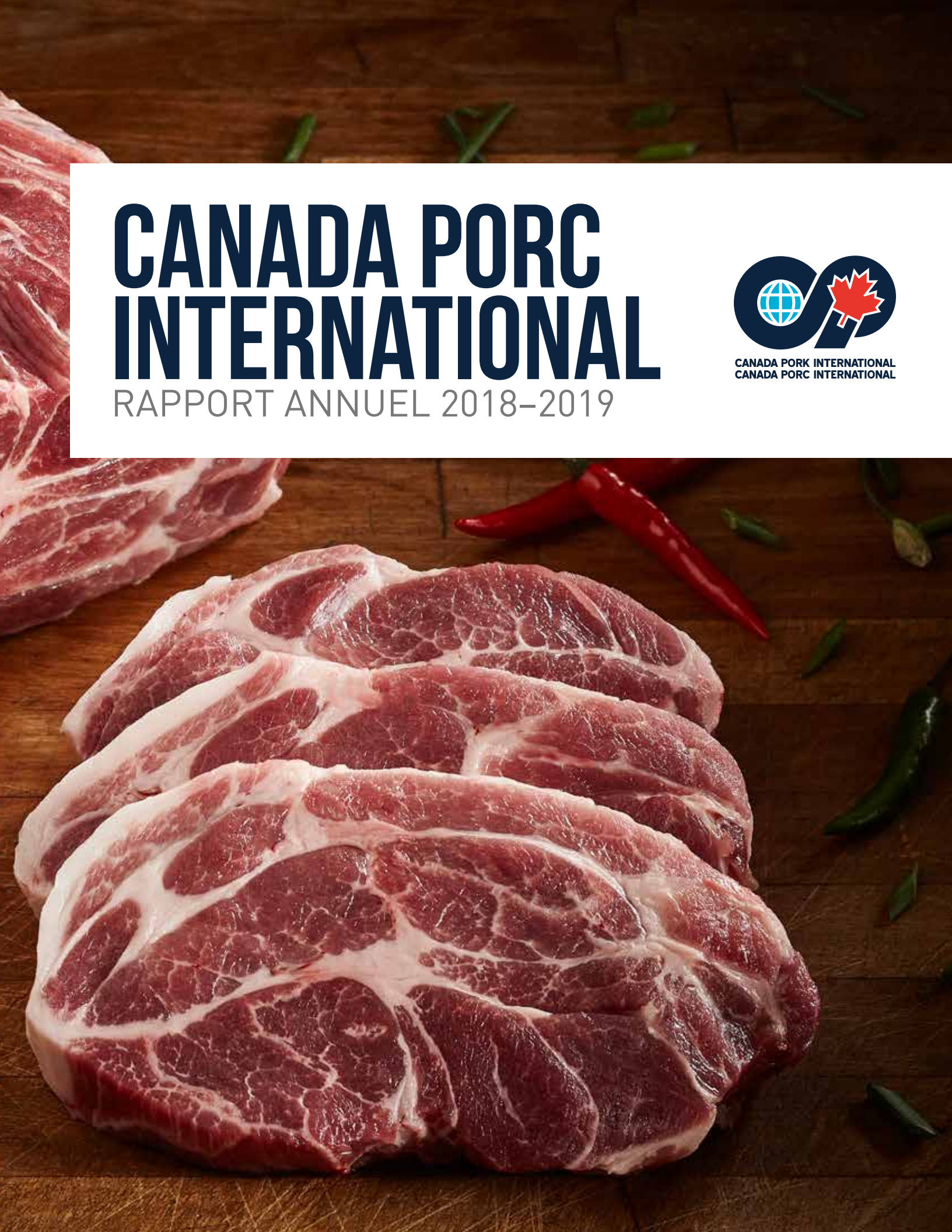


CANADA PORC INTERNATIONAL

RAPPORT ANNUEL 2018-2019



CANADA PORK INTERNATIONAL
CANADA PORC INTERNATIONAL





Le Canada est le fournisseur
de porc de choix dans le monde entier.

Canada Porc International
est engagé à améliorer l'accès aux
marchés, la notoriété et la croissance
de l'industrie canadienne du porc.

The logo for Canada Pork Canada Porc. It features a red maple leaf in the center. To the left of the leaf, the word "CANADA" is written vertically in black, and "PORC" is written horizontally in black below the leaf. To the right of the leaf, the word "CANADA" is written vertically in black, and "PORK" is written horizontally in black above the leaf.



MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL

L'exercice financier se terminant le 31 mars 2019 a été une autre excellente année pour l'industrie canadienne du porc. Les exportations canadiennes de porc auprès de 85 pays ont atteint 1 286 118 tonnes d'une valeur de 3,9 milliards de dollars. Les États-Unis, le Japon, la Chine, le Mexique sont les principaux pays importateurs – ensemble, ils représentent 85 % de la valeur des exportations.

Les discussions de libre-échange, l'imposition de tarifs et l'accroissement des tensions politiques et commerciales ont dominé les nouvelles internationales et créé de la volatilité dans le marché du porc. Sur une note plus positive, l'entente nord-américaine de libre-échange – l'ACEUM – a reçu l'accord du Mexique, du Canada et des États-Unis. De plus, l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) conclut avec le Japon et 10 autres pays de l'Asie fournira une occasion exceptionnelle d'augmenter les ventes de porc auprès des pays participants pour nos organisations membres.

