

Établissement du système de gestion de l'offre pour le secteur laitier.

1970

Création de l'Union des producteurs agricoles (UPA) du Québec, qui deviendra l'interlocutrice unique de tous les producteurs de cette province.

1974

Années 1980

20 %

Les taux d'intérêt grimpent au-dessus de 20 %, ce qui met à l'épreuve les familles d'agriculteurs.

Début des années 1980

Des années 1990 à aujourd'hui

Le semis direct et le travail de conservation du sol gagnent en popularité auprès des céréaliculteurs de l'Ouest et des producteurs de soja et de blé de l'Est. Plusieurs fabricants de la Saskatchewan, dont Conserva Pak et Bourgault, sont des chefs de file mondiaux de la conception de matériel aratoire.

Années 1990

AgLeader vend 1 500 capteurs de rendement dotés de la technologie GPS que le fondateur de la société, Al Myers, a commencé à développer en 1986. La connaissance de l'emplacement des variations de rendement à l'échelle d'un champ permet d'adopter l'apport d'intrants à doses variables ainsi que des pratiques de gestion améliorées.

1995

Lancement de la première variété de canola tolérante aux herbicides.

1995

Installation des premiers robots de traite dans une ferme de Woodstock, en Ontario.

1999

Le Québec met en place un système de contingentement de la production provinciale de sirop d'érable et représente 90 % de l'ensemble des entailles du Canada.

2004

Élimination des pouvoirs de monopole de la Commission canadienne du blé.

2012

Récolte record et rendements exceptionnels dans toutes les provinces canadiennes et pour toutes les cultures grâce aux conditions météorologiques favorables à l'échelle du pays, particulièrement dans l'Ouest.

2013

Les véhicules aériens sans pilote (ou UAV, selon l'appellation anglaise *unmanned aerial vehicles*) gagnent en popularité.

2014

Démonstration dans des salons agricoles de tracteurs autonomes destinés à la commercialisation.

2016

Provenance des photos d'archives (selon l'ordre chronologique ci-dessus) :

Ferme expérimentale (serre), Topley Studio/Bibliothèque et Archives Canada, PA-027902; Des agriculteurs engrangent du foin (1895-1910), Bartle Bros./Archives de l'Ontario, C 2-0-0-0-1753; Tracteur de ferme (avec une charrue Oliver) lors de la démonstration de tracteurs de Cobourg, en Ontario, le 18 septembre 1918, John Boyd/Bibliothèque et Archives Canada, PA-071145; Ensemencement à l'aide d'un semoir à deux rangs (1919), Reuben Sallows/Archives de l'Ontario, C 223-3-0-0-4; Percy Gallaway et une moissonneuse-batteuse, Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada/Bibliothèque et Archives Canada, R231-1156-3-E; Champ de tabac traditionnel, Leamington (Ontario), ministère de l'Intérieur du Canada/Bibliothèque et Archives Canada, PA-943210; Tempête de poussière, Archives provinciales de l'Alberta, A3742; Terre arable accumulée le long d'une route dans l'Est de la Saskatchewan, Archives provinciales de l'Alberta, A5658 (photo originale propriété de Bibliothèque et Archives Canada); RCAF 252 – Tracteur Fordson 1930 avec hachoirs, ministère de la Défense nationale du Canada/Bibliothèque et Archives Canada, PA-063584; Silo-élévateur du Saskatchewan Wheat Pool, Frank Royal/Office national du film du Canada Collection/Archives nationales du Canada, PA-159653; Leslie M. Frost, C.N.E., Toronto (Ontario), Alexandra Studio/Bibliothèque et Archives Canada, PA-052455; Un enfant ramasse des œufs pendant la période de corvées d'une heure après l'école à la ferme-école de Fairbridge, Jack Long/Office national du film du Canada, Photothèque/Bibliothèque et Archives Canada, PA195658; Tracteur autonome New Holland, gracieuseté de New Holland.

Empreint de fierté envers l'agriculture et rempli de perspectives positives mais réalistes, le magazine AgriSuccès *se voue à aider les producteurs canadiens à perfectionner leurs pratiques de gestion. Chaque numéro vise à présenter du contenu qui suscite :*

- *l'engagement;*
- *la motivation;*
- *l'innovation;*
- *des réalisations.*

Rédacteur en chef, Kevin Hursh

Photographies originales par GregHuszarPhotography.com

Il est possible de reproduire les photos et les articles de ce numéro avec notre autorisation. Pour en savoir plus, communiquez avec nous en composant le 306-780-3278.

This publication is also available in English. fcc.ca/agrisuccess.

Les rédacteurs et les journalistes de l'*AgriSuccès* tentent de fournir de l'information et des analyses exactes et utiles. Les rédacteurs et FAC ne garantissent pas la précision de l'information contenue dans ce magazine et ne sauraient être tenus responsables de toute action ou décision prise par le lecteur.

Abonnez-vous gratuitement : fac.ca/agrisucces

@FACagriculture

Financement agricole Canada

Financement agricole Canada

FACenligne

Capsule FAC

FAC*Express*

Pour recevoir gratuitement par courriel des nouvelles agricoles chaque semaine, visitez fac.ca/Express.

DANS CE NUMÉRO

2

Les cultures canadiennes font la course aux acres

Canola, blé, légumineuses, soja et maïs : évolution constante des superficies consacrées aux grandes cultures selon la demande mondiale et des facteurs économiques et agronomiques.

6

Les marchés émergents ont émergé : et maintenant, quels facteurs stimuleront les exportations?

Un essor commercial ciblé pourrait maintenant être la meilleure stratégie d'exportation.

8

Du lait au yogourt… et bien plus encore!

Tandis que la consommation de lait liquide diminue au Canada, les consommateurs achètent plus de crème, de fromage et de yogourt, ce qui crée de nouveaux débouchés.

10

AGRICULTEURS DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION

Une famille connaît la réussite en tant qu'équipe multigénérationnelle

La famille Sunderland de Paradise Valley, en Alberta, a décidé d'adopter une nouvelle approche dans son exploitation de naissage-finition, qui engraisse maintenant 35 000 porcs par année dans des enclos en plein air.

Une famille de producteurs laitiers a à cœur les générations futures

Dominic Drapeau et Célia Neault, qui ont été nommés Jeunes agriculteurs d'élite du Québec en 2016, ont des projets d'expansion ambitieux pour leur exploitation laitière.

Du canard en toute saison

L'entreprise King Cole Ducks de Newmarket, en Ontario, est issue d'une ferme de quatre générations et est construite sur le modèle d'affaires éprouvé et axé sur la satisfaction des attentes du client.

20

Les besoins en évolution des baby-boomers et de la génération Y créent des débouchés

L'arrivée de nouveaux Canadiens et l'évolution des caractéristiques démographiques des consommateurs rendent la demande alimentaire plus complexe que jamais.

22

Les consommateurs à l'échelle mondiale sont friands de bœuf et de porc canadiens

Notre réussite future sur les marchés d'exportation dépend peut-être de notre capacité à fournir des produits de grande qualité qui se démarquent.

LES CULTURES CANADIENNES **FONT LA COURSE AUX ACRES**

PAR KEVIN HURSH ET PETER GREDIG

Autrefois qualifié de culture « cendrillon », le canola est maintenant la plus grande culture en importance au Canada. Il occupe plus d'acres et affiche une plus grande valeur que toute autre céréale ou que tout autre oléagineux. Comment le canola a-t-il surpassé le blé dans un pays qui se targuait autrefois d'être le grenier du monde?

De nombreux facteurs interviennent dans le choix des cultures à semer, notamment l'adaptation de ces dernières à la région et aux pratiques agricoles, ainsi que leur intégration dans la rotation. Mais par-dessus tout, le choix des cultures par les agriculteurs repose sur la rentabilité et les considérations économiques.

Et ces dernières sont liées à la demande.

Les colons ont afflué vers les Prairies canadiennes au début des années 1900, séduits par la perspective d'acquérir gratuitement des terrains et par une politique de colonisation conçue pour répondre aux besoins en blé de la Grande-Bretagne. Roi des cultures pendant des décennies, le blé demeure aujourd'hui une culture de premier plan.

Qui aurait cru, au début des années 1970 (époque où des scientifiques canadiens ont mis au point le canola à partir du colza), que cette nouvelle culture finirait par surpasser le blé et entraînerait une révolution en agriculture dans l'Ouest canadien?

La superficie de canola récoltée a dépassé 10 millions d'acres pour la première fois en 1993. Sont ensuite apparus les variétés génétiquement modifiées et résistantes aux herbicides, puis les hybrides et le canola destiné à la production d'huiles de spécialité. Au cours des cinq dernières années, environ 20 millions d'acres ont été récoltés.

Le rendement moyen a dépassé 30 boisseaux l'acre pour la première fois en 2005. Aujourd'hui, les rendements moyens oscillent habituellement entre 35 et 40 boisseaux l'acre, et le Conseil canadien du canola (CCC) vise un ambitieux rendement moyen de 52 boisseaux l'acre d'ici 2025.

De nombreux facteurs interviennent dans le choix des cultures à semer, notamment l'adaptation de ces dernières à la région et aux pratiques agricoles, ainsi que leur intégration dans la rotation. Mais par-dessus tout, le choix des cultures par les agriculteurs repose sur la rentabilité et les considérations économiques.

La demande mondiale de graines de canola est vigoureuse, et le canola est concurrentiel par rapport au soja. L'industrie nationale de la trituration, qui est dynamique et en pleine croissance, contribue à la vigueur des prix et à la stabilité de la demande. Le site Web du CCC fait état de 14 grandes usines de trituration du canola au Canada, dont deux en Ontario et une au Québec.

Près de la moitié du canola canadien est broyée ici même, et la plus grande partie de l'huile et du tourteau qui en découlent est expédiée aux États-Unis.

Brian Innes, vice-président des relations avec le gouvernement du CCC, souligne que la production de biodiésel est aussi devenue une activité importante, citant un rapport récent du département de l'Agriculture des États-Unis (USDA) selon lequel la production devrait atteindre 400 millions de litres en 2016 et 550 millions de litres en 2017.

