



PORC Canada

RAPPORT ANNUEL 2021-2022



Porc Canada est l'organisation d'information stratégique sur le marché national et mondial et de promotion 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 négociants, 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 mondial de choix de porc de qualité.

MISSION

Porc Canada s'engage à améliorer l'accessibilité, la connaissance et la croissance de l'industrie canadienne du porc.



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 2021-2022.

Cette année financière a dû faire face à des défis sur plusieurs fronts allant de la pandémie et des difficultés de la chaîne d'approvisionnement aux enjeux d'accès au marché.

Les Canadiens ont consommé plus de porc l'an dernier que l'année précédente. La disponibilité du porc au Canada a augmenté de 1,66 %, passant de 713 290 t en 2020 à 725 150 t en 2021. La disponibilité du porc au Canada (disponibilité du porc produit au Canada divisée par la population canadienne) a augmenté, passant de 13,69 kg par personne en 2020 à 13,9 kg en 2021.

En matière d'exportations, les exportations totales de porc ont atteint 4 959 milliards \$ CD, une légère baisse de 2,75 %, tandis que le volume des exportations a diminué de 3,54 % à 1 438 384 t. Les É. U. sont devenus le plus gros marché d'exportation de porc canadien, dépassant la Chine, avec 409 702 t, une augmentation de 31,7 %, représentant 28,5 % du total des exportations. En 2021, les envois de porc en Chine ont diminué de moitié (-54,3 %) totalisant 278 998 t, plaçant la Chine au deuxième rang.

Tout au long de l'année, le CA a travaillé étroitement avec le personnel pour assurer la continuité des programmes et services. On a continué à utiliser les nouvelles technologies dont on s'est

servi durant la première année de la pandémie pour demeurer en contact de façon efficace avec nos clients et nos partenaires d'industrie à travers le monde.

L'industrie canadienne du porc continuera à être confrontée à de nombreux défis. Les priorités les plus importantes sont la menace de la peste porcine africaine et l'accès aux marchés actuels et émergents.

Je suis heureux de vous affirmer que grâce au dévouement de Trevor Sears et de son équipe, au pays et à l'étranger, nos opérations quotidiennes continuent d'être performantes et conformes à la stratégie.

Une fois encore, nos résultats démontrent la résilience de notre industrie canadienne du porc à faire face aux défis de la pandémie mondiale en resserrant nos partenariats et en adaptant nos stratégies de façon à servir les intérêts supérieurs de l'industrie.

Un grand merci à tous les membres de Porc Canada pour leur dévouement et leur engagement envers notre organisation. Je continue à être inspiré par la capacité de notre industrie à collaborer pour trouver ces solutions novatrices en ces temps difficiles.

Votre soutien constant est très apprécié.

Hans Kristensen / Président du CA

CONSEIL D'ADMINISTRATION 2021-2022 DE PORC CANADA

PRÉSIDENT

Hans Kristensen,
Conseil candien du porc

VICE-PRÉSIDENT

Guy Baudry,
HyLife Foods LP

TRÉSORIER

Neil Ketilson,
Donald's Fine Foods

MEMBRES DU COMITÉ 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

Boris Laic,
Export Packers Company Ltd.

Oliver Haan,
Conseil canadien du porc

Scott Peters,
Conseil canadien du porc

Louis-Philippe Roy
Conseil canadien du porc

Eric Schwindt,
Ontario Pork



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

Je suis heureux de vous présenter le rapport annuel 2021-2022 de Porc Canada.

Ce fut une année pleine de défis, dont les enjeux continus de la pandémie, la propagation de la peste porcine africaine, les enjeux d'accès aux marchés clés et les conditions atmosphériques extrêmes qui se sont ajoutées aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

Malgré ces défis et les fermetures de marché, la valeur des exportations n'a reculé que de 2,75 % tandis que les volumes ont diminué de 3,54 %. Et les Canadiens ont consommé plus de porc cette année que l'an dernier – la disponibilité du porc au Canada a augmenté de 1,66 %.