À l'échelle nationale, Porc Canada a dépassé toutes les attentes en célébrant ses cinq ans d'existence. D'abord créé comme un projet pilote, Porc Canada est maintenant officiellement un programme permanent de marketing sous la direction de CPI. Félicitations au personnel de CPI et au comité pour leurs excellentes idées et leur succès.

La marque Porc canadien vérifié^{MC} (PCV) continue sa progression et crée de la valeur pour nos membres. En plus des efforts continus au Japon, de nouvelles initiatives PCV ont été créées pour la Chine et la Corée du Sud.

Le conseil d'administration veut souligner les efforts de nos producteurs de porc pour la production de porc de la plus haute qualité, reconnue mondialement pour ses normes de salubrité alimentaire, sa valeur nutritive et son goût délicieux. En travaillant ensemble, les producteurs, conditionneurs et transformateurs canadiens de porc continuent de démontrer cette valeur à travers l'augmentation de part de marché dans les marchés clés.

Félicitations à notre équipe CPI, tant aux vétérans chevronnés qu'aux recrues, pour une autre belle année. Nous vous remercions de vos efforts, de votre enthousiasme et de votre dévouement à notre industrie.

Encore au sujet du personnel, nous regrettons le départ de Michael Young qui s'est joint à Bœuf canadien en tant que président. Michael nous manque et nous le remercions pour ses nombreuses années d'engagement, de créativité et d'expertise – il était un membre apprécié de CPI et nous lui souhaitons un avenir fructueux.

L'industrie canadienne du porc jouira d'un bel avenir, tant à l'international qu'au pays. Le conseil d'administration anticipe avec plaisir de travailler avec l'équipe CPI afin de réaliser la vision d'être le fournisseur de choix mondial de porc de qualité.

Cordialement,

Neil Ketilson, président



CONSEIL D'ADMINISTRATION MEMBRES 2018–2019

PRÉSIDENT

Neil Ketilson,
Conseil canadien du porc
(Saskatchewan)

VICE-PRÉSIDENT

Trevor Sears,
Les Aliments Maple Leaf Inc.

TRÉSORIER

Hans Kristensen,
Conseil canadien du porc
(Nouveau-Brunswick)

MEMBRE DE L'EXÉCUTIF

Guy Baudry,
HyLife Foods LP

MEMBRES

Rick Bergmann,
Conseil canadien du porc
(Manitoba)

Chad Coleman,
P.J. Impex Inc.

Richard Davies,
Olymel, S.E.C. / L.P.

Dan Majeau,
Conseil canadien du porc
(Alberta)

Stéphanie Poitras,
Aliments Asta Inc.

Jean-Guy Vincent,
Conseil canadien du porc
(Québec)

Troy Warren,
Sure Good Foods Ltd.

Teresa VanRaay,
Conseil canadien du porc
(Ontario)

Nouveau membre
depuis février 2019:
Oliver Haan,
Conseil canadien du porc
(Ontario)



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

Bien que l'année dernière nous ait présenté des défis sur plusieurs fronts, elle s'est terminée de façon beaucoup plus stable pour notre organisation.

Le travail qui devait être accompli durant cet exercice financier, selon le plan stratégique quinquennal de CPI, ne l'a été qu'en partie à cause d'un manque de financement pour permettre sa mise en œuvre. Le financement additionnel requis pour soutenir le plan fut retiré pour faire place à une discussion sur la valeur du programme Excellence du porc canadien.

Le financement d'Agri-marketing fut approuvé par Agriculture et Agroalimentaire Canada pour les trois premières années d'un programme de cinq ans. Afin de mieux gérer le flux de trésorerie serré de l'organisation, ce ne sont pas toutes les activités qui ont été mises en œuvre. Cependant, je suis heureux de vous annoncer que CPI est maintenant en voie d'atteindre son objectif de reconstruction de la réserve nécessaire aux activités quotidiennes.

À l'international, CPI a constaté que la peste porcine africaine (PPA) qui sévit en Chine a eu un impact important sur le commerce mondial du porc. On rapporte que la PPA a touché 35 % de la population porcine chinoise et se propage maintenant vers d'autres régions de l'Asie. Cette propagation à travers l'Asie aura des répercussions sérieuses à long terme sur les

marchés mondiaux du porc. Bien que la PPA soit une menace importante pour l'industrie canadienne, elle peut aussi s'avérer une occasion d'augmenter la rentabilité pour l'industrie canadienne du porc pendant plusieurs années. CPI travaille de concert avec le gouvernement et les associations de l'industrie afin d'élaborer des politiques proactives et des plans de biosécurité afin de protéger le Canada de la contamination par la PPA.

Du côté des bonnes nouvelles pour l'exportation, les efforts de CPI au Japon donnent lieu à une croissance continue de l'industrie. Cette année, les exportations canadiennes de porc frais refroidi vers le Japon ont dépassé celles vers les États-Unis. Au total, les importations japonaises de porc canadien ont atteint 264 636 tonnes pour une valeur de 1,275 milliard \$, soit environ 33 % de la valeur de toutes les exportations canadiennes.

Il y a beaucoup d'occasions d'affaires à l'horizon pour l'industrie et pour CPI. Je tiens à remercier le personnel de CPI et les membres du conseil d'administration pour leur soutien au cours de la dernière année.