« La matière première principale qui est utilisée dans la production de biodiésel au Canada est l'huile de canola, mentionne M. Innes, et la plus grosse usine de biodiésel est l'usine ADM de Lloydminster, en Alberta. »

Le canola peut-il demeurer en tête?

Tout comme le canola a détrôné le blé, d'autres aspirants au titre sont susceptibles de ravir des acres au canola au cours des prochaines années. À son tour, le canola pourrait bien céder la place aux légumineuses.

Le Canada compte maintenant pour environ 35 % des échanges commerciaux internationaux de légumineuses et est le premier exportateur de pois et de lentilles au monde. En 2015, le Canada a exporté 6 millions de tonnes de légumineuses évaluées à plus de 4,2 milliards de dollars.

Capables de fixer leur propre azote, les légumineuses sont des championnes de la durabilité, et les consommateurs nord-américains sont en train de découvrir leurs propriétés nutritionnelles; de ce fait, ils en consomment de plus en plus. Toutefois, la demande importante de l'Inde et de la Chine est la raison principale expliquant la hausse marquée de la production canadienne.

Qu'en est-il du soja et du maïs?

Le soja, qui est depuis longtemps une culture incontournable de l'Ontario, a gagné beaucoup de terrain dans l'Ouest canadien, en particulier au Manitoba. Grâce à des variétés qui nécessitent moins de degrés-jours de croissance et qui viennent à maturité plus rapidement, la superficie consacrée au soja au Manitoba a explosé et atteint aujourd'hui 1,6 million d'acres, ce qui en fait la troisième culture en importance dans cette province, après le canola et le blé.

Les grandes entreprises de semences font le pari que la superficie consacrée au soja dans l'Ouest canadien augmentera de plusieurs millions

« Tous les groupements de producteurs spécialisés croient qu'ils remporteront la course aux acres. »

d'acres. Elles croient aussi que le maïs gagnera des millions d'acres, faisant valoir que lorsqu'on pourra compter sur de nouvelles variétés à rendement élevé et nécessitant moins de degrés-jours de croissance, le maïs deviendra plus lucratif que d'autres cultures.

C'est ce qui s'est passé dans d'autres régions, dont le Dakota du Nord, mais Chuck Penner, analyste de marchés de longue date du cabinet Leftfield Commodity Research, n'est pas convaincu que cela sera le cas ici.

« Tous les groupements de producteurs spécialisés croient qu'ils remporteront la course aux acres », souligne M. Penner. Selon lui, la production massive de maïs et de soja à l'échelle mondiale explique la faiblesse fréquente des prix. Les producteurs canadiens voudront-ils entrer en concurrence sur ces marchés de grand volume, ou opteront-ils pour des cultures plus spécialisées et de plus grande valeur?

En 1990, souligne M. Penner, un tiers de la superficie de l'Ouest canadien demeurait en jachère chaque année. Comme la jachère d'été a presque été abandonnée, il n'y a pas de terres en réserve qui peuvent être mises en production. Ainsi, si la superficie consacrée à une culture augmente, la superficie consacrée à une autre culture doit forcément diminuer.

Mêmes cultures, marchés différents dans les provinces du centre du pays

Le climat et les terres propices dans les régions productives de l'Ontario et du Québec se traduisent par une grande diversité de cultures. Ginseng, pois de transformation, maïs sucré, fruits tendres, vignes, haricots secs pour consommation humaine : les possibilités sont vastes. Et même s'il y a de nombreux exemples de cultures créneaux et de cultures en petite surface qui connaissent du succès, les trois grandes cultures des provinces centrales demeurent le maïs, le soja et le blé.

En Ontario, ces trois cultures couvrent de 5 à 6 millions d'acres, et de nombreux producteurs s'en tiennent à une rotation maïs-soja-blé dans la mesure du possible. De 2005 à 2015, la superficie consacrée au maïs en Ontario s'est située entre 1,5 million et un peu plus de 2 millions d'acres, celle consacrée au soja, entre un peu plus de 2 millions et un peu plus de 3 millions d'acres et celle consacrée au blé, beaucoup plus incertaine, entre 600 000 acres et plus de 1,2 million d'acres.

Au Québec, le blé est un facteur moins important parce que le marché fourrager soutient une demande en maïs et en soja. La superficie consacrée au maïs varie de 872 000 à 1,1 million d'acres, et la superficie consacrée au soja, de 657 000 à 852 000 acres.

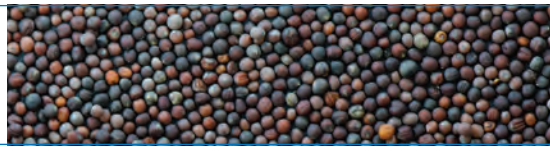
Ces superficies sont petites comparativement à celles des provinces de l'Ouest et semblent insignifiantes en regard du nombre d'acres ensemencés l'an dernier aux États-Unis (plus de 90 millions pour le maïs et au-dessus de 80 millions pour le soja).

Si la superficie de blé diminue et que les superficies de maïs ou de soja augmentent, cela s'explique habituellement par des conditions humides à l'automne qui empêchent les producteurs de semer le blé d'hiver à temps, souligne Todd Austin, directeur du marketing de l'association Grain Farmers of Ontario. « Les superficies consacrées aux grandes cultures tendent à demeurer assez stables », fait-il observer.

Si les cultures principales et les superficies cultivées n'ont pas changé de manière importante, les gains de productivité réalisés au cours des 10 dernières années ont été considérables. Il n'y a pas si longtemps, des rendements par acre de 200 boisseaux dans le cas du maïs, de plus de 50 boisseaux dans le cas du soja, et de 100 boisseaux dans le cas du blé tendre rouge d'hiver, auraient été des rendements records pour de nombreux producteurs. Aujourd'hui, ce sont des objectifs de rendement raisonnables, et beaucoup de producteurs visent bien plus que cela.

FAIT SAILLANT

De 1965 à 2002, le rendement en canola a augmenté en moyenne de 0,18 boisseau par acre, par année; de 2003 à 2015, la croissance moyenne du rendement a grimpé à 1,3 boisseau par acre, par année.



Quelle est la destination de l'excédent de production?

La diversité de la demande est indispensable pour les producteurs. « Dans le cas du maïs, en l'absence de l'industrie de l'éthanol et d'autres utilisateurs industriels comme les fabricants d'édulcorant à base de maïs, nous serions aux prises avec un énorme excédent », dit M. Austin.

Dans le cas du soja, jusqu'à un tiers de la production de l'est provient des systèmes de production à identité préservée (IP). Ces variétés de soja non modifiées génétiquement sont produites à forfait pour la fabrication de produits comme le lait de soja et le tofu, et rapportent une prime qui varie d'année en année.

« Nos producteurs sont réputés pour le soin avec lequel ils séparent les variétés IP des variétés destinées à la trituration et s'efforcent de satisfaire aux normes élevées des utilisateurs finaux », fait valoir M. Austin. Les États-Unis et l'Amérique du Sud dominent le marché du soja, et la Chine achète jusqu'à deux tiers de la production mondiale.

La demande de blé de l'est se répartit à peu près également entre les meuneries nationales, les marchés canadiens de l'alimentation animale et des semences et les meuneries des États-Unis. « Nous sommes une région qui produit un petit volume de blé, mais nous cherchons toujours à élargir nos marchés à mesure que les barrières commerciales tombent », ajoute M. Austin.

Marchés des produits de base ou marchés spécialisés?

Parmi les facteurs dont les céréaliculteurs devront continuer à tenir compte à court terme, on trouve la demande du secteur de l'éthanol, et ce, afin de satisfaire aux exigences du gouvernement fédéral concernant la teneur en éthanol dans l'essence. « Il est difficile de formuler des prévisions à long terme sur les marchés énergétiques parce qu'ils sont moins déterminés par l'offre et la demande que par les politiques gouvernementales », dit M. Austin. Il indique aussi qu'un taux de change favorable devrait continuer à soutenir les prix au comptant locaux et à stimuler les exportations.

À long terme, M. Austin prévoit que la demande potentielle de maïs, de soja et de blé de l'est proviendra de moins en moins du marché des produits de base et sera plus étroitement liée à la fabrication de produits spécialisés ou d'ingrédients.

« Le soja IP est un bon exemple de valeur ajoutée qui transcende les prix des produits de base; nous pourrions faire de même pour toutes les cultures. Il semble que les entreprises de transformation des aliments tiennent compte des exigences des consommateurs relatives à la salubrité accrue des aliments, aux avantages perçus pour la santé et l'environnement, et aux pratiques de production durable. Les producteurs canadiens devraient se préparer en conséquence. »

Les débouchés créés par la production d'éthanol, les utilisations industrielles et les cultures IP se traduisent par un accroissement marqué de l'entreposage à la ferme, ce qui permet aux participants de participer à la « livraison juste à temps » qui caractérise ces marchés. Cette capacité d'entreposage leur donne aussi la capacité de participer aux systèmes de production spécialisée.

Enfin, les nouvelles techniques de modification génétique sont très prometteuses et pourraient donner lieu à des caractères de production qui présenteront des avantages pour les consommateurs de produits alimentaires. Il reste à voir dans quelle mesure ou à quel rythme cette technologie aura une incidence sur la production de maïs, de soja et de blé dans les provinces du Centre du Canada, mais il est possible que nous assistions à l'arrivée de variétés très différentes de ces cultures au cours des prochaines années. ■

***KEVIN HURSH, RÉDACTEUR** / Kevin est agronome-conseil, journaliste et rédacteur en chef. Il vit à Saskatoon, en Saskatchewan. Il exploite aussi une ferme céréalière près de Cabri, en Saskatchewan, et produit un large éventail de cultures.* **hursh.ca** *(en anglais seulement)*

Suivez Kevin : **@kevinhursh1**

***PETER GREDIG** / Fort de son expérience en communications agricoles, Peter est un associé de la société de développement d'applications mobiles AgNition Inc. Il est également producteur agricole dans la région de London, en Ontario.*

Suivez Peter : **@agwag**

FACTEURS À SURVEILLER

Avantage concurrentiel :
La production de légumineuses a nettement augmenté dans l'Ouest canadien, et ce, aux dépens d'autres pays, comme la Turquie. Pour ce qui est de l'avoine, notre avantage concurrentiel réside dans la proximité du marché des États-Unis.