Bien que de nombreuses activités se sont encore tenues virtuellement au cours de l'année financière, nous avons pu participer en personne à l'une des foires commerciales des plus importantes de l'année. L'équipe de Porc Canada a participé à la foire Anuga en Allemagne à l'automne 2021, ce qui nous a permis de rencontrer des clients et des collègues en personne. Ce fut le début du retour aux activités normales comme nous le voyons maintenant.

L'accès au marché a également été un défi dans certains marchés clés, incluant la Chine. Nous continuons notre travail avec le Conseil des viandes du Canada et le gouvernement canadien afin de régler des enjeux et nous assurer du maintien de l'ouverture des marchés.

Ce fut une année difficile à bien des points des égards et je tiens à remercier nos producteurs de porc, le Conseil canadien du porc et le Conseil des viandes du Canada ainsi que le gouvernement canadien et nos partenaires de l'industrie pour leur confiance et leur soutien.

Je veux aussi reconnaître l'équipe de Porc Canada. Le personnel a continué son travail de promotion du porc canadien au pays et autour du globe avec des programmes efficaces et fructueux, des ressources et des services qui sont soulignés dans ce rapport. Mes remerciements à l'équipe pour ce magnifique travail.

À mesure que nous avançons dans ce monde postpandémie, l'équipe de Porc Canada est pressée de continuer le travail avec tous les partenaires de l'industrie pour améliorer l'accès, la connaissance et la croissance de l'industrie canadienne du porc.

Trevor Sears / PDG



LANCEMENT DU SITE WEB de Porc Canada

Porc Canada a lancé son nouveau site Web à la fine pointe de la technologie en décembre 2021. D'allure élégante et moderne, canadapork.com offre une meilleure expérience-usager et est adaptatif pour les dispositifs mobiles. Le site Web est disponible en français et en anglais.

DÉCOUVREZ LES NOUVELLES RESSOURCES MAINTENANT DISPONIBLES EN LIGNE

Le nouveau site Web comprend un large éventail de ressources, incluant des outils de développement du marché et des outils techniques de marketing à télécharger. Ces outils comprennent le Guide des acheteurs de porc canadien, les coupes de porc et leurs spécifications, des planificateurs d'accroissement de la demande, et bien d'autres. Il y a aussi des sections sur la sécurité alimentaire et l'assurance de qualité, des ressources d'information sur les marchés, les événements à venir et des profils des membres de Porc Canada.

Le nouveau site aidera nos membres et nos partenaires à promouvoir le porc canadien au pays et à travers le monde.