Martin Lavoie, PDG

MARCHÉS D'EXPORTATION PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT

Le programme de développement des marchés d'exportation (DME) fournit des fonds provenant des membres sur la base d'activités à coût partagé admissibles qui ont une influence directe sur les initiatives de membres de CPI destinées à agrandir la part de marché du porc canadien sur le marché de l'exportation. Les fonds sont là pour soutenir des activités et des initiatives appartenant aux catégories suivantes :

PROGRAMME DME – ACTIVITÉS 2018 – 2019

68 PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION (DME) APPROUVÉS ET FINANCÉS	11 PROJETS D'ADAPTATION AUX MARCHÉS ÉTRANGERS (AME)	97 PROJETS D'INVESTIGATION DES MARCHÉS ÉTRANGERS (IME)	8 INITIATIVES GÉNÉRIQUES APPROUVÉS ET FINANCÉS (6 au Japon/2 en Corée du Sud)
PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT – ACTIVITÉS 2018 – 2019			21 PROJETS APPROUVÉS ET FINANCÉS



INITIATIVES SUR LE MARCHÉ DOMESTIQUE

FAITS SAILLANTS ET ACTIVITÉS DE PORC CANADA

- Campagne publicitaire de quatre encarts dans deux revues de l'industrie (Foodservice & Hospitality Magazine et Canadian Grocer) en soutien à deux programmes de développement de la demande : automne/hiver *Cuisson lente* et printemps/été *Le plaisir du grill*.
- Ajout de 9 utilisateurs agréés de Porc canadien vérifié^{MC} pour un nouveau total de 57 partenaires-utilisateurs agréés de la marque PCV.
- Accroissement de produits comarqués PCV sur le marché pour un total de 130 produits avec la marque PCV.
- Partenariat avec des organisations de l'industrie pour produire 12 vidéos *Découpe de viande à la maison*.
- Mise à jour du site Web PCV, y compris de nouvelles photographies et un onglet *Nouveautés* avec des liens pour que les visiteurs trouvent facilement les très utiles ressources de Porc Canada.



PROGRAMME DE FORMATION PORC CANADA

SÉANCES DU PROGRAMME DE FORMATION DES DISTRIBUTEURS (PFD)

- Cette année, l'équipe de Porc Canada a présenté 11 séances de formation du PFD
- 4 séances aux distributeurs de services alimentaires nationaux et régionaux, organisées en collaboration avec un premier transformateur membre ;
 - 1 séance avec un transformateur de produits élaborés ;
 - 3 séances avec des étudiants en découpe de viande professionnelle ;
 - 1 séance avec une entreprise de distribution membre ;
 - 1 séance à un séminaire régional de producteurs de porc.

PRODUCTIONS VIDÉO DE PORC CANADA

- Porc Canada a produit et lancé 5 vidéos didactiques.
- 2 vidéos en soutien au thème valeur *Tranchez et épargnez*, mettant en vedette des techniques de découpes à domicile : *Comment désossé une cuisse de porc frais* ; *Comment utiliser une cuisse de porc désossée avec jarret en 6 morceaux*.
 - 3 vidéos pour les chefs à domicile : 5 idées délicieuses pour savourer du porc canadien frais accompagné de bacon avec 7 recettes ; astuces pour griller et présenter *Grillez comme un pro et présentez comme un artiste*.

PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DE LA DEMANDE DE PORC CANADA

Les programmes de développement de la demande se concentrent sur les opportunités dans le commerce de détail et les services alimentaires afin de positionner le porc canadien comme la source de protéines de choix et comme une solution polyvalente de repas. Ces programmes font la promotion de méthodes de cuisson et de thèmes saisonniers, tout en fournissant les températures internes idéales de cuisson, ce qui amène une plus grande confiance de l'utilisateur et une plus grande satisfaction du consommateur.

Les thèmes incluent *Le plaisir du grill* pour la saison printemps/été, *Parfait rôti de porc* et *Cuisson lente* pour la saison automne/hiver, ainsi que le thème annuel *Tranchez et épargnez*. Les membres agréés de Porc Canada et les partenaires-utilisateurs adaptent les programmes pour leur propre usage, ce qui en augmente la rentabilité.

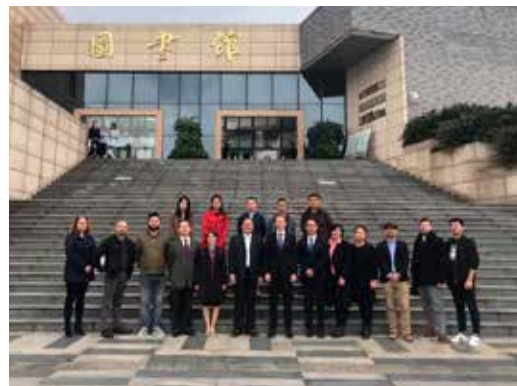
Cette année, nous avons produit et lancé le programme de développement de la demande *Cuisson lente* pour la saison automne/hiver.