Changements politiques majeurs :
Il y a 40 ans, l'ancienne Union soviétique était le premier importateur de blé; aujourd'hui, la Russie est l'un des principaux exportateurs de blé au monde.

Préférences des consommateurs :
Lorsque les consommateurs décident de renoncer à des aliments qui contiennent du gluten, cela a une incidence sur la demande de blé. Lorsque la consommation de bières artisanales augmente, la demande d'orge brassicole augmente.

Problèmes de récolte :
Si les producteurs se heurtent à d'importants problèmes de production, comme des maladies ou des dommages causés par le gel, leur envie de passer à d'autres cultures augmente.

Politique sur les biocarburants :
La production d'éthanol aux États-Unis a créé un nouveau marché immense pour le maïs. Les stratégies politiques qui seront adoptées aux États-Unis et au Canada auront une incidence sur la demande future.

Les marchés émergents ont émergé :

Et maintenant, quels facteurs stimuleront les exportations?

PAR OWEN ROBERTS

« Ne parlons pas de la Chine comme d'une économie émergente. C'est une économie qui a déjà émergé, et les Chinois ont les moyens d'acheter des produits canadiens de haute qualité. »

Les curiosités alimentaires sont une tradition à l'Exposition nationale canadienne, et l'édition 2016 n'a pas fait exception. Les mets qui ont attiré les foules les plus nombreuses étaient « grouillants » de protéines : tacos de grillons, boissons fouettées aux coléoptères, et tarte croustillante à la lime et aux grillons du Bug Bistro. On pouvait croire qu'il s'agissait d'un stratagème, mais derrière ces plats se trouvait un facteur clé de la production alimentaire moderne : la demande de sources de protéines de substitution. Et bien qu'ils soient peu ragoûtants, les insectes sont une excellente source de protéines naturelles.

Les agriculteurs canadiens sont portés à consacrer beaucoup plus d'énergie à lutter et à pester contre les insectes qu'à faire l'éloge de leur teneur protéique. Et cela risque peu de changer. Toutefois, en dehors du milieu agricole, l'histoire montre que les choix en matière de protéines évoluent. Par exemple, à mesure que de nouvelles économies émergent, les consommateurs ont tendance à troquer les protéines végétales pour des protéines animales.

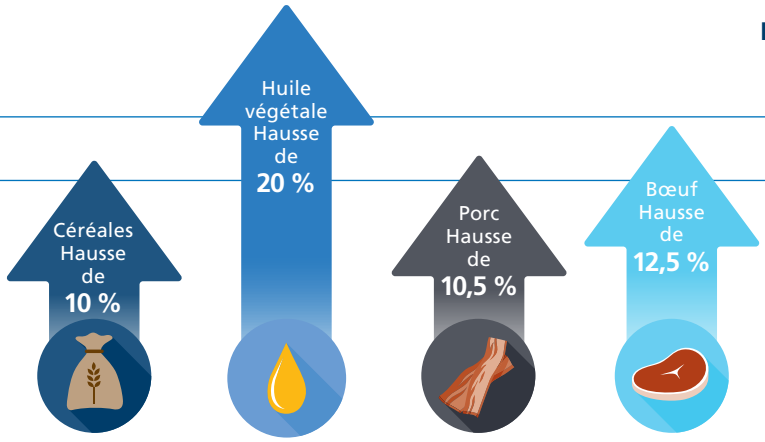
Le secteur canadien de l'élevage, qui est soutenu par une abondance relative de terres, d'aliments pour animaux et de ressources naturelles, tire parti de ce facteur économique. La demande de protéines animales devrait s'accroître à mesure que les sociétés s'enrichiront. Pour le Canada, il s'agit d'un moteur économique solide et fiable.

D'autres facteurs font les manchettes de façon plus remarquée. Par exemple, les accords commerciaux internationaux comme le Partenariat transpacifique sont des cibles publiques faciles pour les politiciens à l'étranger et font ressortir une opposition généralisée à la mondialisation, et ce, même lorsque ces accords semblent ancrés dans notre culture, comme l'Accord de libre-échange nord-américain. Certains accords politiques peuvent être renégociés à l'occasion.

Cette volatilité suscite un malaise chez Jean-Philippe Gervais, vice-président et économiste agricole en chef à Financement agricole Canada. Il se demande si on ne devrait pas consacrer plus d'énergie à l'établissement de relations commerciales en ciblant un ou deux pays – voire certaines villes particulièrement peuplées – plutôt qu'essayer de conclure des accords avec plusieurs pays à la fois.

FAIT SAILLANT

TENDANCES DE CONSOMMATION À L'ÉCHELLE MONDIALE D'ICI 2025



Source : OECD/FAO

« Une intensification des échanges commerciaux ciblée permettrait aux exportateurs canadiens de se concentrer sur les caractéristiques que les acheteurs recherchent véritablement chez un fournisseur, dit-il. Après tout, les préférences alimentaires sont très variées, même à l'intérieur d'un pays donné. »

Des relations commerciales ciblées, ajoute M. Gervais, créeraient des possibilités d'exportation plus prévisibles et probablement tout aussi lucratives à long terme. Dans cette optique, la Chine vient immédiatement à l'esprit.

Quarante villes en Chine comptent plus d'un million d'habitants. Selon le McKinsey Global Institute de New York, qui s'intéresse de près à la Chine, la dynamique des populations et la prospérité croissante des villes de l'arrière-pays sont des éléments clés de toute discussion économique. M. Gervais abonde dans ce sens.

« Ne parlons pas de la Chine comme d'une économie émergente, dit-il. C'est une économie qui a déjà émergé, et les Chinois ont les moyens d'acheter des produits canadiens de haute qualité. »

Le McKinsey Global Institute et d'autres organismes s'intéressent tout particulièrement aux consommateurs « de la deuxième génération » (G2) en Chine. Ce groupe désigne les consommateurs qui, aujourd'hui, sont à l'adolescence ou au début de la vingtaine, grandissent dans une époque de relative abondance et sont influencés par la culture occidentale.

Le secteur alimentaire canadien sait assurément comment répondre aux goûts du monde occidental. Toutefois, les consommateurs G2 en Chine sont comme les jeunes des autres continents qui participent à des campagnes et à des mouvements ciblant l'agriculture moderne, comme les campagnes anti-technologie et les mouvements en faveur des aliments sans OGM. Ils réclament une alimentation qu'ils considèrent comme plus nutritive et mieux équilibrée.

Selon le professeur Evan Fraser, directeur de l'Institut des aliments de l'Université de Guelph, cet impératif nutritionnel et alimentaire va stimuler la demande et les exportations partout sur la planète.

« Les gens sont de plus en plus sensibilisés et enclins à choisir une alimentation qui correspond à leur définition de nutrition et d'équilibre, fait-il valoir. Cela rend aussi l'éducation au sujet de l'alimentation plus importante que jamais. »

M. Fraser, qui est l'un des dix principaux chercheurs participant à un nouveau projet de recherche de 77 millions de dollars sur l'agriculture durable intitulé Alimentation réfléchie, mené à l'Université de Guelph, préconise le changement. Il recommande entre autres une réorientation majeure de la production, qui serait davantage axée sur les fruits et les légumes, et sur les produits riches en protéines comme les légumineuses.

M. Fraser et son équipe de recherche indiquent qu'à l'heure actuelle, sur le plan des calories, le sucre représente environ un quart de tous les aliments produits à l'échelle mondiale – rappelons que l'apport quotidien recommandé en sucre est de moins de 5 %. En outre, il se produit deux fois plus de céréales et trois fois plus d'huiles végétales que la quantité recommandée pour une alimentation saine. Parallèlement, la production de fruits et de légumes correspond à seulement un cinquième de la consommation recommandée.

« La correction de ce déséquilibre est peut-être la stratégie la plus logique qu'on puisse adopter pour fournir, de façon équitable, des aliments nutritifs à une population mondiale de neuf milliards d'habitants », estime M. Fraser.

Mme Zenia Tata, établie au Colorado et directrice générale du développement international pour le compte de l'organisation XPrize, qui gère des concours encourageant la recherche de solutions à des problèmes mondiaux tenaces ou difficiles, comme la faim et les émissions de carbone, applaudit le point de vue de M. Fraser.

Elle estime que la créativité des acteurs sur le terrain, soit les chercheurs et responsables du développement spécialisés en phytologie ainsi que les producteurs de végétaux, influencera grandement la demande d'aliments canadiens à l'étranger. Aux yeux de Mme Tata, il s'agit d'améliorer la valeur nutritionnelle des productions végétales et animales, de manière à fournir les protéines et les acides aminés nécessaires à une bonne santé.

« Le Canada possède des terres et de l'eau en abondance, souligne Mme Tata. Le défi pour les agriculteurs canadiens est d'utiliser ces ressources afin d'apaiser la faim, mais de le faire de manière saine. C'est ce dont les gens ont besoin, et le Canada peut y parvenir. » ■

OWEN ROBERTS / Owen enseigne les communications agricoles au Collège d'agriculture de l'Ontario (OAC) de l'Université de Guelph, où il est directeur de la diffusion de la recherche. Il est aussi journaliste pigiste.

Suivez Owen : **@TheUrbanCowboy**

DU LAIT AU YOGOURT… et bien plus encore

PAR LILIAN SCHAER

Lorsqu'on examine les préférences des Canadiens en matière de produits laitiers, on constate que plus ça change, plus c'est pareil. Par exemple, les matières grasses ont à nouveau la cote.

