



PORC Canada

RAPPORT ANNUEL 2020-2021



Porc Canada est l'organisme d'information stratégique et de promotion des marchés au pays et à travers le monde pour l'industrie canadienne du porc.

Fondée en 1991, Porc Canada est une initiative conjointe du Conseil canadien du porc (représentant les 7 000 producteurs commerciaux de porc du Canada) et le Conseil des viandes du Canada (représentant l'industrie de la transformation du porc et du commerce des viandes).

Porc Canada défend les intérêts des membres de l'industrie, incluant les producteurs, les usines de transformation, les entreprises de commerce, les associations provinciales et les autres secteurs clés et organismes gouvernementaux, afin de promouvoir le porc canadien au pays et à travers le monde.

VISION

Canada : le fournisseur préféré au monde de porc de qualité

MISSION

Nous nous engageons à améliorer l'accès au marché, la connaissance des consommateurs et la croissance de l'industrie du porc canadien.



MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL

Au nom du conseil d'administration de Porc Canada, c'est avec plaisir que je vous présente le rapport annuel 2020-2021.

On se souviendra de l'année 2020 comme l'une des plus difficiles de l'histoire récente. La pandémie mondiale de COVID-19 a bouleversé la vie personnelle et professionnelle de tous les Canadiens, et l'industrie canadienne du porc devra probablement s'ajuster à la réalité de l'environnement post-pandémie pendant un bon moment.

Malgré la problématique de la pandémie, le porc canadien a connu une année exceptionnelle en 2020. La production de porc canadien a atteint un volume de 2,3 millions de tonnes en 2020, et les exportations à un marché diversifié de plus de 90 pays ont dépassé 1,4 million de tonnes.

Plus que jamais, la demande pour le porc canadien a été forte chez nos clients internationaux atteignant un niveau historique en 2020.

Tout au long de la pandémie, le conseil d'administration a travaillé étroitement avec le personnel afin d'assurer la continuité des programmes et des services. Les nouvelles technologies ont permis de poursuivre en ligne, avec succès,

des activités normalement effectuées en personne, et ce, jusqu'à ce que les déplacements redeviennent possibles.

L'industrie canadienne du porc continuera à être confrontée à de nombreux défis. La menace de la peste porcine africaine et l'accès aux marchés actuels et émergents constitueront les dossiers prioritaires.

Je suis heureux de dire que les activités quotidiennes se poursuivent normalement et selon la stratégie, grâce à la direction de Trevor Sears et de son équipe, au Canada et outremer à nos bureaux du Japon et de la Chine.

Une fois encore, nos résultats démontrent la résilience de l'industrie canadienne du porc face aux défis de la pandémie mondiale en renforçant nos partenariats et en adaptant nos stratégies pour répondre aux intérêts supérieurs de l'industrie.

À tous les membres de Porc Canada, la détermination de notre industrie à collaborer pour trouver des solutions novatrices en ces moments des plus difficiles a été une grande inspiration pour moi. Votre soutien est apprécié.

Hans Kristensen – président du conseil

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2020-2021 DE PORC CANADA

PRÉSIDENT
Hans Kristensen,
Conseil canadien du porc

VICE-PRÉSIDENT
Guy Baudry,
HyLife Foods LP

TRÉSORIER
Neil Ketilson,
Donald's Fine Foods

MEMBRES DE L'EXÉCUTIF
Richard Davies,
Olymel, S.E.C. / L.P.

Dickson Gould,
Conseil canadien du porc

MEMBRES
Rick Bergmann,
Conseil canadien du porc

Chad Coleman,
P.J. Impex Inc.

Ron Gibson,
Les Aliments Maple Leaf Inc.

Oliver Haan,
Conseil canadien du porc

Scott Peters,
Conseil canadien du porc

Louis-Philippe Roy
Conseil canadien du porc

Troy Warren,
Sure Good Foods Ltd.



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'exercice financier 2020-2021 a apporté son lot de défis. La pandémie de COVID-19 a eu une incidence considérable sur tous les joueurs de l'industrie.

Au fur et à mesure de l'année, nous avons mieux compris comment travailler dans cette « nouvelle normalité ». Nos services en ligne et numériques nous ont permis de joindre nos clients et l'industrie à travers des webinaires, des rencontres entreprise à entreprise en ligne et des foires virtuelles. Nous n'avons cessé de travailler pour nos membres afin de réaliser notre vision de faire du Canada le fournisseur mondial de choix de porc de qualité.

Bien que la COVID-19 soit encore présente, nous devons nous pencher sur d'autres enjeux. L'accès à la Chine est toujours limité. Nous sommes à mettre en place une stratégie pour résoudre cet enjeu pressant et important, de concert avec le conseil d'administration.

La menace de la peste porcine africaine est toujours bien présente, et nous travaillons avec le gouvernement, les

associations de l'industrie et nos membres au développement d'outils de préparation pour l'industrie et à l'établissement d'ententes de zonage avec nos clients internationaux.

Ce fut une année difficile, et je tiens à remercier nos membres, nos producteurs de porc et nos partenaires de l'industrie pour votre soutien alors que nous continuons nos efforts pour faire face et nous adapter à ces temps difficiles.

Je veux aussi reconnaître notre personnel de Porc Canada. Ils ont démontré leur engagement, leur débrouillardise et leur travail acharné au cours de ces mois exigeants – merci de tous vos efforts.

Notre organisation est solide et je sais que nous passerons à travers ce mauvais temps. Je suis impatient de poursuivre notre travail pour améliorer l'accès au marché, la connaissance et la croissance de l'industrie canadienne du porc.

Trevor Sears – président-directeur général



CONNAISSANCE DE MARCHÉS et outils pour l'industrie

Porc Canada offre à ses membres de l'information privilégiée et exclusive sur le marché ainsi que l'analyse du commerce mondial du porc par des experts. Nous partageons régulièrement ces ressources qui incluent des rapports fouillés de sources respectées comme Global AgriTrends et Whole Hog Brief.

Porc Canada fournit aussi de l'information privilégiée et des analyses du commerce mondial de la viande afin de garder les membres informés sur la performance de l'industrie du porc et pour déceler les tendances. Ces rapports incluent :

- Les statistiques mensuelles des exportations de porc canadien.
- Le rapport hebdomadaire du marché asiatique, avec de l'information pertinente et opportune de nos bureaux outremer au sujet des lois, tendances et statistiques de ces marchés.
- Les statistiques hebdomadaires au sujet des abattages, des prix courants pour le porc, et des importations et exportations de porc.
- Une revue de presse quotidienne avec une sélection de nouvelles d'intérêt au sujet du marché canadien, du commerce de la viande, des marchés étrangers et des pays exportateurs concurrents.
- Le rapport mensuel d'activité de Porc Canada qui fournit plus de détails au sujet du travail entrepris par l'équipe de Porc Canada et de la manière dont ce travail apporte de la valeur aux membres.

OUTILS POUR L'INDUSTRIE

L'équipe de Porc Canada offre un large éventail de ressources, d'outils de développement du marché et d'outils marketing techniques destinés à soutenir ses membres, les clients ultimes, les clients et les parties prenantes de l'industrie dans leurs affaires au jour le jour. Ces ressources sont régulièrement mises à jour :

- Outils de développement du marché, y compris des guides de développement de la demande pour le détail et les services alimentaires, ainsi que de l'information au sujet du programme Porc canadien vérifié^{MC}.
- Outils marketing techniques, y compris des guides pour les découpes de viande et leurs particularités ; le Manuel de Porc Canada ; les outils de normes de la qualité ; et le manuel Lymph Nodes System.
- Les outils de la société comme le rapport annuel et le rapport annuel du Marketing national du porc.