INITIATIVES INTERNATIONALES

FAITS SAILLANTS ET ACTIVITÉS AU JAPON

- Production et distribution de plus de 17 millions d'autocollants Porc canadien vérifié^{MC} pour emballages destinés aux consommateurs japonais
- Participation à la Foire japonaise de l'industrie de la viande pour promouvoir le programme PCV (avril 2018)
- Partenariat avec deux transformateurs membres de CPI afin d'établir des bases de comparaison pour des événements concurrentiels à l'Académie fédérale japonaise de la viande (avril et septembre 2018). Trois fois en tout.
- Participation durant les 10 jours du BB Fest de Tokyo pour promouvoir la marque PCV (avril-mai 2018)
- Participation au concours Grand prix de cuisine à Osaka, au Japon (juillet 2018)
- Présentation d'un séminaire accompagné d'un dîner avec des représentants du consulat canadien à Osaka pour 80 invités (août 2018)
- Participation à la promotion de service alimentaire avec une microbrasserie canadienne au Café Hooop à Tokyo (été 2018)
- Participation à une promotion en restaurant avec la chaîne Anrakutei qui compte 224 emplacements (automne 2018)
- Partenariat avec Costco Japon pour présenter des démonstrations-dégustations dans 26 magasins entrepôt Costco (octobre, novembre, décembre, janvier)
- Partenariat avec 25 nouvelles chaînes de commerce au détail à travers le Japon pour présenter des démonstrations-dégustations pour promouvoir le porc canadien (octobre, novembre, janvier)
- Participation à la Foire commerciale Yakiniku avec le distributeur alimentaire Marushoku Foods, à Osaka (février 2019)
- Costco Japon ajoute le porc haché biologique canadien congelé à sa liste, en plus du produit congelé de porc canadien tranché (février)
- Participation à Foodex Japan 2019 qui a reçu 88 000 visiteurs (mars 2019)
- Distribution d'information marketing numérique, de recettes et de mises à jour promotionnelles destinées au consommateur au sujet du PCV sur le site Web japonais de CPI
- Organisation de 2 135 dégustations en magasin au Japon en soutien à la marque PCV et aux fournisseurs partenaires de porc canadien de première qualité
- Présentation de 17 séances, regroupant plus de 500 participants, du programme de formation des distributeurs (PFD) aux importateurs et distributeurs locaux de porc importé (avril 2018 à mars 2019)
- Pages consultées sur le site Web japonais : 40 699 (ordinateur) et 54 138 (téléphone intelligent), pour un total de 94 837 pages vues.
- Production de matériel de promotion de la marque PCV destiné aux consommateurs pour le commerce de détail : campagne Web, affiches et dépliants.
- Dix placements publicitaires PCV par CPI Japon dans les journaux de l'industrie et les revues consacrées à la viande du Japon (avril 2018 à mars 2019)
- Assistance aux missions en visite, aux programmes d'accès au marché et collaboration avec l'ambassade du Canada et les commissionnaires commerciaux provinciaux



FAITS SAILLANTS ET ACTIVITÉS EN CHINE

- Admissibilité d'exportation de porc refroidi vers la Chine pour un certain nombre d'entreprises de viande homologuées pas l'ACIA – première étape dans l'établissement d'un protocole pour étendre la distribution de produits du porc en Chine (avril)
- Partenariat avec le Beijing HuaLian Group (BHG) pour la promotion en magasin de produits de porc canadien dans 12 magasins à Beijing (2 août au 30 octobre)
- Partenariat avec la chaîne de restaurants Hot Pot dans 80 emplacements à Shanghai (septembre)
- Participation à l'événement-réception Agriculture et Agroalimentaire Canada rencontre la cuisine du Sichouan, regroupant plus de 40 chefs, et organisé par le consulat général du Canada à Chongqing (octobre)
- Partenariat avec l'importateur canadien de produits du porc Green Maple pour une promotion du Wu Shang Group dans 9 super magasins à Wuhan (décembre)
- Première rencontre du comité conseil CPI pour la Chine (mars)



ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

- Séminaires avec 40 participants à Buenos Aires, en Argentine (30 juillet 2018) et en partenariat avec Bœuf canadien, avec 100 participants, à Santiago, au Chili (1er août 2018)
- Conférence annuelle CPI 2019 Bâtir sur les valeurs, à Toronto, au Canada, avec 140 participants (21 février 2019)
- Partenariat avec Bœuf canadien pour la présentation de l'International Meat Secretariat (IMS) Marketing and Communications Workshop à Banff, au Canada, devant plus de 40 participants (12-14 mars 2019)



SALONS COMMERCIAUX ET MISSION COMMERCIALE

SALONS COMMERCIAUX INTERNATIONAUX

- Food & Hotel Asia 2018 (24–27 avril 2018) à Singapour avec 8 membres de CPI et 81 896 participants
- Seoul Food & Hotel 2018 (1er–4 mai 2018) à Séoul, en Corée du Sud, avec 9 membres de CPI et 45 092 participants
- SIAL China 2018 (16–18 mai 2018) à Shanghai, en Chine, avec 18 membres de CPI et 110 635 participants
- SIAL Paris 2018 (21–25 octobre 2018), à Paris, en France, avec 18 membres de CPI et 310 000 participants
- Food & Hotel China 2018 (13–15 novembre 2018) à Shanghai, en Chine, avec 18 membres de CPI et 90 000 participants
- Expo Carnes 2019 (février 2019) À Monterrey, au Mexique, avec 16 membres de CPI et 6 500 participants