canadapork.com

DÉCOUPES DE PORC ET SPÉCIFICATIONS

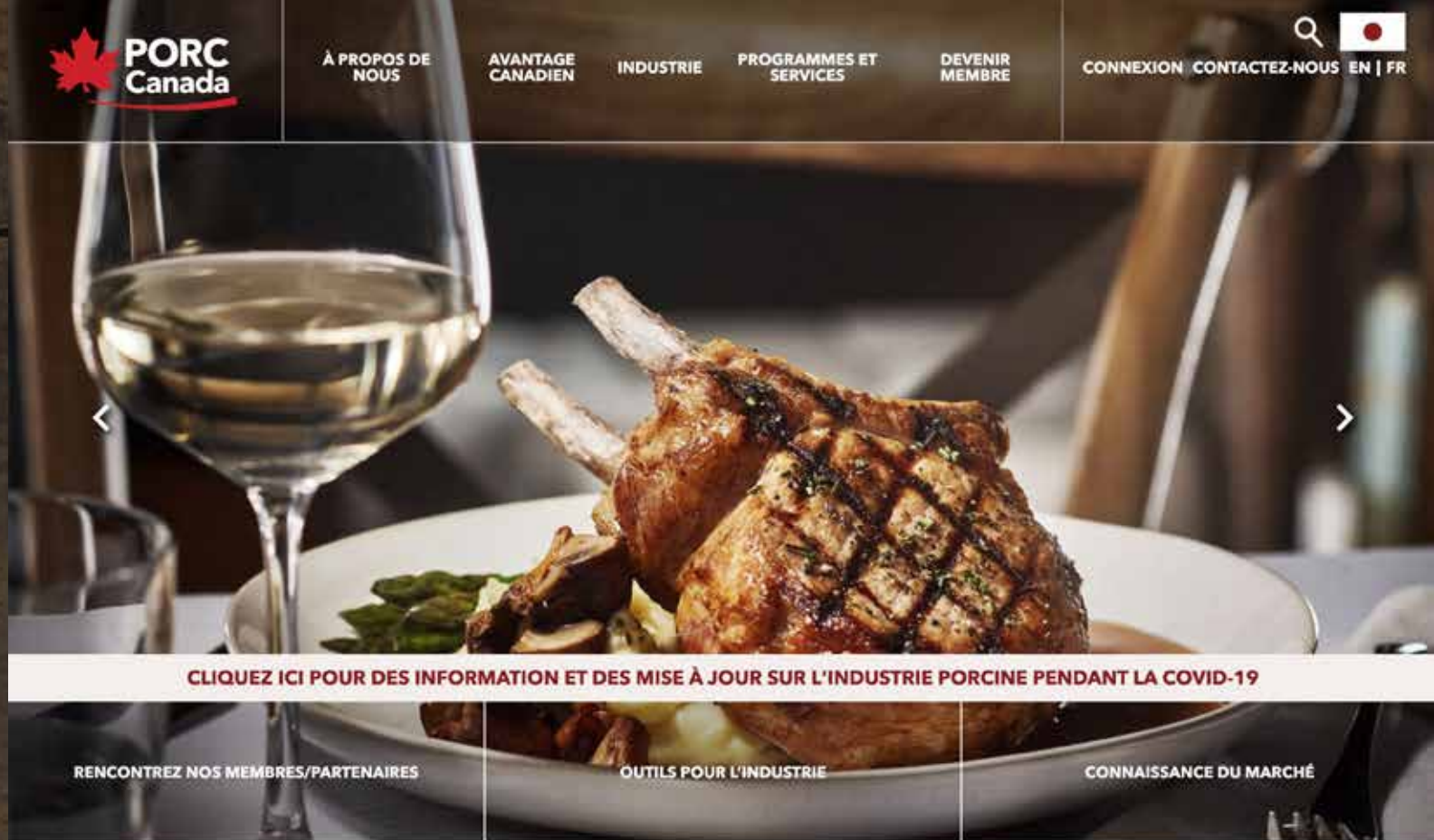
La section innovatrice *Découpes de porc et spécifications* est une des ressources de grande valeur du nouveau site Web. Les membres de Porc Canada, les associés de l'industrie intéressés et les acheteurs de porc d'ici et d'ailleurs trouveront très utile cet outil qui utilise une carcasse interactive.

La carcasse interactive illustre les découpes primaires du porc incluant l'omoplate (soc), la longe, les côtes, l'épaule et le picnic, le flanc et la fesse. En cliquant sur le diagramme de la carcasse, l'utilisateur est amené vers la découpe primaire choisie.

La page de la découpe primaire montre des images et nomme les coupes sous-primaires disponibles ainsi que leur numéro CPI officiel. Les usagers et les acheteurs peuvent alors examiner toutes les découpes primaires et les coupes sous-primaires en cliquant sur l'image afin d'en apprendre plus sur le produit incluant le numéro de la NAMP, les nouveaux courants et les utilisations, la fourchette de poids et plus encore.

Il y a aussi une section pour les coupes diverses et les abats pour les usagers et les acheteurs.

PORC Canada 2021-2022 / RAPPORT ANNUEL



Programmes et services AU PAYS

L'équipe du Marketing national du porc (MNP) travaille en collaboration avec les canaux de distribution pour atteindre le succès grâce à la croissance et la rentabilité pour les producteurs, les transformateurs, et les parties prenantes usagers ultimes de Porc Canada.

PROGRAMMES D'ACCROISSEMENT DE LA DEMANDE

Les programmes d'accroissement de la demande se concentrent sur les opportunités au niveau des détaillants et des services alimentaires afin de positionner le porc canadien comme protéine de choix et une solution polyvalente pour les repas. Ces programmes font la promotion d'idées de marchandisage selon la saison, de suggestions de cuisson en toutes saisons et de thèmes de valeur. On souligne aussi les températures internes optimales de cuisson, toutes choses qui augmentent la confiance des clients et la satisfaction des consommateurs.