La qualité canadienne, appréciée à l'échelle mondiale.

View this email in your browser
Pour voir cette infolettre de Porc Canada en français, cliquez-ici.



Canada Pork Regular Members Gain Access to Market Intelligence Publication

Canada Pork works to provide regular members with the market intelligence and industry news needed to stay ahead of the competition, make short and long-term decisions and build business in today's global environment.

We are pleased to announce we are adding a new publication to our market intelligence toolbox, one that will help members identify changes in market conditions and emerging issues important to the Canadian pork industry. Available to regular members only, access to *The Whole Hog Brief* is now part of the suite of benefits that come with membership in Canada Pork.

The Whole Hog Brief has been providing industry intelligence since 1999. Whole Hog's forecasting record for the direction of global pig prices has been 100% since then. Managed by industry expert and Editor, Dr. John Strak, this highly respected report is written by a team of industry experts from around the world. Only Canada Pork regular members have been provided with a special code to access this monthly report.



ACTIVITÉS au pays

L'équipe du Marketing national du porc (MNP) collabore avec les canaux de distribution afin d'assurer le succès pour les producteurs, les transformateurs et les parties prenantes auprès de leurs clients utilisant le porc canadien, grâce à la croissance et au rendement.

MARKETING NATIONAL DU PORC PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DE LA DEMANDE

Les programmes de développement de la demande utilisent les occasions du commerce de détail et des services alimentaires pour positionner le porc en tant que protéine de choix et comme une solution intéressante pour les repas. Ces programmes font la promotion de méthodes de cuisson selon la saison et les thèmes et ils fournissent la température interne optimale de cuisson. Tout ceci amène une plus grande confiance des clients ultimes et une plus grande satisfaction des consommateurs. Les thèmes marketing stratégiques incluent : les grillades printemps/étés ; la rôtisserie et la cuisson lente automne/hiver ; les saveurs asiatiques en toutes saisons ; et le guide « Coupez et épargnez ».

Cette année, l'équipe a lancé un programme de stimulation de la demande par l'utilisation des côtes de flanc et par la promotion des côtes de flanc fraîches dans les épiceries. Le programme inclut une étiquette sur l'emballage qui explique comment transformer un carré complet de côtes non parées en des côtes de flanc style Saint-Louis. Des suggestions de méthodes de cuisson sont aussi présentées sur l'emballage pour un impact maximal.

MARKETING NATIONAL DU PORC INFORMATION ET PROMOTION

L'information et la promotion constituent la pierre angulaire de la proposition de valeur de l'équipe du MNP aux parties prenantes. Les éléments clés comprennent le Programme de formation pour distributeurs (PFD) qui se concentre sur des présentations en temps réel et des démonstrations ; des vidéos pédagogiques YouTube qui montrent comment couper et préparer le porc canadien ; des ressources et du matériel techniques et promotionnels englobant du matériel générique de point de vente et des tableaux de découpe ; des manuels de produits et des guides de merchandisage ; et le site Web du Porc canadien vérifié^{MC}, en français et en

anglais. Cette année, Porc Canada a lancé trois nouvelles vidéos de style webinaire axées sur le thème « Saveurs asiatiques sensationnelles ». Ces webinaires ont été ajoutés au site Web verifiedcanadianpork.com et distribués à l'industrie.

Cette année, on a produit dix nouvelles vidéos de la série vidéo « Chef à la maison ». L'équipe s'est aussi attachée à augmenter la distribution des vidéos « Chef à la maison » et « Boucher à la maison » et plusieurs vidéos ont été traduites en français et placées sur le site français du PCV.

Le MNP a fait une mise à jour de la version anglaise du Manuel du porc canadien et a aussi terminé une nouvelle brochure pour le programme de marketing pour les services alimentaires.

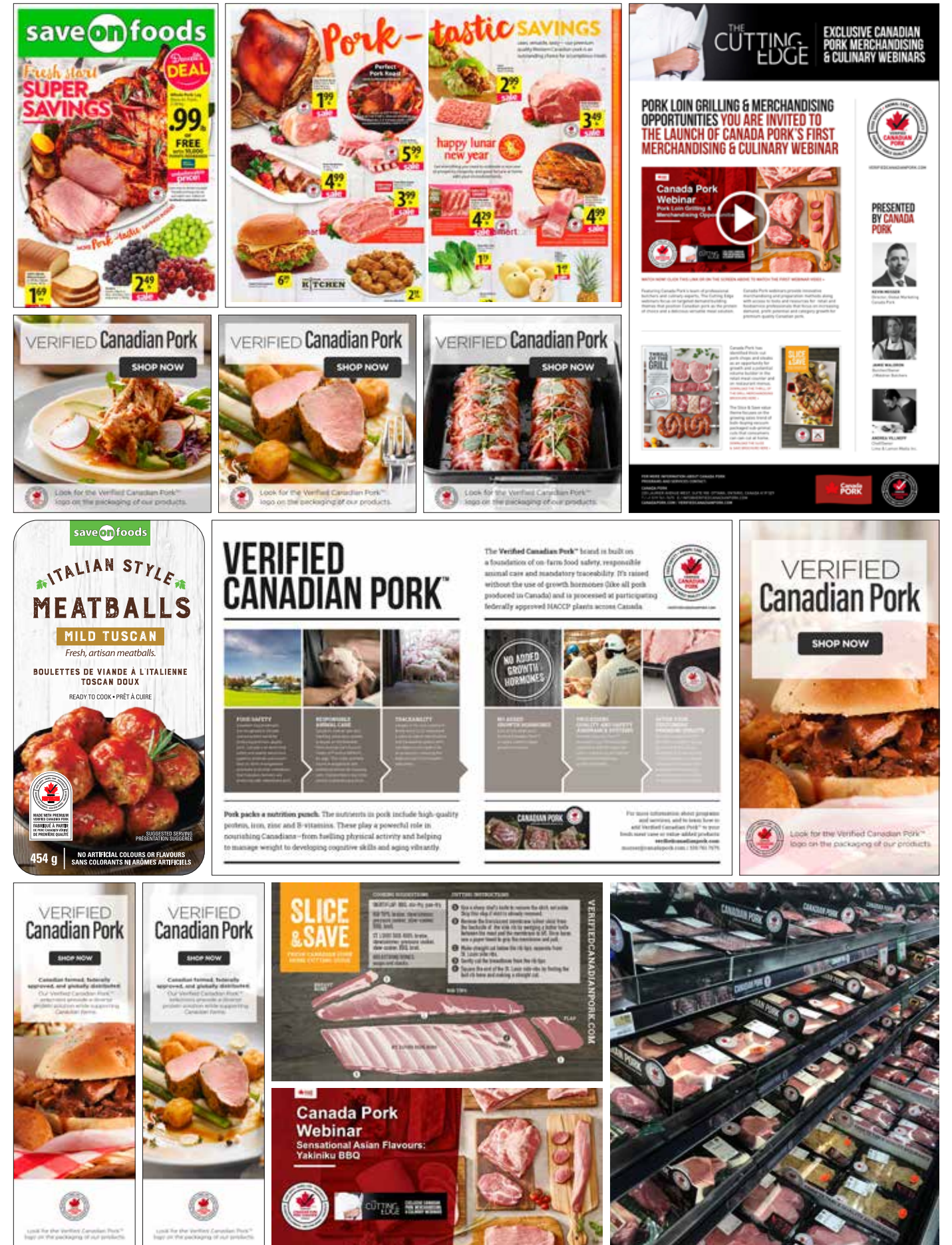
L'équipe du MNP a aussi produit un rapport annuel – le sixième rapport annuel du programme. Le rapport comprend les réalisations et les mesures de performance pour le MNP ainsi que les indicateurs de marché pour l'an dernier.