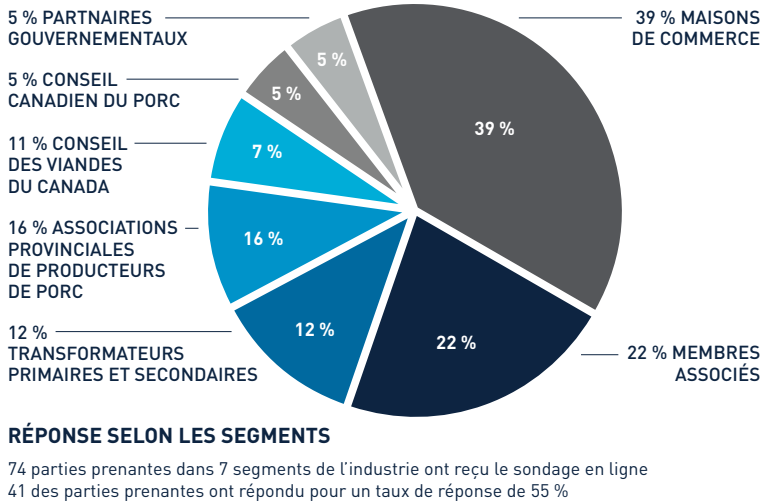
MISSION COMMERCIALE

- Mission ministérielle en Argentine et au Chili (août 2018)

MESURES DE RENDEMENT

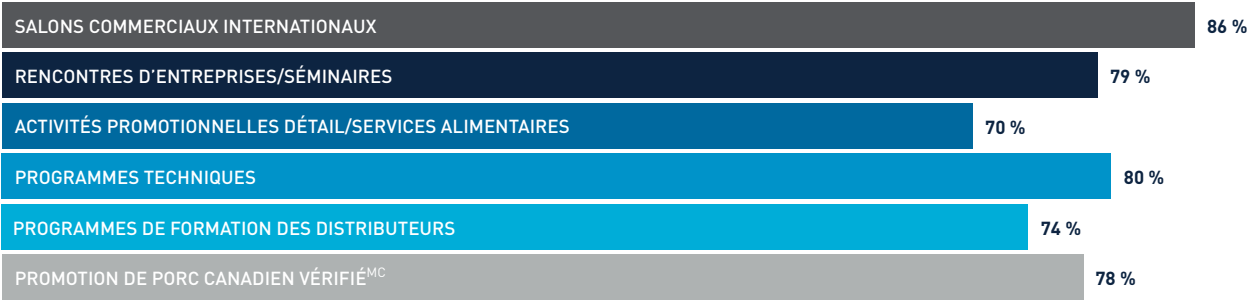
SONDAGE 2019 AUPRÈS DES MEMBRES DE CPI

CPI a effectué un sondage en ligne auprès des compagnies membres et des parties prenantes afin d'évaluer leur satisfaction quant aux programmes et services offerts par CPI. Le sondage comptait quatre questions pour évaluer la connaissance des activités de CPI et l'efficacité des programmes et services.

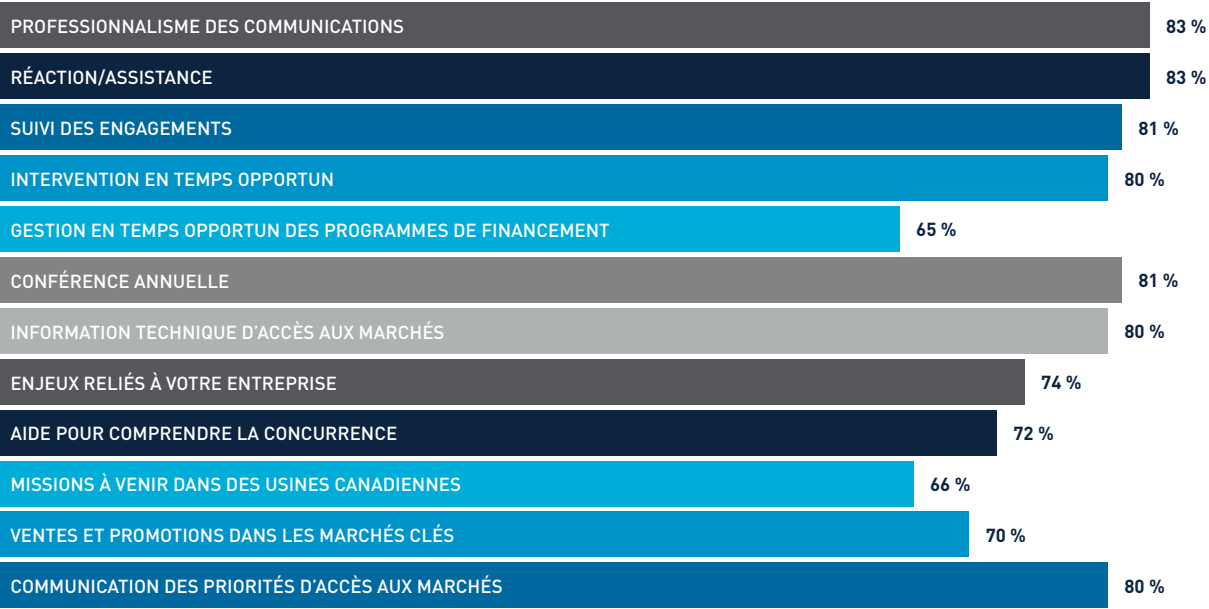


NOTE GLOBALE : CPI A REÇU UNE NOTE AGRÉGÉE D'ÉVALUATION DE SES ACTIVITÉS, DE SES COMMUNICATIONS ET DE SON EFFICACITÉ DE 7,7 SUR 10