Cette année, l'équipe a présenté un programme d'accroissement de la demande « crépitant » de sautés afin de promouvoir les opportunités pour des sautés hors de l'ordinaire. Le programme comprend un guide de marchandisage qui montre des produits pour augmenter l'utilisation de la carcasse.

PROGRAMMES DE PARTENARIAT

Les programmes de marque conjointe du Porc canadien vérifié^{MC} (PCV) viennent en soutien aux clients ultimes pour qu'ils puissent différencier leurs produits sur le marché grâce à leur association au PCV. Ces programmes de marque conjointe augmentent la connaissance et la confiance dans le porc canadien et les systèmes de sécurité et d'assurance de qualité qui viennent avec chaque kilogramme de Porc canadien vérifié^{MC}. Cette année, les programmes de marque conjointe allaient d'une parution dans un dépliant de marchand à des promotions dans plusieurs restaurants à un programme de partenariat avec des producteurs de l'Ouest canadien.

FORMATION ET PROMOTION

La formation et la promotion forment la pierre angulaire de la proposition de valeur que l'équipe du MNP offre aux parties prenantes. Les principaux éléments incluent le programme de formation pour distributeurs (PFD) ; des vidéos de formation montrant comment découper et préparer le porc canadien ; des ressources promotionnelles et techniques : et le site Web PCV.

Cette année, Porc Canada a produit un séminaire intitulé « La puissance de la viande », et a présenté le PFD trois fois, une séance virtuelle et deux en personne.

On a produit de nouvelles vidéos cette année, dont la cuisson de côtelettes épaisses dans une poêle en fonte, cinq nouveaux styles de coupes allemandes, trois recettes authentiques de sautés, des recettes de porc inspirées de coupes espagnoles et différentes options pour cuire une fesse entière. Plusieurs associations de producteurs ainsi que des fournisseurs ont ajouté leur marque aux vidéos et les ont ajoutées sur leurs sites Web.

On a lancé cette année un nouveau site à la fine pointe de la technologie pour le Porc canadien vérifié^{MC}. D'allure élégante et moderne, il offre une expérience-usager optimisée. Le site Web est adaptatif et les usagers ont la même expérience qu'il le consulte sur un ordinateur de bureau, une tablette ou un téléphone. Le nouveau site Web se présente en anglais et en français et offre de l'information détaillée au sujet des attributs du PCV ainsi que des liens vers des sites pertinents.

Les programmes de marketing du PCV et d'accroissement de la demande sont en vedette sur la page d'accueil avec une section « Quoi de neuf ».

RESSOURCES

L'équipe du MNP trouve les opportunités du marché et crée des ressources générales pour en tirer profit. Cette année, deux livrets de feuillets à détacher « Coupez et épargnez » ont été produits en utilisant l'étiquette « Coupez et épargnez » de la longe de porc et des côtes de style St-Louis. Ces livrets sont disponibles au comptoir des viandes pour que les clients apportent le feuillet à la maison. On a aussi produit une étiquette pour le fumage pour le comptoir des viandes, pour les coupes de porc à fumer les plus populaires. L'étiquette indique les températures et les temps requis pour de meilleurs résultats et des instructions pour créer un fumoir à la maison. Le code QR sur le matériel mène à des instructions de coupe et des vidéos de démonstrations culinaires.

Du matériel accrocheur au comptoir des viandes est une manière efficace d'augmenter les ventes. On a créé des papillons avec des images génériques variées et un code QR qui dirige vers des vidéos techniques.

PUBLICITÉ POUR L'INDUSTRIE

Le programme de Marketing national du porc de Porc Canada a soutenu la marque Porc canadien vérifié^{MC} (PCV) sur le marché intérieur avec une campagne publicitaire destinée à l'industrie.

Des annonces faisant la promotion des sautés ont paru dans les numéros de l'hiver des revues *Foodservice and Hospitality* et *Canadian Grocer*. Une annonce promouvant la marque PCV a paru dans le numéro de mars de *Canadian Grocer*. L'annonce incluait un code QR qui menait vers le dépliant des services pour les commerces de détail et invitait les lecteurs à télécharger le dépliant pour plus d'information et de ressources. On montrait aussi les logos des fournisseurs de Porc Canada. La campagne a bénéficié d'une bannière numérique en prime sur les sites Web des deux publications.