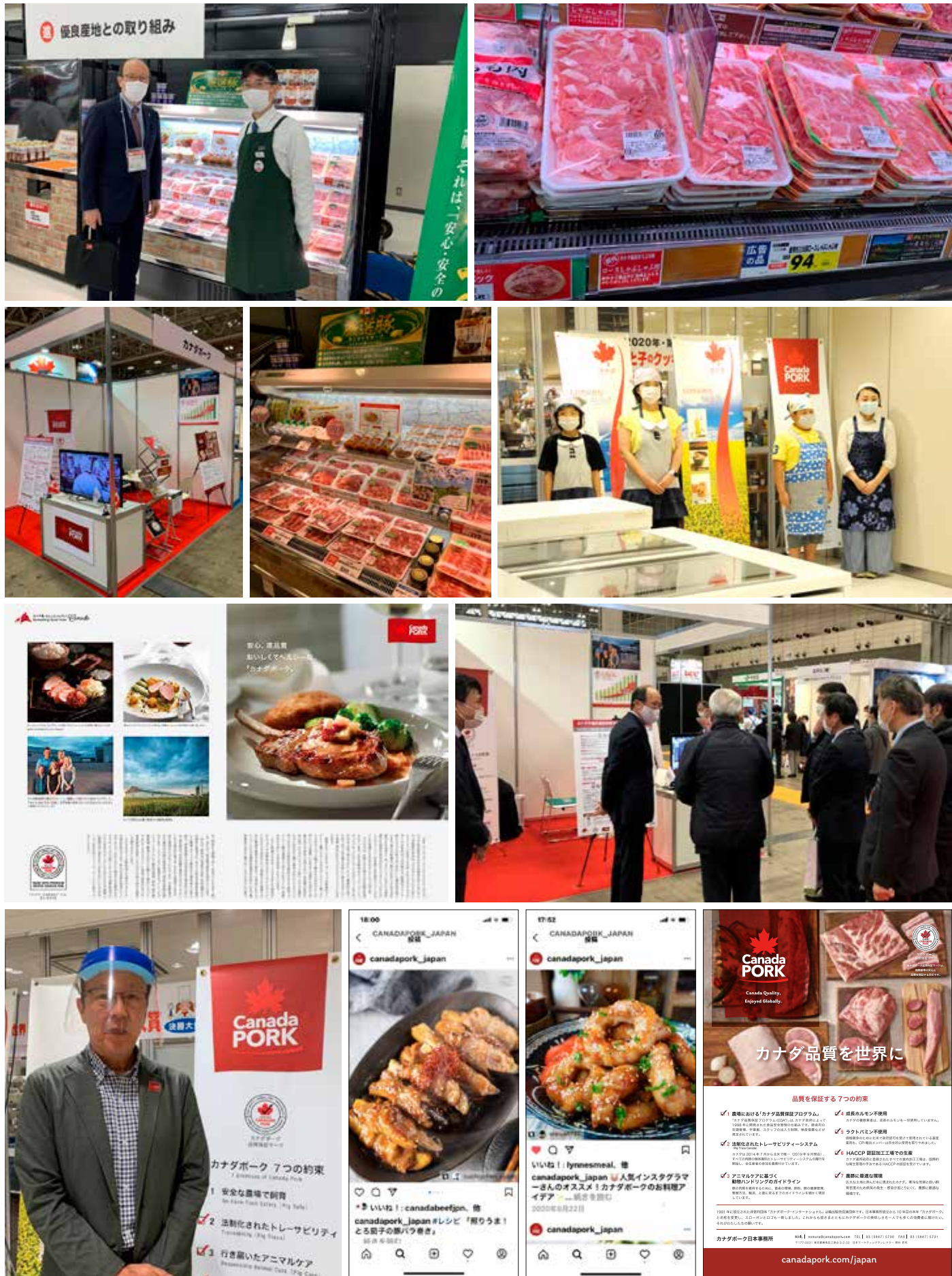
PUBLICITÉ DESTINÉE À L'INDUSTRIE

L'équipe du MNP a produit une campagne publicitaire comprenant quatre encarts dans deux publications de l'industrie (Foodservice & Hospitality Magazine et Canadian Grocer). Les annonces présentaient un nouveau créatif et faisaient la promotion de l'assurance de qualité de la ferme à la table du Porc canadien vérifié^{MC} ainsi que les programmes et services disponibles auprès de l'équipe du MNP.

RESSOURCES POUR LA COVID-19

L'équipe du MNP a créé une vidéo promotionnelle en lien avec la COVID-19, et qui montre que la santé et la sécurité des employés des usines de transformation et de leurs communautés locales sont une priorité absolue. La vidéo, produite en français et en anglais, a été proposée aux clients et aux membres pour utilisation dans leurs médias marketing et sociaux.





Activités internationales JAPON

ÉTABLIR UN LIEN AVEC LES CONSOMMATEURS

Étant donné les occasions limitées de rencontres en personne, le bureau de marketing de Porc Canada au Japon s'est tourné vers les médias sociaux pour établir un lien avec les consommateurs, en lançant une page Instagram en mai 2020.

L'équipe a produit plusieurs présentations de cuisine en direct mettant en vedette des influenceurs Instagram – ces influenceurs ont entre 50 000 et 145 000 adhérents. Les influenceurs ont fait des démonstrations culinaires et/ou ont publié des recettes de porc canadien qu'ils ont créées.

INFORMER LES CLIENTS ET LES CONSOMMATEURS

Informers les clients et les consommateurs est un volet important de Porc Canada Japon. Cette année, la programmation éducative s'est déclinée en ligne et dans des événements en présentiel.

Porc Canada Japon a présenté le Programme de formation des distributeurs (PFD) aux étudiants de la Federal Meat Academy en juillet 2020.

Porc Canada Japon a présenté un PFD par webinar au personnel de l'exploitation de la chaîne de supermarchés Kanesue en septembre 2020. C'était le premier webinar pour le bureau du Japon.

Porc Canada Japon a fait une présentations PFD en mars 2021 au Makuhari Mess à Chiba à l'occasion de la Foire japonaise de l'industrie de la viande 2021.

PRODUCTION D'ÉVÉNEMENTS RÉUSSIS

Porc Canada Japon a collaboré avec TV Osaka à la présentation du 28e Grand Prix annuel de cuisine parent-enfant, en juillet 2020. Cet événement a été diffusé dans le cadre du programme télévisé spécial de la fête d'été de TV Osaka (couvrant la région du Kansai).

Habituellement, Porc Canada Japon soutient les démonstrations en magasin chez Costco et chez d'autres chaînes de supermarchés afin d'accroître la connaissance de la marque et les ventes de porc canadien ; cependant, à cause des restrictions de la COVID-19, les démonstrations ont cessé. À la place, Costco a tenu une foire « Canada » offrant des rabais sur les produits canadiens, incluant le porc canadien.

Costco Japon a recommencé les présentations de dégustation en magasin pour la viande transformée (pas encore pour la viande fraîche). La dégustation en magasin de Porc Canada s'est tenue le 5 novembre dans tous les magasins-entrepôts de Costco Japon.

La chaîne de supermarchés BELC (région du Kanto, près de Tokyo) offre du porc canadien à ses clients depuis plus de 20 ans. La chaîne de supermarchés offre maintenant six produits de porc refroidi provenant de six fournisseurs différents. Leur magasin de Wako Shirako a récemment annoncé le porc canadien dans sa circulaire.

Deux chaînes de restaurants bien connus du Japon offrent du porc canadien. Le menu du restaurant Mallory Pork Steak offre un grand éventail de coupes et de tailles. La chaîne de restaurants Tokyo Tonteki est renommée pour ses steaks de porc plus épais, servis dans une poêle en fonte grésillant.