Il en résulte un regain de popularité pour la crème, longtemps boudée par les consommateurs au profit de produits faibles en gras ou sans matières grasses, un accroissement marqué de la consommation de fromage et un essor fulgurant du yogourt, qui se décline aujourd'hui en une multitude de sortes et de marques au comptoir des produits laitiers.

« Les consommateurs sont à nouveau attirés par les boissons plus riches en gras et les sauces à base de crème. Par exemple, ils utilisent de la crème à 18 % de matières grasses plutôt qu'à 10 % pour leur café », illustre Al Mussell, chercheur principal de la société Agri-Food Economic Systems de Guelph.

Ce regain d'intérêt peut s'expliquer par l'évolution des croyances au sujet de ce qui constitue une alimentation saine, soit un équilibre entre les groupes alimentaires plutôt que l'exclusion de certains groupes, et par un désir de simplicité dans un environnement alimentaire de plus en plus complexe.

« Les aliments et les ingrédients naturels comme la crème et le beurre suscitent un enthousiasme qui entraîne une recrudescence de l'expérimentation culinaire, explique Michael Barrett, président-directeur général de Gay Lea Foods Co-operative Ltd., grande entreprise canadienne de transformation des produits laitiers. Parallèlement, les goûts de plus en plus raffinés des consommateurs stimulent la demande d'innovation dans le développement des produits. »

M. Barrett ajoute que le lait est aussi considéré comme une source d'ingrédients sains, car ses divers composants peuvent servir d'additifs dans d'autres produits.

Selon Hennie Bos, producteur laitier et transformateur de yogourt de l'Alberta,

« Les aliments et les ingrédients naturels comme la crème et le beurre suscitent un enthousiasme qui entraîne une recrudescence de l'expérimentation culinaire. »

de façon générale, l'évolution de la demande a entraîné la nécessité d'accroître la production, ce qui constitue une bonne nouvelle pour les producteurs. « L'année dernière, la production de lait au Canada a été supérieure de 5 % à celle de l'année précédente, ce qui est du jamais vu. L'éventail de produits offerts ne cesse d'augmenter, tout comme la consommation des Canadiens, ce qui est réjouissant pour un producteur comme moi », affirme-t-il.

Selon Brian Van Doormaal, directeur général du Réseau laitier canadien, la production canadienne de lait est assez stable depuis les deux dernières décennies. L'élément qui a changé est le nombre d'exploitations et de vaches, ce qui s'explique en grande partie par les innovations dans des domaines comme la génétique et les techniques de traite.

« Le milieu agricole est animé par un esprit d'innovation qui permet aux producteurs d'accroître la production de matière grasse et de lait, par exemple en utilisant des systèmes de traite volontaire. La production par vache augmente lorsque les vaches peuvent se faire traire comme bon leur semble », explique Wally Smith, producteur laitier de la Colombie-Britannique et président des Producteurs laitiers du Canada.

Les progrès réalisés au chapitre de la génétique sont phénoménaux. La production par vache par année a doublé depuis les années 1960, et plus de 75 % de cette augmentation chez les vaches de race holstein résulte directement de la génétique, souligne M. Van Doormaal.

« Le niveau de production actuel est 50 % supérieur à celui d'il y a à peine 25 ans. La moyenne est passée de 7 000 litres par vache par année à 10 000 litres », ajoute-t-il.

Toutefois, la véritable révolution dans le domaine de la génétique depuis 2008 est la génomique, c'est-à-dire l'évaluation de l'ADN d'un animal pour estimer sa valeur génétique. Non seulement le taux annuel de progrès génétiques chez la vache holstein a-t-il doublé, mais la génomique permet aussi de sélectionner des caractères dits « fonctionnels », comme la longévité, la fertilité et la résistance aux maladies, caractères qu'on ne pouvait sélectionner avec précision auparavant.

Pour les transformateurs offrant des produits-créneaux comme l'entreprise de Hennie Bos, Bles-Wold Yogurt, le changement est synonyme de débouchés. À ses débuts, en 1996, l'entreprise offrait des yogourts nature et quelques saveurs; aujourd'hui, elle fabrique une vaste gamme de yogourts, dont des yogourts à boire et le très populaire yogourt grec.

« Il n'y a jamais eu de période aussi favorable que celle-ci pour être producteur laitier, estime M. Smith. La capacité de produire plus de lait avec moins de vaches réduit notre empreinte carbone à titre d'industrie. Cela fait du secteur laitier une industrie très durable, et nous pouvons l'affirmer avec fierté. »

Le grand défi à l'heure actuelle, selon les acteurs de l'industrie, est de composer avec l'excédent de lait écrémé qui résulte de l'essor du marché des matières grasses butyriques. L'infrastructure existante de séchage du lait écrémé au Canada a atteint sa pleine capacité, et les produits provenant du Canada ne sont pas concurrentiels par rapport aux importations croissantes.

Une solution pourrait résider dans la nouvelle stratégie nationale des ingrédients, annoncée en juillet par les Producteurs laitiers du Canada et les associations canadiennes de transformateurs laitiers; de plus amples renseignements seront communiqués après le processus de ratification. ■

***LILIAN SCHAER** / Auteure et rédactrice professionnelle, Lilian vit près de Guelph, en Ontario. Elle offre des services de communication à la pige à l'ensemble de l'industrie agricole.*
AgriFoodProjects.ca *(en anglais seulement)*

Suivez Lilian : **@foodandfarming**

Production laitière au Canada

1960 : près de 175 000 fermes et environ 2,7 millions de vaches laitières

2016 : 11 683 fermes et 959 600 vaches laitières

Consommation de lait
de 103 litres par habitant en 1980 à un peu plus de 70 litres en 2015 avec une diminution marquée de la consommation de lait entier au profit du lait faible en gras et du lait écrémé

Consommation de crème
de 5 litres par personne en 1988 jusqu'à 10,03 litres en 2014

Consommation de yogourt
a plus que triplé de 1996 à 2015

Consommation de fromage
a augmenté de presque deux kilogrammes par personne de 1996 à 2015

UNE FAMILLE CONNAÎT LA RÉUSSITE EN TANT QU'ÉQUIPE MULTIGÉNÉRATIONNELLE

PAR LORNE MCCLINTON

Photos offertes gracieusement par Karla Sunderland

Cinq générations de la famille Sunderland ont pratiqué l'agriculture dans cette région depuis que le grand-père de Dale, Edeth, s'y est établi en provenance de la Saskatchewan, en 1951.

L'agriculture au Canada est une industrie dynamique qui évolue rapidement, et les exploitations les plus prospères seront celles qui sauront le mieux s'adapter. Les installations doivent faire l'objet d'évaluations fréquentes et il faut parfois les remplacer, mais celles qui ne sont plus à la fine pointe de la technologie ne doivent pas forcément prendre le chemin des poubelles. Lorsque la famille Sunderland de Paradise Valley, en Alberta, a commencé à manquer d'espace dans ses porcheries de finition, elle a utilisé son imagination pour trouver une nouvelle stratégie pour son exploitation de naissage-engraissage.

« Nous avions deux vieilles porcheries et quelques enclos extérieurs datant de plusieurs années, alors nous avons décidé de tenter l'élevage en plein air pour remédier à notre problème d'espace, explique Dale Sunderland. En un rien de temps, l'entreprise Britco Pork de Langley, en Colombie-Britannique (une division de Donald's Fine Foods), nous a demandé de réfléchir à la possibilité de nouer un partenariat pour offrir du porc élevé en plein air aux consommateurs et partager les profits. Notre porc a donc évolué, et continue à ce jour, selon les exigences du marché et il est aujourd'hui vendu aux particuliers et à des restaurants haut de gamme sous l'appellation Paradise Valley Free Range Pork. »

Chaque année, les Sunderland engraissent 35 000 porcs en plein air dans des enclos extérieurs. Les truies sont gardées à l'intérieur et mettent bas dans des porcheries ordinaires, et les porcelets vont à l'extérieur dès qu'ils sont sevrés. Dale indique que cette méthode d'élevage exige un peu plus de main-d'œuvre que l'élevage en porcherie de finition, parce que la litière de paille doit être changée plus souvent.

Les porcs logent dans des abris constitués de ballots de paille où ils peuvent dormir au chaud par temps très froid l'hiver et ont accès à des mares de boue pour se protéger contre les coups de soleil l'été, explique Dale.

Les nombreuses entreprises de la famille comprennent l'élevage porcin, 20 000 acres de grains et d'oléagineux et une exploitation vache-veau.

« Notre exploitation satisfait aux critères d'élevage en plein air que beaucoup de gens recherchent, poursuit Dale. Ils croissent très bien et nous pensons que leur viande a meilleur goût et est un peu plus ferme que celle qui provient des porcs élevés en porcherie. »

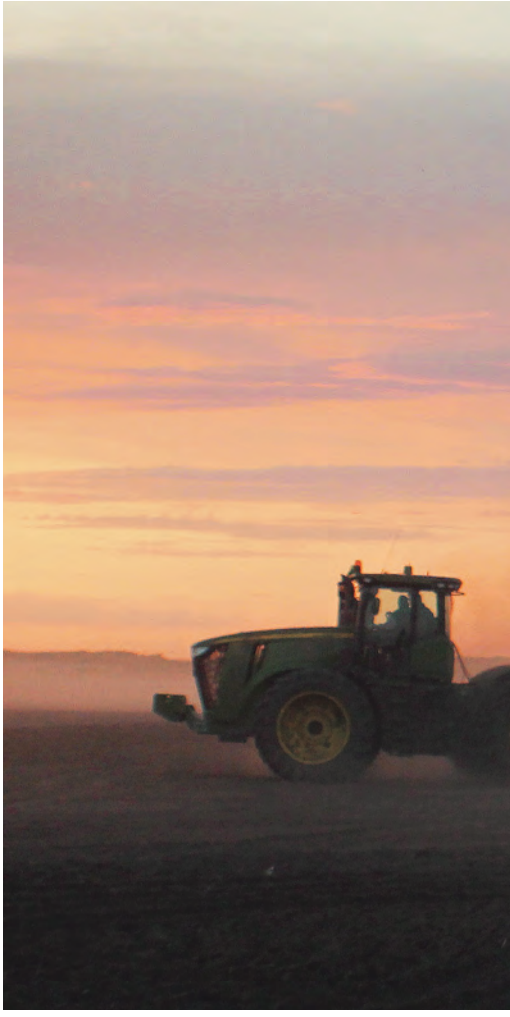
Cinq générations de la famille Sunderland ont pratiqué l'agriculture dans cette région depuis que le grand-père de Dale, Edeth, s'y est établi en provenance de la Saskatchewan, en 1951. Dale et son frère Delmer, ainsi que leurs conjointes, leurs enfants, leurs petits-enfants et leurs parents, Myron et Donna, participent activement à l'exploitation. C'est une véritable ferme multigénérationnelle.