Programmes et services MONDIAUX | JAPON

COSTCO JAPON – UN DÉTAILLANT CLÉ

Costco Japon a abandonné le porc refroidi américain en faveur du porc refroidi canadien en avril 2017 et a connu une croissance exponentielle des ventes. Entre 2016 et 2020, le volume des ventes de porc importé a triplé chez Costco Japon.

Afin de soutenir les ventes chez Costco et d'informer les consommateurs japonais, Porc Canada Japon a distribué 10 000 exemplaires d'un dépliant de Porc Canada qui met en valeur la race Sangenton à chacun des entrepôts – un total de 350 000 dépliant.

Un publi-reportage mettant en valeur le porc canadien a paru dans le numéro de mai de l'édition japonaise de Costco Connection. De plus, ce numéro de mai de Costco Connection a présenté le porc frais canadien sur la page INSIDE COSTCO dans la rubrique Porc frais et choix des acheteurs du coin des viandes. On y trouvait de l'information et des images de porc ainsi que le logo bien en vue du Porc canadien vérifié^{MC}.

Costco a tenu une Foire canadienne du 9 au 15 août 2021 à leurs 30 magasins-entrepôts afin de promouvoir quelques-uns des produits canadiens qu'ils distribuent, incluant le porc canadien.

En novembre 2021, le magasin-entrepôt Costco de Kawasaki a ajouté des burgers de porc effiloché au menu de sa foire alimentaire comme essai promotionnel. L'essai a été étendu aux 30 magasins-entrepôts Costco à travers le Japon à la fin novembre et a été en vigueur pendant huit semaines.

JOINDRE LES CONSOMMATEURS EN LIGNE

Les occasions de rejoindre les consommateurs en personne ont continué à être difficiles cette année à cause des restrictions liées à la pandémie. Le bureau de Porc Canada Japon a dirigé ses efforts à joindre les consommateurs à travers les médias sociaux.

Le bureau continu à produire ses populaires émissions culinaires en direct sur Instagram avec des influenceurs clés de médias sociaux. La page Instagram de Porc Canada Japon compte plus de 4 000 abonnés.

Le bureau de Porc Canada Japon a travaillé avec le bureau de l'Alberta du Japon dans le cadre de deux campagnes sur les médias sociaux en collaboration avec des influenceurs culinaires de médias sociaux.

INFORMER LES CLIENTS

Informers les clients et garder le porc canadien dans leur esprit est une priorité pour Porc Canada Japon. On a donné plusieurs séances du

Programme de formation pour distributeurs (PFD) au cours de l'année en soutien aux distributeurs de viande et on a fait de la publicité dans les revues spécialisées de l'industrie des services alimentaires.

Le bureau de Porc Canada au Japon a donné une séance PFD à Kanto Prima Meat Sales Co. à Kanagawa.

Une séance PFD a été donnée aux étudiants de la Federal Meat Academy.

Le bureau de Porc Canada au Japon a donné une séance PFD à Kansai Food SDGs dans le cadre de leur projet de formation de 2021.

La revue Cuisine Kingdom s'adresse aux chefs et aux services alimentaires. La revue a publié un article sur le porc canadien et a souligné les attributs du Porc canadien vérifié^{MC} (PCV) pour informer les lecteurs.

Le bureau de Porc Canada au Japon a fait de la publicité dans Petit Four, une revue culinaire bien connue, destinée aux chefs et aux consommateurs, publiée par la Tsuji Cooking Wellness Cooking School avec une diffusion de 60 000 exemplaires papier. En plus des séances PFD, le bureau de Porc Canada au Japon présente des séances d'étalonnage ; il y a eu cinq séances cette année auxquelles participaient des membres exportateurs de Porc Canada et des importateurs et détaillants japonais.

PUBLICITÉ ET FOIRES FRUCTUEUSES

Tenu la première fois en 1992, le Grand prix mondial de cuisine parents-enfants a célébré sa 29e édition. Le bureau de Porc Canada Japon a participé à l'événement qui s'est déroulé à la Tsuji Wellness Cooking Kintetsu Abeno Harukas d'Osaka le 25 juillet 2021.