PARTICIPATION À DES FOIRES COMMERCIALES

Porc Canada a participé à la Foire des supermarchés (SMTS) qui a eu lieu du 17 au 19 février 2021 au centre des congrès Makuhari Messe en banlieue de Tokyo.

La Foire de l'industrie japonaise de la viande et la Foodex Japan ont eu lieu ensemble du 9 au 21 mars 2021.

Activités internationales CHINE

ÉTABLIR UN LIEN AVEC LES CONSOMMATEURS

Le bureau de Porc Canada en Chine a adapté une sélection de vidéos de Porc canadien vérifié^{MC} pour le marché de la Chine. Les vidéos ont été traduites en chinois et sont utilisées à divers événements promotionnels, les rendant accessibles à l'auditoire chinois.

DÉVELOPPER DES RESSOURCES EFFICACES

Des ressources clés de Porc Canada ont été traduites en chinois et mises à la disposition des industries du détail, des services alimentaires et de la transformation.

PRODUCTION D'ÉVÉNEMENTS RÉUSSIS

Webinaire pour l'industrie des viandes

En juillet 2020, Porc Canada, en collaboration avec Bœuf canadien, a présenté un webinaire au marché chinois présentant les mesures prises par l'industrie canadienne des viandes rouges pour contrer le virus de la COVID-19. Le thème du webinaire était « Confiance dans la qualité – sauvegarder l'approvisionnement canadien de viande rouge ».

Il y a eu environ 50 participants comprenant des importateurs sur le marché, des distributeurs et des clients ultimes, ainsi que des associations des viandes et des autorités de réglementation.

Semaine chinoise internationale de l'industrie des viandes

Le China Meat Association (CMA) a organisé la Conférence mondiale du développement de l'industrie des viandes 2020 qui a eu lieu les 8-9 septembre 2020 à Qingdao, en Chine. Environ 700 représentants de l'industrie y ont participé.

Trevor Sears, PDG de Porc Canada, s'est joint au panel de discussion et a partagé de l'information au sujet de l'industrie

canadienne du porc, des tendances en exportation et du programme de Porc canadien vérifié^{MC}. Cet événement a été le plus gros et celui avec la plus grande influence de l'industrie de la viande en Chine en 2020.

Foire commerciale Food Hotel China

La Food Hotel China a eu lieu au nouveau Centre d'exposition internationale de Shanghai du 10 au 12 novembre 2020. Porc Canada était un exposant avec un nouveau kiosque.

Le nouveau kiosque montre des images de coupes de porc et de délicieux mets cuisinés avec du porc canadien. Le kiosque de Porc Canada a attiré des centaines de visiteurs au cours des trois jours d'exposition. Les visiteurs ont reçu la nouvelle trousse d'information qui comprenait la liste de contacts des membres 2020-2021 de Porc Canada, le dépliant sur l'assurance de la qualité, le dépliant pour les services alimentaires et le guide d'achat pour les services alimentaires et les détaillants.

La Table des chefs d'ANUFOOD Chine

Porc Canada a participé à la Table des chefs d'ANUFOOD Chine qui s'est déroulée à Guangzhou. Cet événement fournit une occasion unique d'obtenir des clients potentiels de l'industrie et d'augmenter la visibilité de la marque dans le marché du Sud-Est de la Chine. Un chef célèbre a fait une démonstration sur place avec des côtes de porc canadiennes ; cette présentation était également diffusée en direct sur les médias sociaux, ce qui a permis d'atteindre un total de 220 000 visionnements.

Les participants comprenaient 87 acheteurs des industries du commerce de détail et des services alimentaires.



anufood china 强力推动

世界食品（深圳）博览会
新 2021年4月21-23日
深圳国际会展中心（新馆）

Canada PORK
加拿大猪肉协会

加拿大猪肉协会 (Canada Pork) 由加拿大大肉类协会 (猪肉加工商) 和 Canadian Pork Council (加拿大猪肉养猪者协会) 成立于1991年。加拿大猪肉协会会员包括19家加工厂与20家贸易商。加拿大猪肉协会为加拿大猪肉行业在加拿大国内市场与出口市场进行市场拓展与推广，致力于推进市场准入、提高加拿大猪肉的知名度，持续保持行业的增长。

加拿大认证猪肉™
加拿大本土饲养
加拿大联邦认证
畅销于全球市场

加拿大肉猪养殖者和猪肉加工商携手共同为中国餐饮企业提供令人激动的机遇。为客户带来从农场到餐桌的质量保证体系，为经销商和餐饮企业带来专业化的市场支持。

加拿大认证猪肉™ (CP) 是由致力于提供符合世界上最高食品安全标准的猪肉加工商、高品质肉猪养殖者和猪肉加工商所持有的品牌。

- ✓ 农场食品卫生与安全 (PigSAFE)
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 负责任的环境处理 (PigCARE)
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 猪群的追溯系统 (PigTRACE)
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 不添加抗生素
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 安全食品保障
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 安心食品加工厂生产 (HACCP Approved)
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划
- ✓ 食品安全保障
- ✓ 加拿大食品工业安全与动物福利保护计划 (CCQA) 计划



FOR CHINESE MEAT PROFESSIONALS

SAFEGUARDING THE CANADIAN MEAT SUPPLY
A Webinar Presentation from the Canadian Beef and Pork Industries.

Join Our Speakers

Ms. Rachael Beedington
Minister (Commercial)
Embassy of Canada in China

Mr. Trevor Sears
President/CEO
Canada Pork

Mr. Michael Young
President
Canada Beef

Dr. Xianglin Yang
Microbiologist
Agriculture and Agri-Food Canada

Industry Leaders,
We would like to personally invite you to join us for an important webinar on July 30th. Dr. Yang will provide an overview of key information on the virus followed by a presentation on the current measures taken by the Canadian meat industry to protect against COVID-19. Our processing sector has invested over 50 million dollars to safeguard the health of workers and to help ensure an uninterrupted supply of Canadian beef and pork for the export marketplace.

Canada Pork and Canada Beef will each present an overview of marketing and promotion programs and the value proposition that our products bring to the marketplace.