Les nombreuses entreprises de la famille comprennent l'élevage porcin, 20 000 acres de grains et d'oléagineux et une exploitation vache-veau. Compte tenu de l'éventail d'activités et du très grand nombre de membres de la famille qui y participent, les Sunderland ont pris grand soin d'adopter un plan de propriété et de gestion qui soit assez souple pour manier cette complexité.

Sunderland Hog Farm Partnership est l'entité qui exerce le contrôle. Les sociétés contrôlées, qui constituent le partenariat, demeurent la propriété de chaque membre de la famille individuel. Les enfants de Dale et leurs conjointes participent aux bénéfices du partenariat par le truchement de la société qui lui appartient.

Souvent, des frères qui pratiquent l'agriculture ensemble veulent voler de leurs propres ailes un beau jour, mais les Sunderland se sont rendu compte que le fait de travailler ensemble leur permet de maximiser l'efficacité. « Jusqu'à présent, les avantages ont dépassé les inconvénients, et de loin. Nous participons tous aux bénéfices, et nous partageons tous le risque. Donc peu importe que nous moissonnions du canola sur ma terre ou du blé sur la terre de mon frère en premier, dit Dale, parce qu'en fin de compte, nous partageons tout. »

« Chacun a beaucoup de concessions à faire, poursuit-il. Si un membre de la famille a vraiment l'impression qu'il faut prendre une direction donnée, la plupart des autres le suivent. Bien entendu, nous avons un accord écrit qui prévoit un mode de règlement des conflits et des différends si nous n'arrivons pas à nous entendre, mais jusqu'à maintenant, ça n'a jamais été un problème. Nous sommes convaincus que nous serons capables de travailler ensemble et d'affronter l'avenir dans un esprit d'équipe. » ■



Photos offertes gracieusement par Karla Sunderland

« Chacun a beaucoup de concessions à faire. Nous sommes convaincus que nous serons capables de travailler ensemble et d'affronter l'avenir dans un esprit d'équipe. »

Une famille de producteurs laitiers a à cœur les générations futures

PAR LORNE MCCLINTON

Dominic Drapeau et Célia Neault dirigent une ferme laitière de premier plan, la Ferme Drapeau et Bélanger, près de Sainte-Françoise-de-Lotbinière, dans la région du Centre-du-Québec. Nommés Jeunes agriculteurs d'élite du Québec en 2016, ils sont au centre d'une véritable histoire de réussite multigénérationnelle.

Cette ferme n'aurait peut-être jamais vu le jour si le grand-père de Dominic, Marcel Drapeau, n'avait pas été sujet au mal de mer. Après avoir terminé sa formation de deux ans en agriculture dans les années 1950, Marcel a travaillé sur un bateau, mais les nausées qui

« Mon grand-père et mes parents ont pensé aux générations futures lorsqu'ils ont construit cette ferme. »

l'affligeaient chaque fois que la mer était trop agitée l'ont vite convaincu que la carrière de matelot n'était pas faite pour lui. Il est donc revenu à la ferme de subsistance de son père pour s'initier à la production laitière.

« Mon grand-père a travaillé dur, affirme Dominic. Il a lentement constitué un troupeau de vaches laitières à mesure qu'il défrichait la forêt pour y établir sa ferme. En 1980, lui et son associé possédaient 120 vaches laitières. » Au cours de la même année, le troupeau a été réduit à 80 vaches laitières, puis à 40 vaches taries, explique-t-il, parce que l'associé de son grand-père a mis fin à l'association et a emporté ses animaux avec lui. « Mes parents se sont alors joints à l'entreprise et, tournés vers l'avenir, nous n'avons jamais regardé en arrière. »

Les parents et le grand-père de Dominic ont progressivement agrandi le troupeau, et c'est ainsi qu'au milieu des années 1990, époque où Dominic a intégré l'exploitation, le troupeau comptait 150 vaches laitières. La ferme réunissait donc trois générations; Marcel a détenu une participation dans l'entreprise jusqu'à l'année dernière, où il a fêté ses 85 ans, et il continue d'aller aux étables chaque jour.

La ferme connaît une croissance très dynamique depuis 2001. Elle est passée d'un quota de 142 kilogrammes à un quota de 700 kilogrammes. Elle compte aujourd'hui 550 vaches qui sont traites trois fois par jour et se compose d'une salle de traite rotative de 36 stalles qui est annexée à une étable à stabulation libre d'une capacité de 700 vaches. La production est passée de 8 295 litres à 11 136 litres par vache, par année.

« Mon grand-père et mes parents ont pensé aux générations futures lorsqu'ils ont construit cette ferme, fait valoir Dominic. Depuis trois générations, nous cédons nos actions dans l'entreprise à la génération suivante au lieu de les vendre. En contrepartie, nous nous engageons à prendre soin de la génération âgée à l'heure de la retraite. »

« Par exemple, nous fournissons à mon grand-père un véhicule et un toit, et nous continuons à lui verser un salaire pour assurer sa sécurité financière. Cette façon de faire libère tout le capital dont nous aurions eu besoin pour racheter sa participation et nous procure un effet de levier nous permettant d'investir dans des éléments offrant un bon rendement, comme le quota, la terre et les bâtiments. C'est un geste extraordinaire des générations qui nous ont précédés. »

Il n'est pas toujours facile pour trois générations d'une même famille ainsi que leurs associés de travailler ensemble, concède Dominic. Dans leur cas, ils entretiennent des rapports harmonieux, y compris avec leurs employés, en observant des valeurs d'honnêteté et de respect.

« Nous envisageons l'avenir de notre exploitation avec positivisme et enthousiasme, conclut Dominic. Nous savons que chaque génération sera confrontée à ses propres défis, mais nous avons le sentiment d'être bien placés pour réussir. Nous avons passé les 15 dernières années à jeter les bases qui nous permettront de continuer à prendre de l'expansion à un rythme de 10 à 15 % par année. Actuellement, nous déployons les efforts nécessaires pour satisfaire à toutes les exigences environnementales afin de voir notre troupeau atteindre 1 600 vaches d'ici les 20 prochaines années. » ■

Du canard en toute saison

PAR LORNE MCCLINTON

Vous avez envie d'un canard à l'orange pour souper ce soir? L'entreprise King Cole Ducks (KCD) de Newmarket, en Ontario, sera heureuse de vous en vendre un précuit, prêt-à-manger en seulement 15 minutes. Vous préférez concocter vous-même la recette de votre grand-mère? Dans ce cas, KCD se fera un plaisir de vous vendre un canard frais. Vous avez besoin de poitrines de canard, de brochettes de canard, de canard effiloché précuit, d'un confit de canard traditionnel à la française ou de tout autre produit du canard pour le festin que vous organisez? KCD a ce qu'il vous faut. Issue d'une ferme de quatre générations, cette entreprise œuvrant dans le secteur du canard et entièrement intégrée est construite selon le modèle d'affaires éprouvé axé sur la satisfaction de la clientèle.

Initialement, King Cole Ducks était une petite ferme familiale diversifiée, détenue et exploitée par Jim et Marg Murby, explique Debbi Conzelmann, leur petite-fille et la directrice générale de l'entreprise. Ils vendaient des poulets, des canards, des dindons et des porcs au marché fermier de North York. Constatant qu'ils écoulaient toujours leurs canards, ils ont pris la décision capitale de rationaliser l'exploitation et de se spécialiser dans cette production. Jim et Marg, ainsi que leur fils Bob, ont officiellement lancé KCD en 1951.

« Nous vendons du canard frais et du canard surgelé sur les marchés du prêt-à-cuire et du prêt-à-manger, fait valoir Debbi. L'industrie du canard est un petit marché à créneaux. Nous misons donc sur la diversification afin d'avoir une marge de manœuvre en cas de fluctuation subite du marché, comme c'est arrivé lorsque l'épidémie du SRAS a frappé Toronto. »

Soixante-cinq ans plus tard, la deuxième génération de la famille est propriétaire de l'exploitation, tandis que la troisième, c'est-à-dire Debbi Conzelmann et ses sœurs Robin Kelly, Patti Thompson et Jackie Fisher, en assurent la direction. Environ 40 % des 2,5 millions de canards que l'entreprise produit chaque année se vendent sur le marché frais de la région du Grand Toronto. Le reste est expédié à des clients partout dans le monde.

« Il y a huit ans, nous sommes passés de ferme familiale à entreprise familiale, poursuit Debbi. Notre entreprise est un acteur important sur le marché canadien du canard, mais elle est petite

sur la scène internationale, et nous peinions dans le secteur des produits de base. C'est ce qui nous a incités à prendre du recul et à évaluer attentivement notre entreprise. C'est pourquoi nous avons décidé d'élargir nos horizons au-delà du marché frais, qui est principalement un marché de produits de base, et avons ouvert notre usine de cuisson à valeur ajoutée. »

Cet ajout n'a pas entraîné un accroissement des ventes de canards de KCD, mais a changé la façon dont les canards sont vendus, ajoute Debbi. Si l'entreprise vend toujours une grande quantité de canards frais de catégorie A, elle vend aujourd'hui de nombreux autres produits comme des canards entièrement cuits et des produits de spécialité à valeur ajoutée, comme des poitrines et des cuisses entièrement cuites, ainsi que du canard fumé. Le volume n'a pas changé, mais la marge de profit a augmenté considérablement.