CONNAISSANCE/QUALITÉ/EFFICACITÉ DES ACTIVITÉS DE CPI



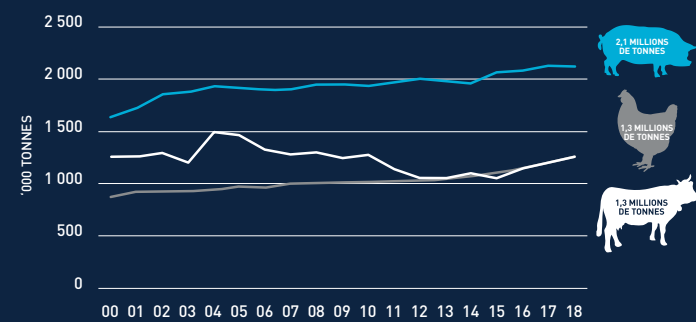
EFFICACITÉ DES COMMUNICATIONS DE CPI ET ATTEINTE DES PRIORITÉS DE VOTRE ORGANISATION



ÊTES-VOUS D'ACCORD QUE LES PROGRAMMES ET SERVICES DE CPI AIDENT LES ACHETEURS INTERNATIONAUX DE PORC CANADIEN À MIEUX COMPRENDRE LES POINTS SUIVANTS ?	OUI	NE SAIS PAS	NON
AVANTAGES QUALITÉ	78 %	17 %	5 %
AVANTAGE DE RENDEMENT DU CAHIER DES CHARGES	73 %	17 %	10 %
SALUBRITÉ DES ALIMENTS À LA FERME	66 %	27 %	7 %
SYSTÈME DE TRAÇABILITÉ	63 %	29 %	7 %
SALUBRITÉ DES ALIMENTS EN USINE	71 %	20 %	10 %
ACCÈS ET RÈGLEMENTS	76 %	20 %	5 %
PROPOSITION DE VALEUR GLOBALE	78 %	12 %	5 %
AUGMENTATION DE LA CONFIANCE DES CLIENTS	80 %	15 %	5 %
ACCÈS ACCRU À DE NOUVEAUX CLIENTS	61 %	24 %	15 %
CROISSANCE DE VOS EXPORTATIONS DE PORC	63 %	20 %	17 %
CONNAISSANCE DU MARCHÉ	78 %	17 %	5 %
COMPRÉHENSION DES EXIGENCES DE L'EXPORTATION	68 %	17 %	12 %

INDICATEURS DE MARCHÉ

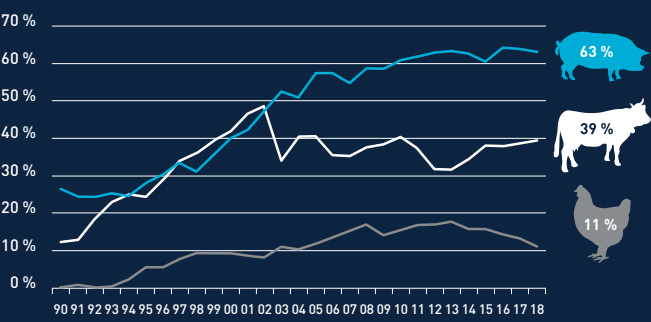
En 2018, les exportations de porc et de produits de porc ont atteint 1 262 061 tonnes et la valeur des exportations de porc s’est chiffrée à 3,86 milliards \$.