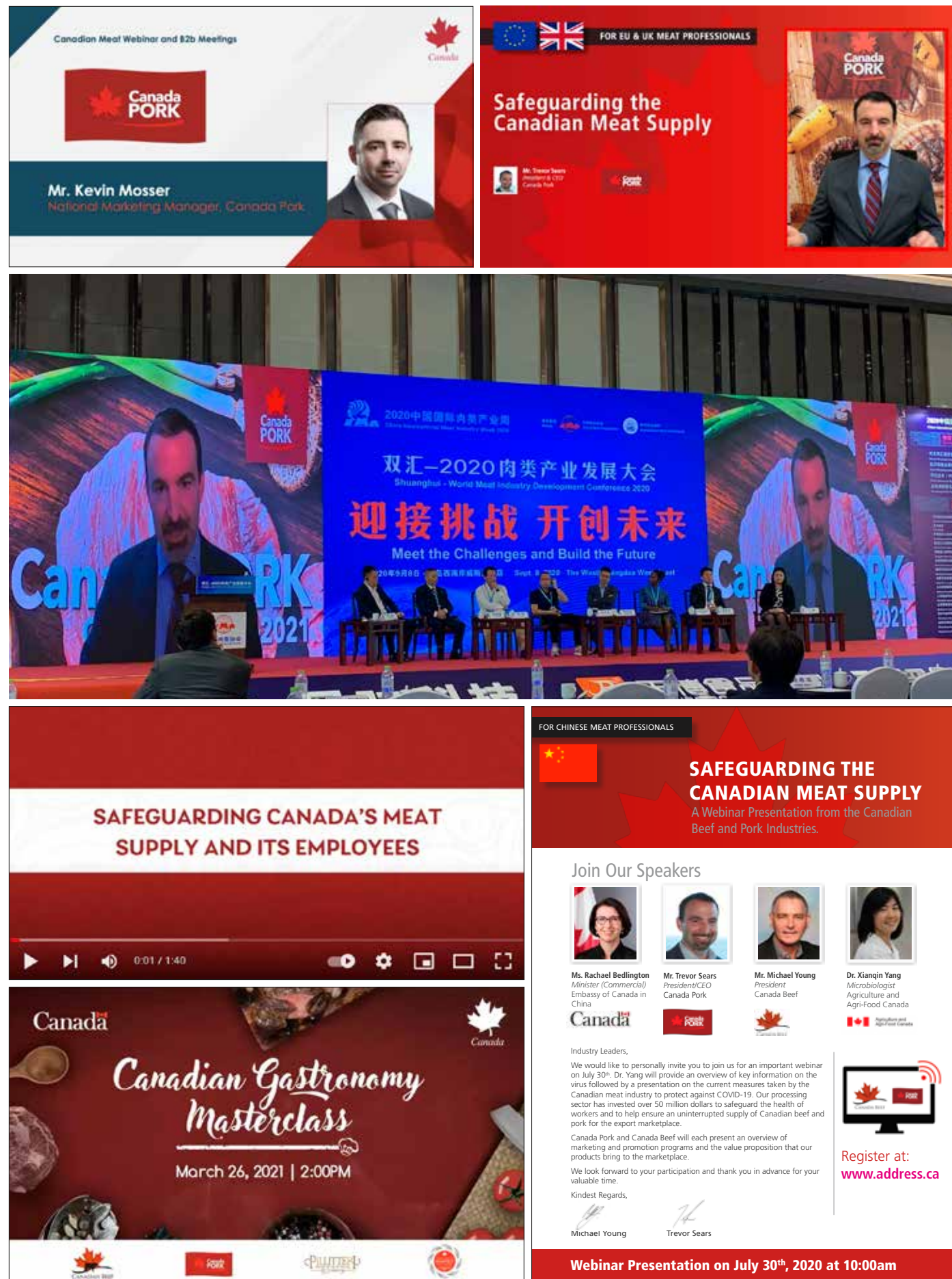
We look forward to your participation and thank you in advance for your valuable time.

Kindest Regards,
Michael Young
Trevor Sears

Register at:
www.address.ca

Webinar Presentation on July 30th, 2020 at 10:00am





WEBINAIRES et séances B2B

Dans ce nouveau monde de la pandémie, beaucoup d'événements sont passés du présentiel au virtuel. Porc Canada a adopté cette nouvelle normalité avec une série de webinaires et de foires commerciales virtuelles.

RENCONTRER L'INDUSTRIE EN LIGNE GRÂCE AUX WEBINAIRES

On a tenu six webinaires au cours de cet exercice financier, avec la Chine, le Japon, la Corée du Sud, Taiwan, les Philippines et l'UE/G.-B. Ces événements en direct ont souvent bénéficié d'un mot d'introduction de l'ambassade canadienne ou des bureaux commerciaux sur place. On y a parlé de la sécurité et des avantages du porc canadien ainsi que des programmes et services disponibles en soutien aux clients ultimes.

En juillet 2020, Porc Canada et Bœuf canadien ont présenté conjointement un webinaire pour le marché chinois qui couvrait les mesures prises par l'industrie canadienne de la viande rouge pour faire face à la pandémie de COVID-19. Le thème du webinaire était « Confiance dans la qualité – sauvegarder l'approvisionnement canadien de viande rouge », et a attiré environ 50 participants.

En septembre 2020, Porc Canada Japon et Bœuf canadien ont présenté conjointement un webinaire qui décrivait les mesures en vigueur pour protéger l'industrie des viandes de la COVID-19. Le thème du webinaire était « Sauvegarder l'approvisionnement canadien de viande rouge », et a attiré 169 participants comprenant des importateurs sur le marché, des distributeurs, des fournisseurs, des clients ultimes, des transformateurs, des associations de viande ainsi que des autorités de réglementation qui ont tous eu des commentaires positifs.

Porc Canada a récemment participé à un webinaire présenté

au marché de l'UE/G.-B. Le webinaire intitulé « Sauvegarder l'approvisionnement canadien de viande » est une collaboration de Porc Canada, de Bœuf canadien et du gouvernement du Canada. Ce fut le premier webinaire dans ce marché et il était destiné aux contacts d'affaires entre entreprises.

PARTICIPATION À DES FOIRES COMMERCIALES VIRTUELLES

Porc Canada a participé à la foire World Food Expo qui a eu lieu à Manille, aux Philippines, en mars 2020. Cette foire a été présentée sous forme virtuelle et l'ambassade du Canada y a tenu un « kiosque » auquel Porc Canada a participé dans la section des produits canadiens de viande.

Au cours de la foire, on a tenu une classe de maître de gastronomie canadienne en direct sur Facebook Live le 26 mars. Porc Canada et Bœuf canadien ont fait des présentations qui ont été suivies par celles d'autres fournisseurs canadiens de produits alimentaires et de vins. Les présentations comprenaient de l'information, des recettes et des démonstrations culinaires.

LA CONFÉRENCE ANNUELLE DE PORC CANADA EN VIRTUEL

Porc Canada a tenu sa conférence annuelle le jeudi 11 février et ce fut un succès. La différence, cette année, est que la conférence était virtuelle. Plus de 150 personnes ont participé à l'événement en direct.

CRÉER DES RESSOURCES COVID-19 EFFICACES

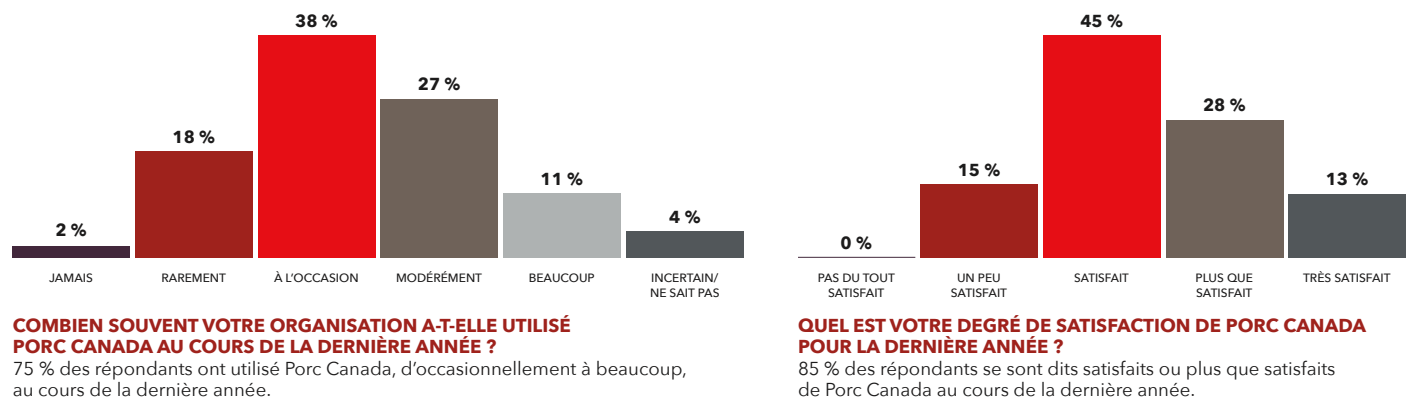
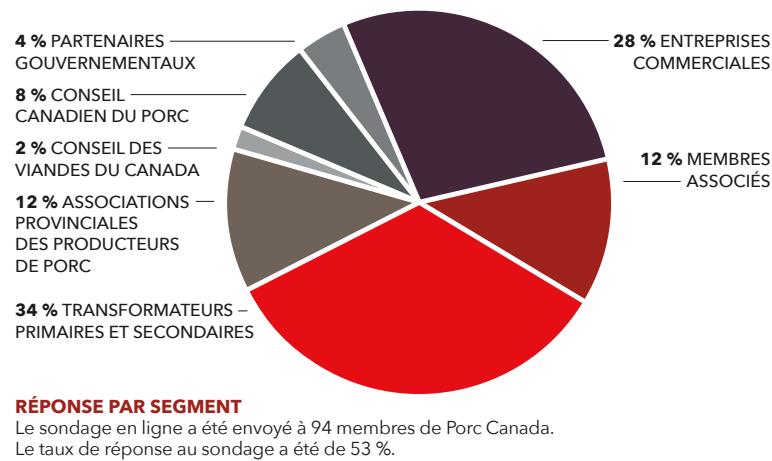
Porc Canada a créé une vidéo promotionnelle en lien avec la pandémie de COVID-19, et qui montre que la santé et la sécurité des employés des usines de transformation et de leurs communautés locales sont une priorité absolue. La vidéo, produite en français et en anglais, a été proposée aux clients et aux membres pour utilisation dans leurs médias marketing et sociaux.