KCD est une exploitation « de la ferme à la table », entièrement intégrée verticalement et l'une des seules en Amérique du Nord. Malgré la croissance phénoménale enregistrée au cours de la dernière décennie, cette exploitation demeure une entreprise résolument familiale. Selon Debbi, la réussite de l'entreprise repose en grande partie sur ses liens familiaux étroits.

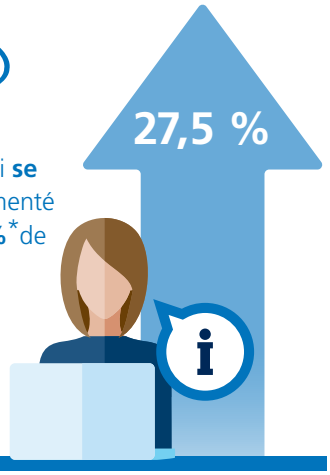
« Je pense qu'une bonne communication est essentielle pour réussir en affaires au fil des générations, affirme Debbi. Mes sœurs et moi avons une excellente relation. Nous sommes amies durant et après les heures de travail. Le premier mardi de chaque mois, nous nous réunissons entre sœurs. Nous discutons toutes les quatre des problèmes opérationnels auxquels nous sommes confrontées, et nous parlons aussi de la dynamique familiale. De cette façon, si des problèmes surgissent entre nous ou avec un autre membre de la famille, nous pouvons en parler ouvertement et régler la situation avant qu'elle ne dégénère. »

Les choses ne se déroulent jamais parfaitement, mais le fait d'avoir une bonne communication permet à notre entreprise de très bien fonctionner. » ■

« Je pense qu'une bonne communication est essentielle pour réussir en affaires au fil des générations. »

***LORNE MCCLINTON** / Rédacteur, journaliste et photographe, Lorne partage son temps entre son bureau au Québec et sa ferme céréalière en Saskatchewan.*

Le saviez-vous?



Le nombre de **Canadiennes** qui **se déclarent agricultrices** a augmenté pour s'établir, en **2011**, à **27,5 %***de tous les exploitants agricoles.

*une ferme peut nommer jusqu'à trois exploitants

Source : Statistique Canada, Recensement de l'agriculture, de 1991 à 2011

L'évolution démographique du Canada occasionnera des possibilités pour des légumes comme **l'okra**, **le melon amer**, **le haricot asperge** et **le manioc**.

Source : Vineland Research Centre

ÉCONOMIE AGRICOLE

LE CANADA FAIT CONNAÎTRE LE CANOLA AU RESTE DU MONDE

1956 : production de **6 millions de boisseaux**

2015 : production de **810,3 millions de boisseaux**

PRODUCTION DE LÉGUMINEUSES AU CANADA

1981 : **6 392 fermes**

2011 : **12 110 fermes**

Source : Statistique Canada

TECHNOLOGIE

TROIS FAÇONS DE S'ADAPTER À L'ÉVOLUTION RAPIDE DE LA TECHNOLOGIE

La technologie engendre la technologie – Jamais la technologie n'a progressé aussi vite qu'aujourd'hui. En tant qu'agriculteurs, comment faites-vous pour rester à l'avant-garde?

1 S'investir dans l'apprentissage continu : Chaque année, vous avez la possibilité d'assister à de nombreuses conférences sur l'agriculture, mais l'apprentissage continu, c'est aussi se mettre au défi d'apprendre à utiliser un nouveau système ou un nouvel outil – même si cela peut paraître intimidant.

2 Prendre en compte l'ensemble de la situation : Comment la technologie transforme-t-elle déjà votre ferme? Comment pouvez-vous prévoir les changements futurs et vous y adapter?

3 Encourager la jeune génération : Vous n'êtes pas certain des avantages que vous pouvez tirer d'une technologie? Écoutez ce que les utilisateurs naturels des nouvelles technologies (c'est exact, la génération Y) en disent; observez la façon dont ils utilisent la technologie; demandez-leur ce qu'ils feraient différemment s'ils dirigeaient l'exploitation.

Source : Adaptation d'un article d'Adam Fridman, Inc.com (en anglais seulement)

Compilés par LYNDSEY SMITH | Lyndsey est présente dans les différents médiaux sociaux sous le nom de **@realloudlyndsey**

AVEC LEURS PROPRES MOTS

@RealLoudLyndsey a posé les questions suivantes : Au cours de votre carrière d'exploitant agricole, quels ont été les événements et les progrès les plus marquants? Du point de vue de vos parents? De vos grands-parents?

Jen Christie @SavvyFarmgirl

Mon père dirait que c'est le passage de la traite manuelle, au moyen d'un seau, aux tuyaux et aux trayeuses mécaniques.

MB Farm Women's Conf @mbfarmwomen

Le pilotage automatique? Quel changement depuis l'époque des chevaux et où il fallait fixer un point à l'autre bout du champ!

Gordon Moellenbeck @oldmangord

Pour mes grands-parents, ce fut le passage des chevaux aux moteurs. Pour mes parents, les gros équipements et l'essor des produits chimiques. Pour moi, c'est la technologie (gps) et les cultures tolérantes aux herbicides.

Warren Sekulic @SkepticAg

Pour moi, l'information et le libre marché. Pour mon père, les semis directs et le Roundup abordable. Pour mon grand-père, la mécanisation et le D6 Cat.

Wendy Durand @durand_wendy

Ma mère âgée de 80 ans affirme que l'électrification des campagnes au Manitoba a été la plus grande évolution, que tous les autres progrès en ont découlé.

derek van dieten @dvandieten

Le téléphone cellulaire. L'agriculture de précision. Pour mes parents : le travail réduit du sol. Pour mes grands-parents : la taille et l'évolution de l'équipement.

Earl Greenhough @egreenhough

Selon mon père, qui a 86 ans, c'est incontestablement le silo à fond conique!

Taylor Snyder @FarmerBoy9870

Mon arrière-grand-père a assisté à la mécanisation, et mon grand-père, à l'avènement de l'engrais. Mon père a vu apparaître la génétique et le travail réduit du sol, et moi, le contrôle par section, le pilotage automatique, la culture sans labour et bientôt l'automatisation.

Mark Keating @KeatingSeed

Pour ma part, je dirais que ce sont le glyphosate et le système Roundup Ready (RR), ainsi qu'Internet et les technologies mobiles.

John Kowalchuk @KowalchukFarms

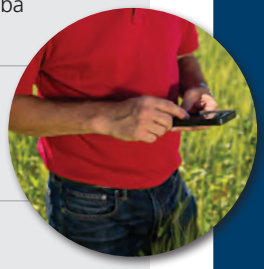
Pour mon grand-père, pratiquer l'agriculture dans un nouveau pays. Pour mon père, c'est la moissonneuse-batteuse. Pour moi, c'est la taille et la complexité des équipements modernes.

MACHINES DE TRAITE

En 1922, Herbert McCornack a inventé la trayeuse à pompe qui reproduisait la pulsation et la succion de la tétée du veau. Elle était plus confortable pour la vache et se désinfectait plus facilement que les machines précédentes. Dès les années 1950, cette innovation avait déjà transformé la production laitière.

RÉSEAU ÉLECTRIQUE

Début des années 1920 – plusieurs petites villes du Manitoba, comme Carman, Minnedosa et Virden, sont branchées au réseau d'électricité. L'expansion du service d'électricité a été ralentie par l'effondrement des marchés à la fin des années 1920 et durant les « terribles années 1930 ».



Certains tweets ont été modifiés par souci de clarté.

LES BESOINS EN ÉVOLUTION DES **BABY-BOOMERS** ET DE LA **GÉNÉRATION Y** CRÉENT DES DÉBOUCHÉS

PAR TAMARA LEIGH

Les communautés canadiennes sont en pleine mutation. Les personnes que l'on croise dans la rue ou à l'épicerie sont de plus en plus âgées, branchées sur Internet, et plus susceptibles que jamais d'être de nouveaux arrivants au pays. Les préférences alimentaires évoluent au même rythme que les caractéristiques démographiques des consommateurs, et les producteurs et les transformateurs doivent tâcher de satisfaire ces besoins changeants.

Nombreux baby-boomers

Selon Statistique Canada, les personnes âgées sont le segment de la population canadienne qui croît le plus rapidement. Le groupe des personnes âgées de plus de 65 ans s'accroît quatre fois plus rapidement que la population en général et continuera à croître à mesure que les baby-boomers (soit les personnes nées entre 1946 et 1965) vieilliront.

« Le nombre important de baby-boomers est à l'origine de certaines tendances sur le marché, indique M. John Cranfield, professeur au Département d'économie de l'alimentation, de l'agriculture et des ressources de l'Université de Guelph. Ces personnes vieillissent et ont une espérance de vie accrue, et leurs préoccupations en matière de qualité de vie évoluent au fil du temps. »

L'importance que les baby-boomers attachent à la santé et au bien-être stimule la tendance aux aliments fonctionnels, et les transformateurs et détaillants en tiennent compte.