Le bureau de Porc Canada au Japon et la Tsuji Wellness Cooking School ont présenté un événement d'art culinaire pour consommateurs à Osaka le 23 août 2021.

Le bureau de Porc Canada au Japon et le bureau de l'Alberta au Japon ont présenté conjointement un séminaire culinaire au Nadia Cooking Studio de Tokyo le 15 mars 2021.

Le bureau de Porc Canada au Japon a effectué un sondage auprès des consommateurs au sujet du Porc canadien vérifié^{MC} en décembre 2021. L'objectif du sondage était de connaître le niveau de connaissance des consommateurs japonais quant au logo PCV et à la marque.

Programmes et services MONDIAUX | CHINE

FOIRES ET ÉVÉNEMENTS FRUCTUEUX

SIAL Chine

SIAL Chine est une des foires commerciales les plus importantes de l'année avec 4 500 exposants et 123 000 visiteurs. Cette année, la foire a eu lieu au nouveau Centre international d'exposition de Shanghai du 18 au 20 mai 2021. Le bureau de Porc Canada en Chine a pris part à la foire avec un kiosque qui a attiré des centaines de visiteurs au cours des trois jours. Une nouvelle trousse d'information, comprenant une liste à jour des membres de Porc Canada avec leurs coordonnées, le dépliant de l'assurance de qualité, le dépliant pour les services alimentaires et le très populaire Guide de l'acheteur pour le commerce de détail et les services alimentaires, a été distribuée aux visiteurs.

Semaine de l'industrie chinoise des viandes

Cet événement de l'industrie qui a eu lieu du 18 au 22 septembre comprenait une conférence et une foire commerciale. Porc Canada était un exposant à la foire commerciale de la Semaine de l'industrie et partageait son kiosque avec Bœuf canadien, pour la première fois.

Salon chinois de l'alimentation d'hôtel

La Salon chinois de l'alimentation d'hôtel a eu lieu au nouveau Centre international d'exposition de Shanghai du 9 au 11 novembre 2021. Le kiosque de Porc Canada a été bien fréquenté et les visiteurs étaient contents de l'information reçue dans les trousse et au kiosque.

COMMUNIQUER AVEC LES CONSOMMATEURS

Promotion au détail et dans les médias sociaux

Porc Canada a participé à la promotion « Semaines canadiennes de l'alimentation » dans trois magasins de City, un détaillant haut de gamme de Shanghai, du 1er au 21 juillet. La promotion d'aliments canadiens a été mise sur pied par le consulat canadien et incluait une démonstration et une dégustation pour les consommateurs en magasin. Le porc canadien a été l'élément le plus populaire de la promotion du point de vue des revenus.

On a tenu un événement média pour le lancement de la promotion, lequel incluait une présentation du Porc canadien vérifié^{MC}. Un blogueur canadien ayant 1,9 million d'abonnés a publié à partir de l'événement et son blogue vidéo a été vu 158 000 fois.

VOYAGES ET RENCONTRES

Mission agricole à Changsha

Le bureau de Porc Canada en Chine s'est joint à une mission commerciale d'agriculture et d'alimentation qui s'est rendue à

Changsha le 20 octobre 2021, mission organisée par le consulat canadien à Guangzhou. Le matin, on a fait une présentation aux importateurs, distributeurs, chefs et directeurs d'hôtel provenant de 25 entreprises. En après-midi, les participants ont visité le siège social de Bubugao Group (un détaillant exploitant 700 magasins) et on a rencontré les acheteurs pour le détail, les importateurs et les distributeurs.

Visite à Shenzhen

Le bureau de Porc Canada en Chine s'est rendu à Shenzhen pour visiter la foire commerciale ANUFOOD (une foire internationale de l'alimentation et des boissons) et en évaluer le potentiel.

Au cours de ce déplacement, le bureau de Porc Canada en Chine a eu une réunion de courtoisie au siège social de Sam's Club et a rencontré leurs responsables des viandes.

Gala Canada Chine

Le bureau de Porc Canada en Chine a assisté à l'AGA du Conseil d'affaires Canada Chine (CCBC) et a représenté l'industrie canadienne du porc auprès de son équivalent chinois afin d'améliorer cette relation de travail. Le gala du CCBC est le plus grand événement pour les entreprises canadiennes en Chine.