MESURES

de la performance

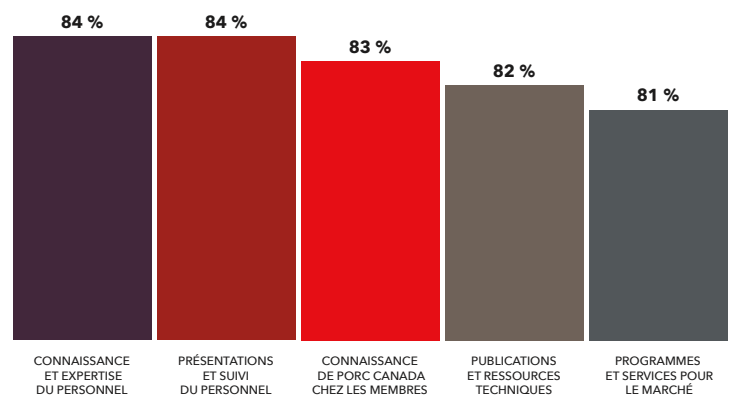
SATISFACTION DES MEMBRES DE PORC CANADA SONDAGE 2020

Porc Canada a effectué un sondage de satisfaction en ligne auprès des entreprises membres afin d’obtenir leur évaluation et leur rétroaction au sujet de ses services et programmes.



LA NOTE GLOBALE DES RÉPONDANTS DU SONDAGE DE PORC CANADA EST DE 8,3 SUR 10.

On a demandé aux répondants d’évaluer cinq éléments clés des priorités et activités sur une échelle de 1 à 10 (10 étant la note la plus haute). La combinaison de ces cinq catégories clés (qu’on voit à droite) a fourni un résultat global de 8,3 sur 10 ou 83 %.



75 % DES RÉPONDANTS ONT UTILISÉ PORC CANADA D’OCCASIONNELLEMENT À BEAUCOUP, AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE. 85 % DES RÉPONDANTS SE SONT DITS SATISFAITS OU PLUS QUE SATISFAITS DE PORC CANADA AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE.

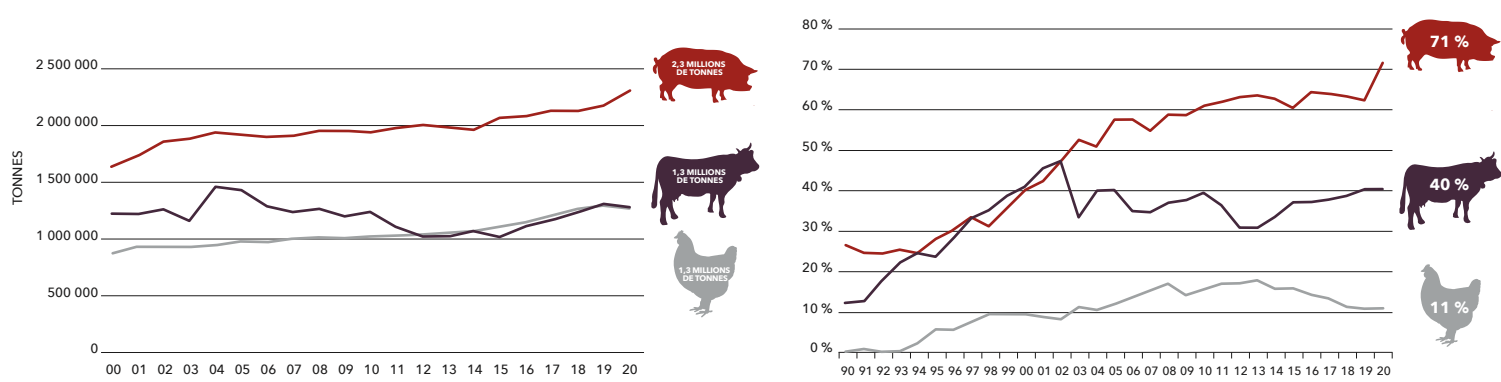
CONSIDÉRANT LES OBJECTIFS DE VOTRE ORGANISATION, ÉVALUEZ COMMENT LES PROGRAMMES ET SERVICES DE PORC CANADA SONT RELIÉS À VOS OBJECTIFS. DONNEZ UNE NOTE DE 1 À 5, 5 ÉTANT LA NOTE LA PLUS HAUTE.	
SÉANCES D'INFORMATION SUR L'ACCÈS AU MARCHÉ ET LA RÉGLEMENTATION.	4,09
FOIRES INTERNATIONALES, SÉMINAIRES, RENCONTRES ENTRE ENTREPRISES.	4,02
MISSIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES – ENTRANTES OU SORTANTES.	3,82
SOUTIEN À LA MARQUE PORC CANADIEN VÉRIFIÉ ET MATÉRIEL PROMOTIONNEL.	3,36
PROMOTIONS DE VENTE EN SOUTIEN À VOTRE STRATÉGIE MARKETING DANS LES MARCHÉS CLÉS.	3,29

CONSIDÉRANT LES OBJECTIFS DE VOTRE ORGANISATION, ÉVALUEZ LES COMMUNICATIONS OU RESSOURCE SUIVANTES DE PORC CANADA EN LIEN AVEC VOS OBJECTIFS. DONNEZ UNE NOTE DE 1 À 5, 5 ÉTANT LA NOTE LA PLUS HAUTE.	
LES RAPPORTS D'INFORMATION DU MARCHÉ DE PORC CANADA, INCLUANT GLOBAL AGRI-TRENDS ET WHOLE HOG BRIEF.	4,3
LES RAPPORTS DE COMMUNICATION DE PORC CANADA, INCLUANT LA REVUE DE PRESSE QUOTIDIENNE, LE RAPPORT MENSUEL D'ACTIVITÉ DE PORC CANADA, LA MISE À JOUR HEBDOMADAIRE DU MARCHÉ ASIATIQUE.	4,2
LE MATÉRIEL TECHNIQUE DE PORC CANADA, INCLUANT LE MANUEL DE PORC CANADA, LA QUALITY STANDARDS RULER DE PORC CANADA, LE GUIDE D'ACHAT POUR LE DÉTAIL ET LES SERVICES ALIMENTAIRES DE PORC CANADA, LYMPH NODE GUIDE, ETC.	3,93
LES PROGRAMMES TECHNIQUES DE PORC CANADA, INCLUANT LE PRORAMME DE FORMATION DES DISTRIBUTEURS (PFD), L'ÉTALONNAGE, LA DÉCOUPE, LE MARCHANDISAGE OU LES DÉMONSTRATIONS CULINAIRES	3,37
LES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES DE PORC CANADA DANS LES MAGASINS DE DÉTAIL, LES HÔTELS, LES RESTAURANTS ET LES ÉCOLES DE CUISINE.	3,28