PRODUCTION CANADIENNE DE VIANDE PORC | POULET | BŒUF | 2000–2018

Source: Agriculture Canada, Statistiques Canada

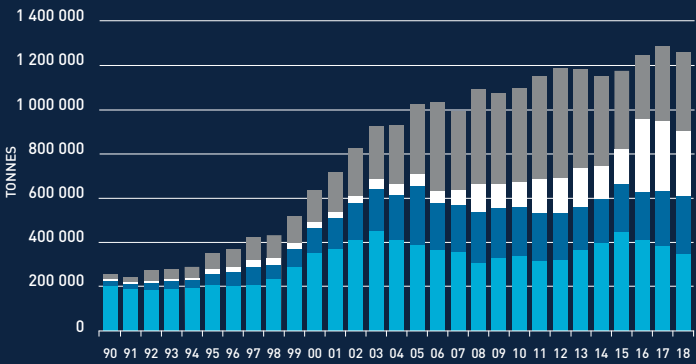
— PORC — POULET — BŒUF & VEAU



POURCENTAGE DE LA PRODUCTION EXPORTÉE DE VIANDE CANADIENNE

Source: Statistiques Canada

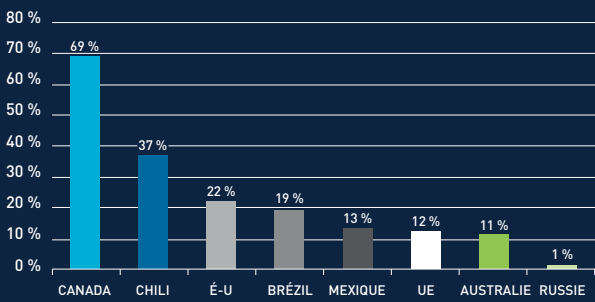
— PORC — POULET — BŒUF



VOLUME D'EXPORTATION DE PORC CANADIEN | 1990–2018

Source: Statistiques Canada

■ AUTRES ■ CHINE/H-K ■ JAPON ■ É-U

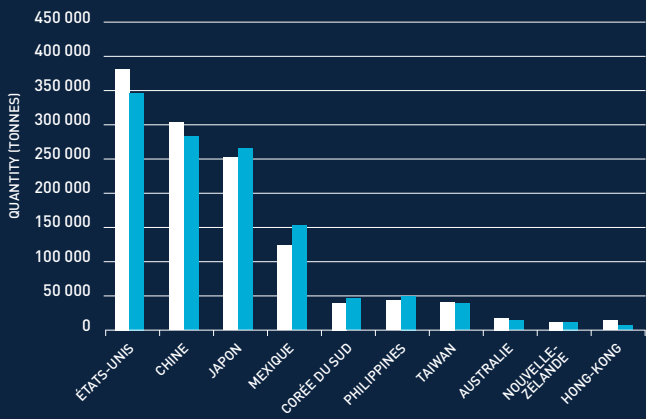


POURCENTAGE D'EXPORTATION DE LA PRODUCTION DE PORC DES PAYS QUI DÉPENDENT DE L'EXPORTATION

Source: GTIS, AgriTrends

PRINCIPALES CONSTATATIONS

- Le volume des exportations de porc canadien a augmenté de 167 560 tonnes (+ 15,3 %) au cours des 10 dernières années
- La valeur des exportations de porc canadien a augmenté de 1,12 milliard \$ (+ 41 %) au cours des 10 dernières années
- Les États-Unis demeurent le plus grand marché d’exportation en volume pour le Canada avec 346 350 tonnes en 2018
- La Chine demeure le deuxième marché d’exportation en volume pour le Canada avec 283 350 tonnes en 2018
- Le Japon demeure le marché de la plus grande valeur pour le Canada avec 1,27 milliard \$, soit 33 % de toute la valeur des exportations
- Les 10 premiers marchés d’exportation du Canada représentaient 95,8 % du volume total des exportations et 96,8 % de la valeur totale, en 2018
- En volume, les 10 premiers marchés d’exportation en 2018 étaient : les États-Unis, la Chine, le Japon, le Mexique, les Philippines, la Corée du Sud, Taiwan, l’Australie, la Nouvelle-Zélande et Hong-kong

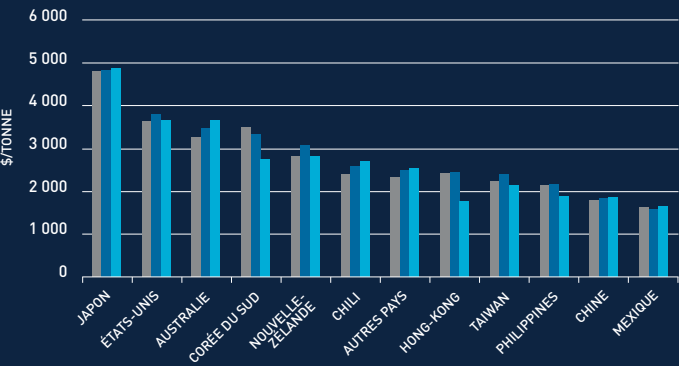


10 PREMIERS MARCHÉS POUR LE CANADA 2017 ET 2018

En 2018, les 10 principaux marchés représentaient 97 % de la valeur et 96 % du volume

Source: Statistiques Canada

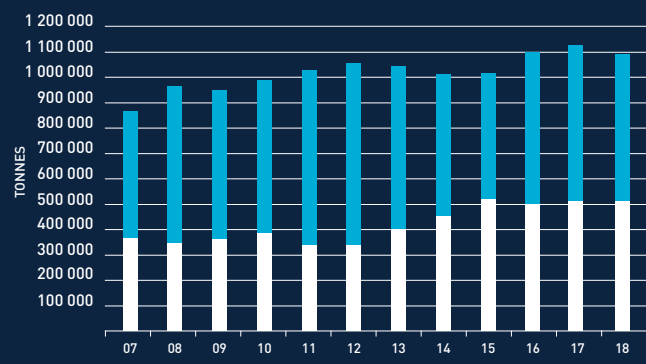
■ 2017 ■ 2018



VALEUR UNITAIRE PAR MARCHÉ EXPORTATIONS CANADIENNES DE PORC | 2016–2018

Source: Statistiques Canada

■ 2018 ■ 2017 ■ 2016

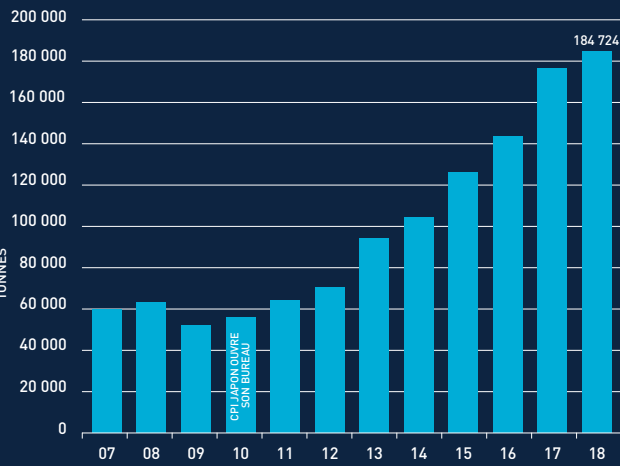


EXPORTATIONS CANADIENNES DE PORC FRAIS/REFROIDI ET SURGELÉ

Source: Statistiques Canada

■ TOTAL PORC FRAIS/REFROIDI – TOUS LES PAYS
■ TOTAL PORC SURGELÉ – TOUS LES PAYS

* incluant les découpes et les abats
* excluant le gras de porc et le porc transformé