« D'une certaine manière, les baby-boomers considèrent les aliments comme des médicaments. Ils recherchent des aliments peu transformés, raison pour laquelle nous assistons à une croissance de l'achalandage dans le rayon des yogourts et des aliments fermentés comme le kéfir et le kombucha, explique Jo-Ann McArthur, directrice générale de Nourish Food Marketing, une agence de commercialisation qui se spécialise dans l'alimentation. La tendance est aux aliments naturels, simples et peu transformés. »

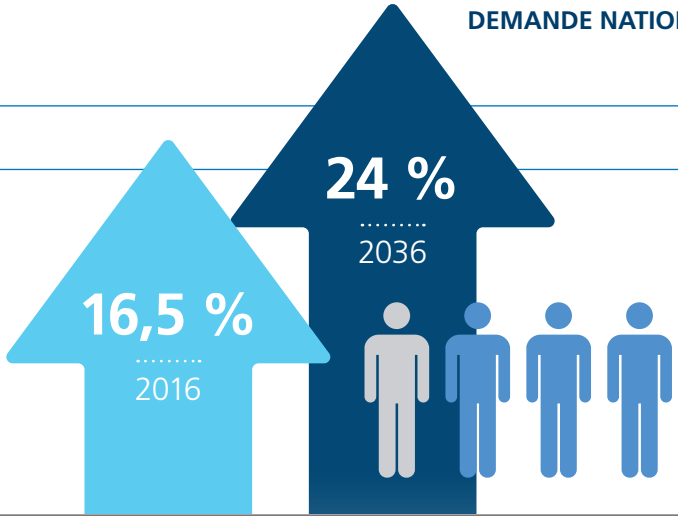
Les valeurs de la génération Y

Parallèlement au vieillissement des baby-boomers, la génération Y, qui regroupe les personnes nées entre 1981 et 2000, est en plein essor.

« Les gens qui émigrent apportent leur cuisine, leurs traditions et leurs types d'aliments, et les marchés évoluent en conséquence. »

FAIT SAILLANT

Selon les plus récentes prévisions démographiques, le **nombre de personnes âgées de 65 ans et plus augmentera d'environ 4,2 millions** au cours des vingt prochaines années, et comptera ainsi pour **24 %** de la population canadienne en 2036, comparativement à **16,5 %** en 2016.



Source : Statistique Canada

« Les Y ont un rapport différent avec les aliments. Ils recherchent des produits uniques, authentiques, qui se démarquent et leur procurent une expérience », fait valoir M. Cranfield.

Si ces deux groupes représentent 27 % de la population canadienne actuelle, les Y jouissent d'un pouvoir d'achat grandissant alors que les baby-boomers voient le leur diminuer. Les Y sont généralement instruits, ont beaucoup voyagé et ont des réseaux sociaux très développés. Ils ont aussi des valeurs différentes qui influencent leurs choix alimentaires.

« Les membres de la génération Y sont très différents de leurs parents et de leurs grands-parents, en ce sens qu'ils se méfient beaucoup des aliments produits à grande échelle, souligne Mme McArthur. Pour nos parents, les grandes sociétés alimentaires étaient synonymes de meilleure qualité; elles inspiraient confiance. Aux yeux des Y, la production à grande échelle est mauvaise et n'inspire pas autant confiance. Ils accordent de l'importance au mode de fabrication; ils veulent savoir qui a fabriqué les aliments qu'ils consomment, où ils ont été fabriqués et à partir de quels ingrédients. »

Les ingrédients alimentaires authentiques, les listes d'ingrédients simples, les aliments locaux et les produits artisanaux sont des tendances que Mme McArthur associe à l'essor des Y. Ceux-ci apprécient réellement la valeur des aliments, mais peu possèdent de véritables compétences culinaires ou de connaissances pratiques de l'agriculture. Cette génération est aussi celle qui est la plus active sur les médias sociaux.

« Les médias sociaux amplifient les tendances alimentaires et appellent à une certaine transparence. Le pouvoir est passé des mains des fabricants à celles des consommateurs, d'où la nécessité de faire preuve de transparence », dit Mme McArthur.

Elle ajoute que l'intérêt pour des questions comme le bien-être des animaux est de plus en plus vif, ce qui est largement attribuable aux médias sociaux.

Diversité ethnique

Si les facteurs démographiques liés à l'âge entraînent une modification des préférences alimentaires, la capacité de conserver des marchés et de façonner de nouveaux débouchés dépend d'une clientèle solide. À mesure que le taux de natalité baisse, l'immigration est de plus en plus importante. Selon Statistique Canada, plus de 60 % de la croissance à l'heure actuelle est attribuable aux néo-Canadiens.

« Les gens qui émigrent apportent leur cuisine, leurs traditions et leurs types d'aliments, et les marchés évoluent en conséquence, explique M. Cranfield. C'est ainsi que de nouveaux aliments arrivent sur le marché et que de nouvelles cultures sont produites au Canada. »

Les détaillants en épicerie ont été témoins de l'essor des aliments préparés d'inspiration internationale et de l'arrivée de produits de plus en plus diversifiés, comme le pak-choï et l'okra. La demande de viande de chèvre et d'agneau est aussi à la hausse, dépassant la capacité de production et de transformation canadienne.

Selon Mme McArthur, le groupe démographique qui grandit le plus rapidement au Canada à l'heure actuelle est celui des consommateurs musulmans; il croît à un rythme de 11 à 13 % par année.

« Ce marché est très mal desservi. Les gens associent principalement le marché halal à la viande, mais il englobe beaucoup plus que cela, explique Mme McArthur. Par exemple, la gélatine entre dans la fabrication de nombreux produits, comme les friandises, les bonbons gélifiés, les guimauves et les produits cosmétiques, entre autres, qui ne sont pas offerts sur le marché halal. »

Nouvelle réalité, nouveaux débouchés

La demande alimentaire est plus complexe que jamais, mais cela crée aussi des débouchés pour les producteurs.

« Ces débouchés découleront du fait qu'il n'y a pas un consommateur unique, mais une variété de consommateurs, explique M. Cranfield. Nous assistons à l'émergence de plus petits segments de consommateurs, donc il est important d'être attentifs à ces débouchés et disposés à adopter une perspective de commercialisation. »

L'importance croissante qui est accordée à la confiance et à la transparence crée aussi une possibilité pour les producteurs canadiens de consolider leur présence sur le marché national.

« De nos jours, les produits locaux sont bien en vue à l'entrée des supermarchés. Les détaillants emploient la mention "local" comme gage de qualité, dit Mme McArthur. Les gens veulent soutenir leurs voisins, et la dimension locale est donc plus importante que jamais. » ■

***TAMARA LEIGH** / Consultante en communications et rédactrice de la Colombie-Britannique, Tamara s'emploie avec passion à faire entendre la voix des producteurs agricoles de partout au pays.*

Suivez Tamara : **@Shiny_Bird**

Les consommateurs à l'échelle mondiale sont friands de **bœuf et de porc canadiens**

PAR TRISH HENDERSON

Entre 60 et 70 % du porc canadien et environ 40 % du bœuf canadien sont vendus à l'étranger. Des millions de porcs vivants et des centaines de milliers de bovins vivants, destinés à l'abattage ou à l'engraissement, sont expédiés chaque année aux États-Unis seulement, rendant les éleveurs canadiens de porcs et de bovins de boucherie encore plus tributaires des marchés d'exportation.

La ratification de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), en 1994, a été une étape charnière de l'évolution des exportations canadiennes de viande rouge.

« Avant 1989, le secteur de l'élevage bovin de l'Ouest canadien était constitué essentiellement de petits parcs d'engraissement. L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, soit le prédécesseur de l'ALENA, a suscité des investissements, dont la construction, en 1991, de l'usine de transformation du bœuf de Cargill à High River, en Alberta », rappelle Brenna Grant, gestionnaire de Canfax Research Services.

Peu après la signature de l'ALENA, l'usine de transformation du bœuf de Lakeside à Brooks, en Alberta, a été agrandie. Les taux de change favorables ont entraîné un accroissement du troupeau de vaches de boucherie, et l'abolition du tarif du Nid-de-Corbeau pour le transport du grain par rail, en 1996, s'est traduite par des prix plus abordables pour les céréales fourragères dans les Prairies.

Ces facteurs, conjugués aux mesures d'incitation du gouvernement provincial, ont suscité une expansion et une consolidation du secteur de l'engraissement à la fin des années 1990. En 2001, l'Alberta comptait 210 parcs d'engraissement qui nourrissaient 2,39 millions de têtes, soit plus que le double de la capacité du secteur de l'engraissement des bovins de cette province une décennie plus tôt.

Selon Statistique Canada, l'ALENA a eu un effet similaire sur l'industrie canadienne du porc, entraînant une période de prospérité et de croissance, entrecoupée de quelques soubresauts, de 1996 à 2006. Le troupeau canadien de porcs a atteint un sommet d'un peu plus de 15 millions de têtes au milieu des années 2000.

Depuis le début des années 2000, les marchés canadiens des bovins et du porc ont été secoués par des problèmes de santé animale comme l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et le virus de la diarrhée épidémique porcine (DEP), les prix record des céréales fourragères sur la scène mondiale, l'instabilité du dollar canadien et des politiques commerciales étrangères comme l'étiquetage du pays d'origine (ÉPO) imposé par les États-Unis. Malgré ces difficultés, le Canada demeure un exportateur net de bœuf et de porc.

Marchés internationaux

Les États-Unis, principal client du Canada, absorbent 72 % de nos exportations de bœuf et 32 % de nos exportations de porc. Toutefois, d'autres marchés internationaux gagnent en importance. En 2015, les autres grands marchés d'exportation du Canada étaient la Chine et Hong Kong, le Mexique et le Japon. De même, le Japon, la Chine, l'Europe, le Mexique et la Russie ont été les principaux acheteurs de porc canadien en 2015, après les États-Unis.

« Les tendances des marchés internationaux sont d'une importance capitale pour les

producteurs canadiens de bœuf et de porc; ces marchés offrent les débouchés les plus intéressants, affirme Mme Grant. Le fait d'exporter vers des marchés qui ont des cultures culinaires différentes ainsi que des préférences pour d'autres coupes de viande accroît aussi la valeur des carcasses. »

Selon les statistiques, le troupeau canadien de bétail ne s'accroît peut-être pas à l'heure actuelle, mais ailleurs dans le monde, la production de bœuf, de porc et de volaille est à la hausse.

Selon Brett Stuart, président de la société Global AgriTrends de Denver, la production de bœuf et la production de porc sont en croissance aux États-Unis; le nombre de vaches augmente et de nouvelles porcheries et usines de transformation du porc sont en construction.