CONSIDÉRANT LES OBJECTIFS DE VOTRE ORGANISATION, ÉVALUEZ LE SOUTIEN DE PORC CANADA POUR LES ÉLÉMENTS SUIVANTS EN LIEN AVEC VOS OBJECTIFS. DONNEZ UNE NOTE DE 1 À 5, 5 ÉTANT LA NOTE LA PLUS HAUTE.	
EFFORTS DE REPRÉSENTATION DE L'INDUSTRIE ET DE COMMUNICATION DES PRIORITÉS D'ACCÈS AU MARCHÉ AUPRÈS DU GOUVERNEMENT CANADIEN, DE L'ACIA, DES GOUVERNEMENTS ÉTRANGERS ET D'AUTRES ORGANISATIONS DE COMMERCE.	4,39
EFFORTS POUR FOURNIR À VOTRE ENTREPRISE DE L'INFORMATION À JOUR AU SUJET DES EXIGENCES TECHNIQUES ET DES CONDITIONS D'ACCÈS AU MARCHÉ.	4,11
EFFORTS POUR AMÉLIORER VOTRE COMPRÉHENSION DES ACTIONS ENTREPRISES PAR LES CONCURRENTS DU CANADA DANS LES MARCHÉS CLÉS.	4,07
EFFORTS POUR ABORDER LES ENJEUX TOUCHANT LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, LA QUALITÉ DE LA VIANDE, LA RÉGLEMENTATION OU L'ACCÈS QUI SONT LIÉS À VOTRE ENTREPRISE.	3,95
EFFORTS POUR FOURNIR L'INFORMATION AU SUJET DES MISSIONS D'INSPECTION DES USINES CANADIENNES À VENIR.	3,89
ACTIVITÉS ET RESSOURCES AXÉES SUR LES SYSTÈMES RESPONSABLES DE SOINS ET DE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX AU CANADA.	3,64

INDICATEURS de marchés

En 2020, les exportations totales de porc canadien ont augmenté de 17,89 % pour atteindre 1 488 116 tonnes pour une valeur de 5 milliards \$ CD (une croissance de 20 %).



PRODUCTION CANADIENNE DE VIANDE PORC | POULET | BŒUF | 2000-2020

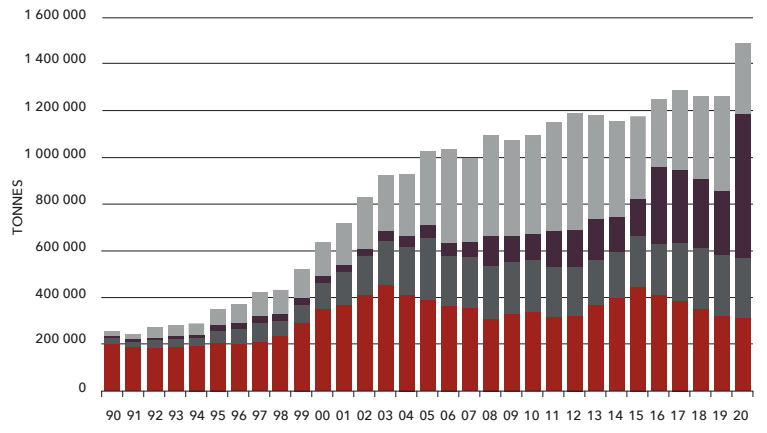
Source : Agriculture Canada, Statistique Canada

— PORC — POULET — BŒUF

EXPORTATIONS CANADIENNES DE VIANDE % DE LA PRODUCTION

Source : Statistique Canada

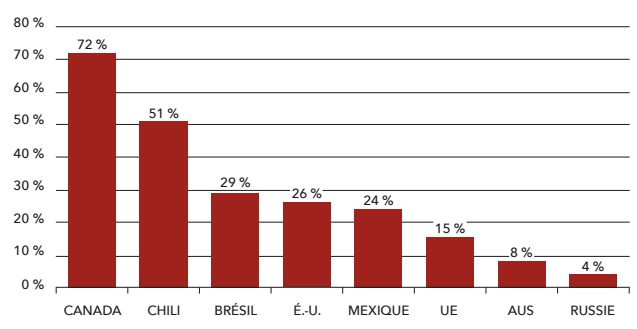
— PORC — POULET — BŒUF



VOLUME DES EXPORTATIONS CANADIENNES DE PORC | 1990-2020

Source : Statistics Canada

■ AUTRES ■ CHINE/H.-K. ■ JAPON ■ É.-U.

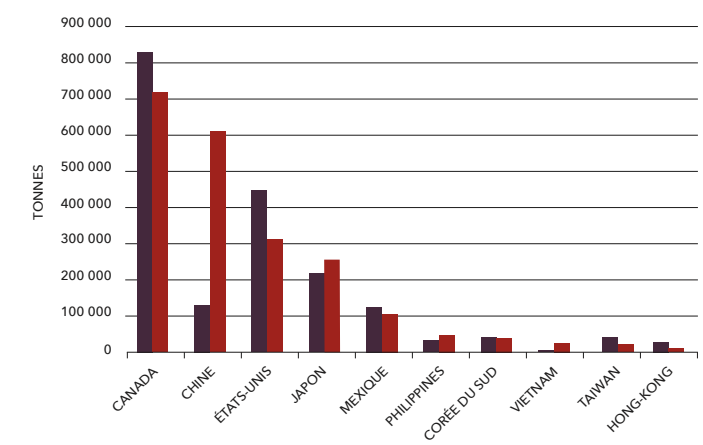


% DE LA PRODUCTION DE PORC EXPORTÉE (2020)

Source : GTIS, AgriTrends

FAITS SAILLANTS

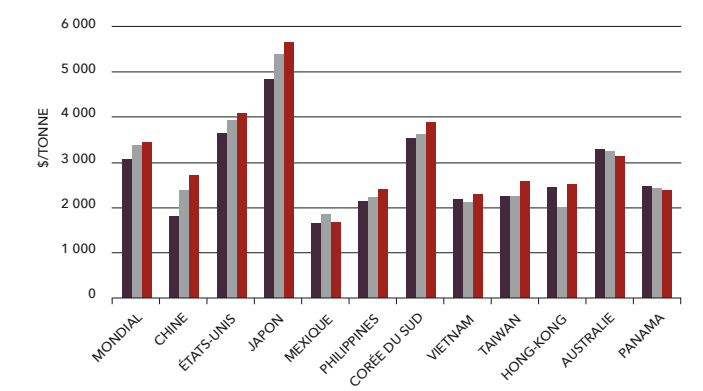
- En 2020, les exportations totales de porc du Canada ont augmenté de 17,89 % à 1 488 116 t évaluées à 5 milliards \$ CD (croissance de 20 %).
- Les quatre principaux marchés en volume (Chine, États-Unis, Japon et Mexique) ont représenté 86,34 % des exportations totales de porc canadien.
- En 2020, le principal moteur des exportations canadiennes de porc a été la Chine avec une augmentation de 138,61 % pour atteindre 609 655 t. Ce qui représentait 40,97 % de toutes les exportations de porc canadien en volume pour une valeur de 1,6 milliard \$ CD.
- Le Japon est notre 2e plus important marché d'exportation en valeur avec 1,4 milliard \$ CD et le 3e en volume avec 255 226 t.
- Les États-Unis étaient le 2e marché d'exportation en volume (311 203 t) et le 3e en valeur (1,3 milliard \$ CD).
- Le Mexique est arrivé au 4e rang des exportations en valeur et en volume, mais avec des baisses en valeur de 36,8 % à 1,78 million \$ CD et de 30 % en volume avec 107 286 t.