CROISSANCE DU PORC CANADIEN REFROIDI JAPON | 2007–2018

Source: Statistiques du commerce du Japon, Ministère des Finances

2018–2019 RAPPORT FINANCIER

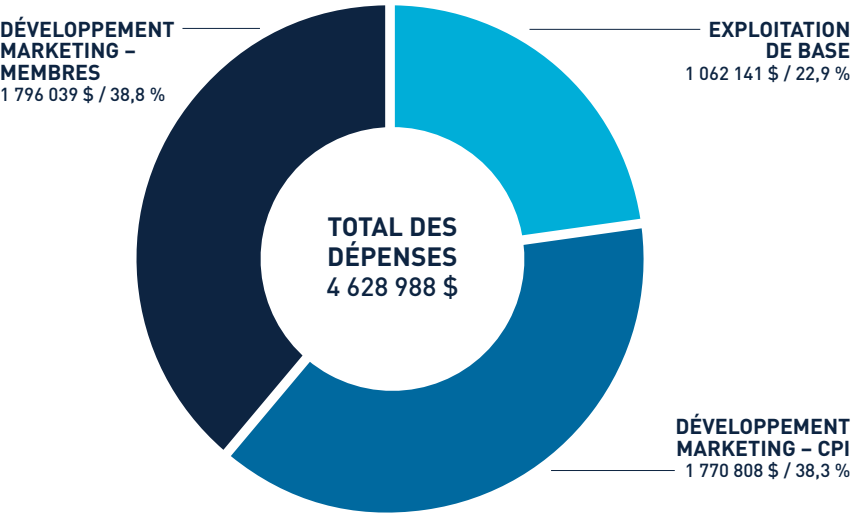
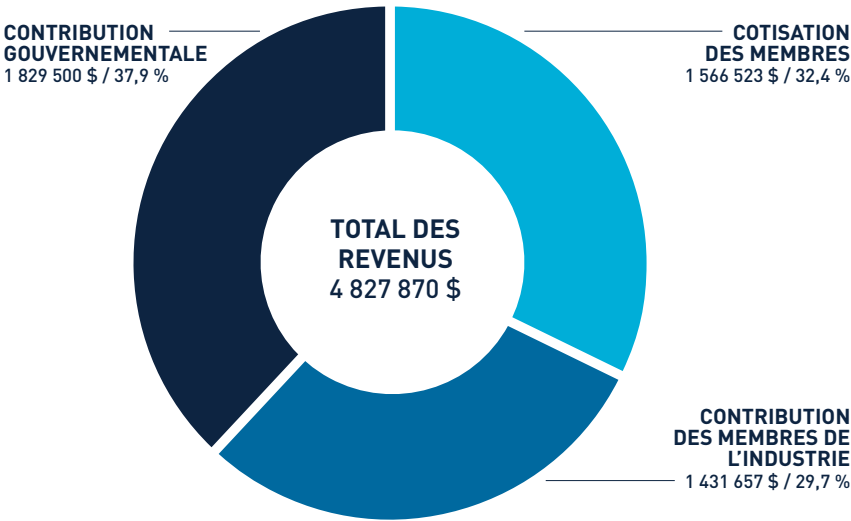
	2019	2018
ÉTAT DE LA POSITION FINANCIÈRE		
31 MARS 2019		
ACTIF		
Encaisse	594 137	664 152
Comptes débiteurs	1 716 202	417 726
Dépenses prépayées	55 246	205 554
Actif courant	2 365 585	1 287 432
Actif immobilier	—	1 200
ACTIF TOTAL	2 365 585	1 288 632

PASSIF ET ACTIF NETS		
Passif		
Comptes créditeurs et charges à payer	1 657 001	685 307
Apports reportés	112 496	343 162
Revenus reportés	170 973	33 930
Total du passif	1 940 470	1 062 399
Actif net affecté	—	1 200
Actif net non affecté	425 115	225 033
Actif net total	425 115	226 233
TOTAL DU PASSIF ET DE L'ACTIF NET	2 365 585	1 288 632

ÉTATS DES RÉSULTATS		
Pour l'exercice se terminant le 31 mars 2019		
REVENUS		
Cotisations des membres	1 566 523	1 591 478
Contribution des membres de l'industrie	1 431 657	635 302
Contributions gouvernementales	1 829 500	2 927 428
Autes	190	29 501
TOTAL DES REVENUS	4 827 870	5 183 709

DÉPENSES		
Exploitation de base	1 062 141	1 038 332
Développement marketing dirigé par CPI	1 770 808	1 799 248
Développement marketing initié par les membres	1 796 039	2 180 684
TOTAL DES DÉPENSES	4 628 988	5 018 264
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES REVENUS SUR LES DÉPENSES	198 882	165 445

2018–2019 RAPPORT FINANCIER



*En 2019, l'excédent des revenus sur les dépenses a été de 198 882 \$

CANADA PORC INTERNATIONAL

220, AVENUE LAURIER OUEST, BUREAU 900
OTTAWA (ONTARIO) CANADA K1P 5Z9

T : +1 613 236-9886

CL : CPI@CANADAPORK.COM

CANADAPORK.COM

VERIFIEDCANADIANPORK.COM



CANADA PORK INTERNATIONAL
CANADA PORC INTERNATIONAL

JAPON

3-2-32 MIHARADAI
NERIMAKU, TOKYO 177-0031 JAPON

T : +81 3 5947 5730

C : NOMURA@CANADAPORK.COM

CHINE

SUITE 77, 42/F, WHEELLOCK SQUARE
NO. 1717 WEST NANJING RD,

JINGAN DISTRICT

SHANGHAI, 200040 CHINE

T : +86 21 8028 6206

C : CPI@CANADAPORK.COM