Renouvellement du protocole d'entente avec l'Association de l'inspection entrée-sortie et de la quarantaine de Chine

Porc Canada a réussi à renouveler le cadre d'entente sur la sécurité alimentaire et le développement de la coopération commerciale avec l'Association de l'inspection entrée-sortie et de la quarantaine de Chine à Beijing le 23 septembre 2021. Le PDG de Porc Canada, le président du conseil du CVC, le président de la division interne de la chaîne de froid de l'AIQC et le secrétaire général de l'AIQC ont tous prononcé quelques mots à cette occasion.

MAINTIEN DE L'ACCÈS AU MARCHÉ

Le bureau de Porc Canada en Chine surveille attentivement la mise en place des décrets 248 et 249 de l'AGDRPC en vigueur depuis le 1er janvier 2022. Porc Canada a participé à la formation sur les décrets donnée par l'AGDRPC à Beijing, dans les bureaux régionaux de l'AGDRPC et de l'AIQC. Le bureau de Porc Canada en Chine a par la suite partagé les interprétations des décrets et les points saillants de conformité à travers du rapport des activités de Porc Canada.





FOIRES COMMERCIALES et webinaires

FOIRES COMMERCIALES

SIAL Chine – 18 au 20 mai 2021

SIAL Chine est une des foires commerciales les plus importantes de l'année avec 4 500 exposants et 123 000 visiteurs. Cette année, la foire a eu lieu au nouveau Centre international d'exposition de Shanghai où Porc Canada Chine avait un kiosque qui a attiré des centaines de visiteurs au cours des trois jours.

Semaine de l'industrie chinoise des viandes – 18 au 22 septembre 2021

Cet événement de l'industrie comprenait une conférence et une foire commerciale. Porc Canada était un exposant à la foire commerciale de la Semaine de l'industrie et partageait son kiosque avec Bœuf canadien, pour la première fois.

Anuga – 9 au 13 octobre 2021

Porc Canada a participé à Anuga à Cologne, en Allemagne du 9 au 13 octobre. Anuga est une des plus grandes et plus importantes foires alimentaires et elle attire des visiteurs de partout.

Porc Canada a partagé un kiosque avec Bœuf canadien et la Canadian Bison Association au pavillon des viandes du Canada. C'était la première fois que les trois associations de viandes collaboraient dans un même espace pour recevoir les membres de l'industrie, les parties prenantes ainsi que les clients actuels et futurs. Six membres de Porc Canada y ont participé en plus du personnel de Porc Canada.

La participation a été forte avec 70 000 visiteurs de 169 pays et plus de 4 600 exposants provenant de 98 nations.

Salon chinois de l'alimentation d'hôtel – 9 au 11 novembre 2021

Cet important salon a eu lieu au nouveau Centre international d'exposition de Shanghai. Le kiosque de Porc Canada a été bien fréquenté et les visiteurs étaient contents de l'information reçue dans les trousseaux et au kiosque.

WEBINAIRES

La puissance de la viande – 8 juin 2021

L'équipe du Marketing national du porc (MNP) de Porc Canada a invité les professionnels de l'industrie à assister à ce séminaire d'information. « La puissance de la viande » a offert un aperçu de l'état actuel de l'industrie des viandes. Plus de 50 invités ont participé à ce webinaire en direct. Kevin Mosser, directeur principal – Marketing international chez Porc Canada a fait l'introduction. Il a été suivi par une présentation d'Anne-Marie Roerink, présidente de

210 Analytics, une firme de recherche marketing spécialisée en alimentation au détail.

Considérations en ce qui a trait aux exportations de porc vers le Mexique – 16 juin 2021

Porc Canada a offert un webinaire à ses membres intitulé « Considérations en ce qui a trait aux exportations de porc vers le Mexique » en collaboration avec l'ambassade du Canada au Mexique.