DIX PLUS GROS MARCHÉS DU PORC DU CANADA INCLUANT LES IMPORTATIONS

Source : Statistique Canada

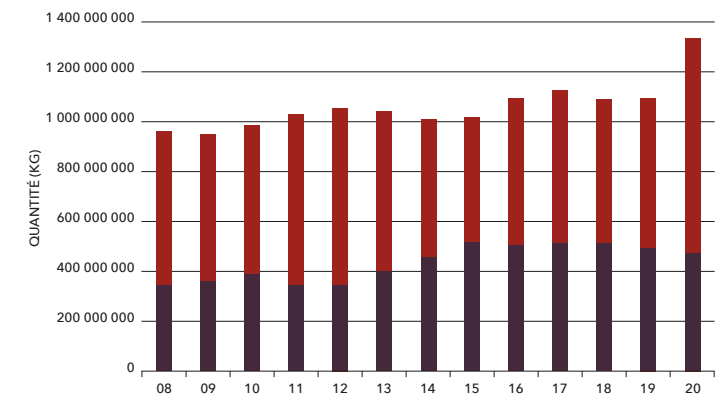
■ 2015 ■ 2020



PLUS GROS MARCHÉS EN VALEUR UNITAIRE EXPORTATIONS DE PORC CANADIEN | 2018-2020

Source : Statistique Canada

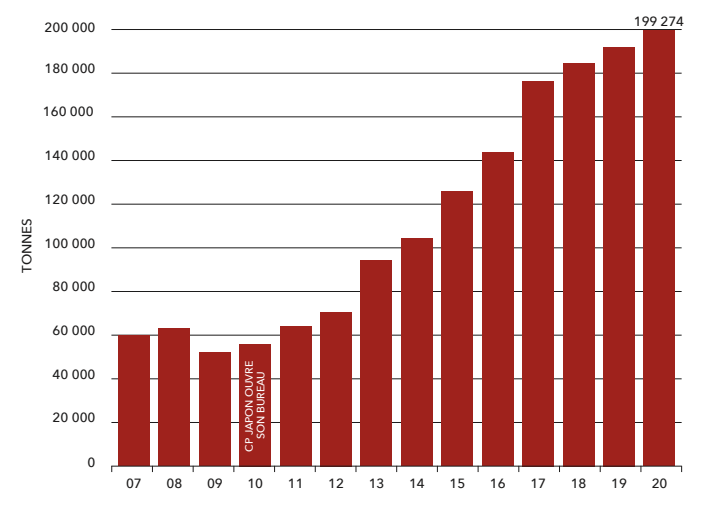
■ 2018 ■ 2019 ■ 2020



EXPORTATIONS DE PORC CANADIEN FRAIS/REFROIDI ET CONGELÉ

Source : Statistique Canada

■ PORC CONGELÉ ■ PORC FRAIS

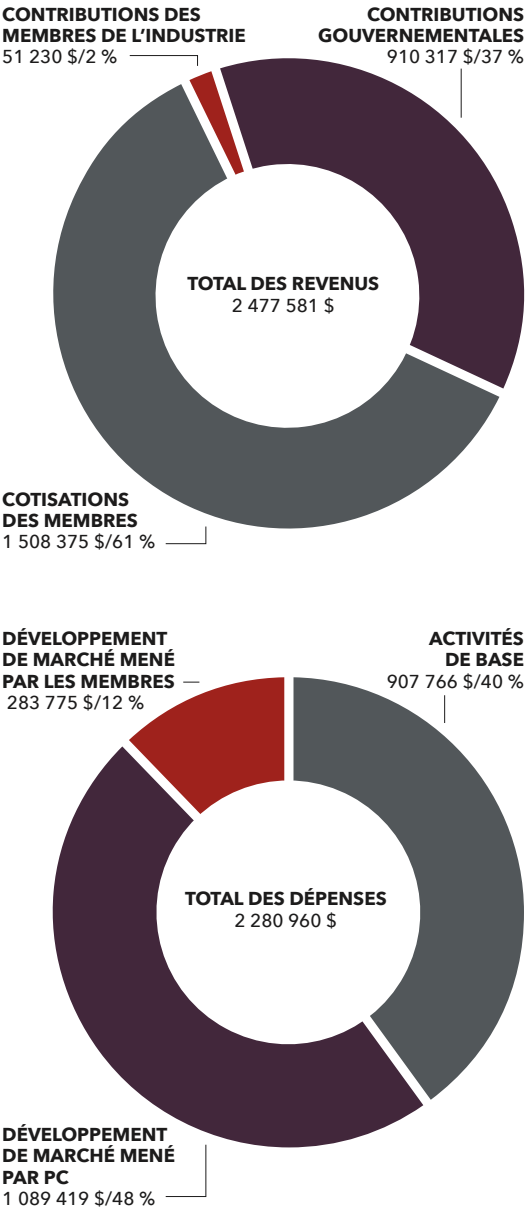


CROISSANCE DU PORC REFROIDI JAPON | 2007-2020

Source : Statistiques du commerce du Japon, ministère des Finances

RAPPORT Financier 2020-2021

	2021	2020
ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE		
31 mars 2021		
ACTIFS		
Encaisse	481 747	272 049
Comptes débiteurs	782 445	1 627 501
Dépenses payées à l'avance	129 429	145 911
Actifs courants	1 393 621	2 045 461
TOTAL DES ACTIFS	1 393 621	2 045 461
PASSIFS ET ACTIFS NETS		
Passifs		
Comptes créditeurs et charges à payer	466 322	1 290 450
Apports reportés	104 943	53 393
Revenus reportés	34 058	110 941
Total des passifs	605 323	1 454 784
Actifs nets	—	—
Réserve pour imprévus	400 000	300 000
Actifs nets non affectés	388 298	291 677
Total des actifs nets	788 298	591 677
TOTAL DES PASSIFS ET DES ACTIFS NETS	1 393 621	2 046 461
ÉTATS DES RÉSULTATS		
Pour l'exercice terminé le 31 mars 2020		
REVENUS		
Cotisations des membres	1 508 375	1 535 299
Contributions des membres de l'industrie	51 230	741 490
Contributions gouvernementales	910 317	2 282 482
Autre	7 659	329
TOTAL DES REVENUS	2 477 581	4 559 600
DÉPENSES		
Activités de base	907 766	1 082 694
Développement de marché mené par PC	1 089 419	1 662 539
Développement de marché mené par les membres	283 775	1 647 805
TOTAL DES DÉPENSES	2 280 960	4 393 038
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES	196 621	166 562



Au 31 mars 2021, l'excédent des revenus sur les charges était 196 621 \$.
Remarque : les pourcentages exprimés sont arrondis.



**PORC CANADA**

220, avenue Laurier Ouest, Suite 900
Ottawa (Ontario) Canada K1P 5Z9
T : +1 613 236-9886
C : info@canadapork.com
canadapork.com
verifiedcanadianpork.com

JAPON

3-2-32 Miharadai
Nerimaku, Tokyo
177-0031 Japon
T : +81 3 5947 5730
C : nomura@canadapork.com
canadapork.com/japan

CHINE

Suite 77, 42/F, Wheelock Square
No. 1717 West Nanjing Rd,
Jingan District Shanghai,
200040 Chine
T : +86 21 8028 6206
C : xuzhen@canadapork.com