La Chine, pays qui consomme le plus de porc au monde, est un moteur essentiel des marchés internationaux du porc ainsi qu'une économie importante à surveiller.

« Les importations chinoises de porc ont explosé en 2016, mais les éleveurs chinois de porcs ont enregistré des profits record et commencent à prendre de l'expansion, fait valoir M. Stuart. Cela finira par faire diminuer la demande d'importation de porc de la Chine et aura une incidence marquée sur tous les marchés internationaux des protéines. Où ira le million de tonnes de porc canadien et européen qui était jusque-là destiné à la Chine? »

Avantage du bœuf nourri aux grains

Tandis que les producteurs canadiens de porc ont ciblé le marché très haut de gamme du Japon, il n'y a guère plus de distinction entre le porc canadien et celui des autres pays. Mais il en va autrement pour le bœuf, affirme M. Stuart.

« En général, le bœuf nord-américain est un produit de haute qualité qui est issu de bovins nourris aux grains et qui génère des prix plus élevés. Au cours des sept dernières années, comme la production mondiale de bœuf a été stagnante, les stocks restreints de bœuf ont suscité des prix plus élevés pour le bœuf nourri aux grains. »

Selon les statistiques, le troupeau canadien de bétail ne s'accroît peut-être pas à l'heure actuelle, mais ailleurs dans le monde, la production de bœuf, de porc et de volaille est à la hausse.

Depuis peu, l'Inde est un important exportateur de bœuf sur la scène mondiale. Elle fournit de gros volumes de viande de buffle d'Inde de faible qualité à des marchés émergents comme les pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord. Le Brésil exporte aussi un volume considérable de bœuf, mais il s'agit essentiellement de bœuf provenant d'animaux nourris à l'herbe.

« Chaque pays compte des hôtels prestigieux, et la norme d'excellence dans les restaurants de ces établissements est le bœuf nourri aux grains. À mesure que les économies mondiales croîtront, la demande de bœuf nourri aux grains augmentera », expose M. Stuart, citant une étude récente selon laquelle la classe moyenne mondiale devrait augmenter de trois milliards de personnes d'ici 2030.

Marchés cycliques

Malgré les changements profonds survenus dans le secteur de la viande rouge, les cycles traditionnels des marchés des bovins et du porc demeurent des indicateurs pertinents de l'avenir.

« Précédemment, les cycles ont été déterminés par le décalage biologique entre le moment où le signal de prix indique aux éleveurs qu'il est temps d'accroître ou de réduire leurs troupeaux et celui où ce changement se concrétise. Les cycles du secteur porcin durent habituellement quatre ans, et ceux du secteur bovin durent de dix à douze ans », explique Mme Grant.

« L'information commerciale est plus facilement accessible qu'avant, de sorte que les producteurs prennent leurs décisions en matière de production plus rapidement, mais l'humeur des marchés oscillera toujours entre optimisme et pessimisme. »

Grâce aux gains de productivité et à la taille accrue des carcasses, il faut moins de vaches et de truies qu'avant pour produire la même quantité de viande rouge à l'échelle nationale, si bien que le nombre de têtes dans les troupeaux canadiens de vaches et de truies est un moins bon indicateur du stade actuel du cycle du marché.

« Le nombre de têtes dans les troupeaux reproducteurs demeure un indicateur de l'optimisme de l'industrie, ajoute Mme Grant, mais le poids des carcasses est un facteur de plus en plus important. Le poids accru des carcasses, résultant du fait que les animaux sont engraissés plus longtemps, peut avoir une incidence considérable sur la production. »

L'importance de se préparer pour l'avenir

M. Stuart est conscient que les États-Unis sont peut-être avantagés par de plus gros volumes de production de porc et de bœuf et des coûts de transformation moins élevés, mais il croit que l'industrie canadienne a des points forts sur lesquels elle peut miser.

« Comme le Canada est un plus petit producteur, il peut s'adapter plus facilement aux exigences des consommateurs. Par exemple, le système canadien de traçabilité du bœuf constitue un élément de différenciation, et les éleveurs canadiens de porcs ont accepté de renoncer à un agent stimulateur de croissance appelé ractopamine, en raison de leur forte dépendance à l'égard des exportations. Les petites entreprises de conditionnement canadiennes sont aussi plus disposées à satisfaire à la demande de coupes de viande particulières de la clientèle à l'étranger. »

FAIT SAILLANT

Les Canadiens consomment moins de bœuf qu'avant, mais la demande, c'est-à-dire la volonté des consommateurs de payer un prix déterminé compte tenu de leurs goûts, de leurs préférences et de leur revenu, a augmenté de 7 % entre 2008 et 2016.

Mme Grant encourage les producteurs canadiens de bœuf et de porc à continuer de s'adapter aux signaux du marché.

« Les consommateurs ne forment plus un groupe homogène, explique-t-elle. Beaucoup fondent leurs décisions d'achat uniquement sur le prix, mais d'autres recherchent des qualités ou des caractéristiques particulières. »

« Par exemple, au cours des cinq dernières années, la production de bœuf haut de gamme (AAA et première qualité) s'est intensifiée en réaction aux signaux de prix du marché. Un nombre croissant de producteurs primaires adoptent des caractéristiques comme l'élevage "sans ajout d'hormones" ou "conforme aux principes de durabilité". Ces caractéristiques ne rapportent pas encore un prix nettement plus élevé, mais cela pourrait être le cas un jour », dit Mme Grant.

Facteurs à surveiller

Taux de change et taux d'intérêt : En plus d'influencer la demande mondiale de viande, la croissance économique mondiale déterminera l'orientation future du dollar américain. Selon M. Stuart, la Réserve fédérale des États-Unis est impatiente de hausser les taux d'intérêt, mais elle attend que l'économie soit plus stable. Une appréciation du dollar américain a un effet positif sur les exportations canadiennes, et toute hausse des taux d'intérêt aux États-Unis contribuera à maintenir un dollar américain vigoureux.

Accords commerciaux : Les facteurs politiques continueront d'influer sur les marchés d'exportation internationaux. Dans le cas du bœuf, Mme Grant et M. Stuart conviennent de l'importance du libre-échange avec le Japon, grand importateur de bœuf sur le plan du volume et de la valeur monétaire. L'Australie, qui est le principal concurrent de l'Amérique du Nord sur le marché du bœuf nourri aux grains, a un accord de libre-échange avec le Japon. Le bœuf canadien et le bœuf américain demeureront assujettis à des droits plus élevés dans ce marché lucratif, indique M. Stuart, si le Partenariat transpacifique (PTP) ou d'autres accords commerciaux bilatéraux avec le Japon ne se concrétisent pas.

Éclosions et pandémies : Les problèmes de santé animale méritent aussi qu'on leur prête attention parce qu'ils sont susceptibles d'entraîner la fermeture de marchés, comme dans le cas de l'ESB, et d'avoir une incidence sur l'offre mondiale de viande. Le virus de la DEP et les éclosions d'influenza aviaire n'ont pas entraîné la fermeture de frontières, mais ont eu une incidence sur la production de protéines et sur le flux des échanges commerciaux internationaux. ■

TRISH HENDERSON / Trish est rédactrice pigiste et experte-conseil agricole. Elle vit dans le centre de l'Alberta et est aussi éleveuse de bovins de boucherie.

Suivez Trish : **@TrishHenderson3**

ACCÈS AU MARCHÉ POUR LE BŒUF CANADIEN APRÈS LA CRISE DE L'ESB

Mai 2003

La détection d'un cas d'ESB chez une vache en Alberta entraîne la fermeture immédiate de toutes les frontières au bœuf et aux bovins vivants du Canada.

Août 2003

Ouverture partielle de la frontière des États-Unis au bœuf désossé en caisse carton, exempt de matières à risque spécifiées, provenant de bovins âgés de moins de 30 mois.

Novembre 2007

Autorisation d'exporter du bœuf provenant de bovins de tous âges aux États-Unis, ainsi que des bovins vivants nés après le 1er mars 1999 en vue de l'abattage ou de la reproduction (vérification de l'âge obligatoire).

Mars 2009

Mise en œuvre de la mesure d'étiquetage du pays d'origine (EPO), restreignant l'accès des bovins et des porcs vivants du Canada au marché des États-Unis (mesure non liée à l'ESB). Les prix des bovins canadiens chutent de 25 $ à 35 $ par tête.

Septembre 2014

L'accord de libre-échange avec la Corée du Sud élimine les tarifs douaniers de 40 % sur le bœuf frais et le bœuf surgelé canadiens.

Décembre 2015

Abrogation de l'EPO.

Octobre 2016

Réouverture complète de la frontière du Mexique au bœuf canadien.

Hommage aux agriculteurs et à leur labeur,
qui nous nourrissent pour notre plus grand bonheur.

Hommage aux agriculteurs qui vivent de la nature,
qui honorent et ont à cœur chacune de ses créatures.

Qui ne comptent ni leurs heures ni leurs talents,
pour un travail dont eux seuls sont les artisans.

Qui mettent leur savoir-faire au service de la terre,
qui conjuguent passion et sens des affaires.

Qui cultivent avec force, fidélité et fierté,
qui produisent l'abondance et la prospérité.

Hommage aux agriculteurs qui font preuve de vision,
pour offrir au monde la meilleure alimentation.

FAC est fière d'être au service de l'agriculture canadienne depuis 1959 et
nous avons hâte de voir ce que nous réservent les 150 prochaines années!

Rendons hommage aux agriculteurs, à l'agriculture canadienne,
à chacun d'entre vous.

FAC est un fier partenaire de

L'agriculture
plus que jamais

Financement agricole Canada
Pour l'avenir de l'agroindustrie

Financement agricole Canada
Pour l'avenir de l'agroindustrie

Canada

Pour modifier votre abonnement, composez le 1-888-332-3301.

Retourner les exemplaires non distribuables à :
Financement agricole Canada
1800, rue Hamilton
Regina (Saskatchewan) S4P 4L3

Postes Canada, numéro de convention 40069177