Dans le cadre de ses activités de sensibilisation au Mexique, Porc Canada a fait paraître une annonce en espagnol dans le catalogue en ligne des importateurs de produits canadiens créé pour les clients du Mexique. C'est le gouvernement canadien qui produit ce catalogue en ligne qui répertorie les importateurs et distributeurs canadiens d'aliments et de boissons disponibles au Mexique.

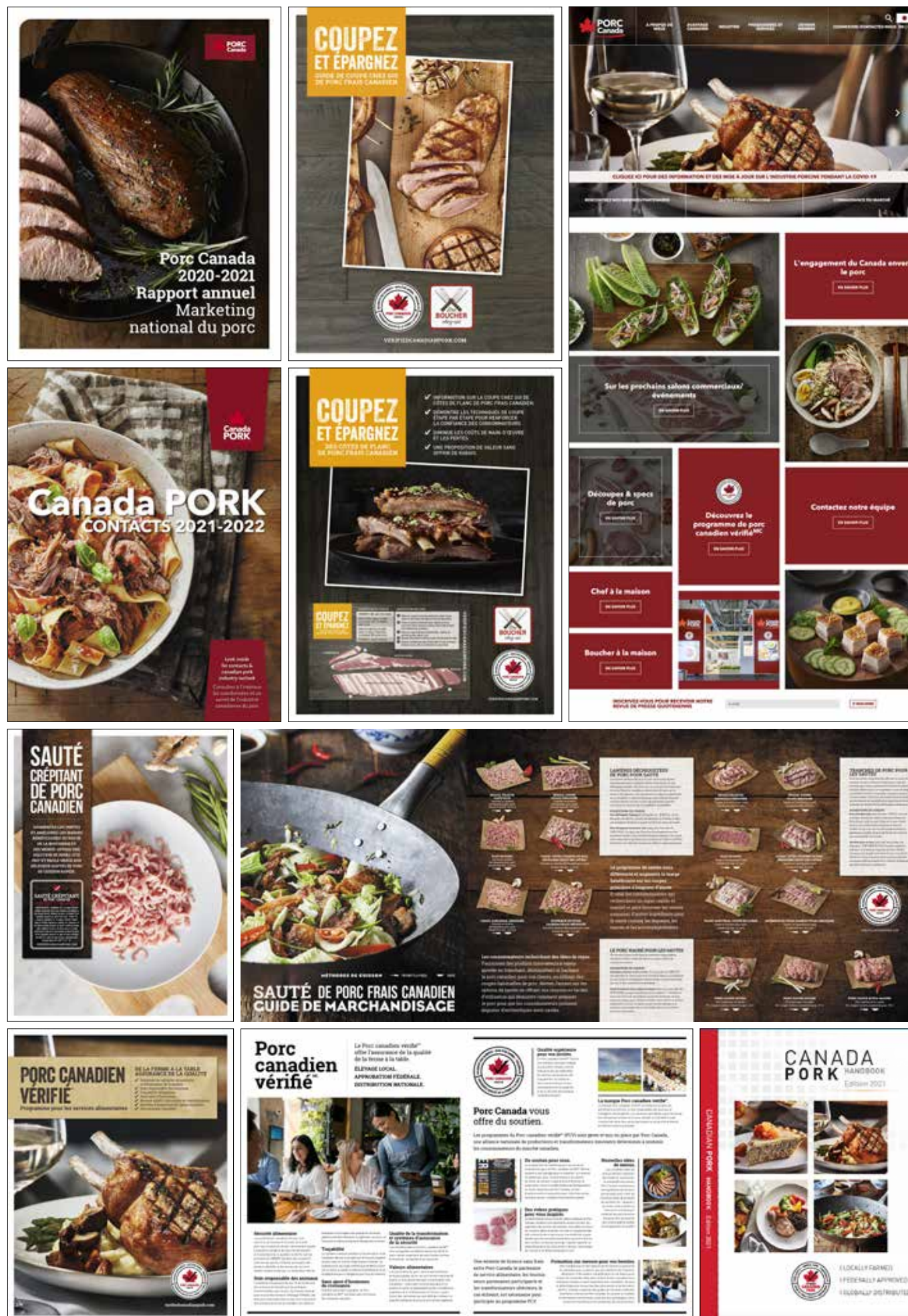
Protéger l'approvisionnement en viande au Canada – 9 juillet 2021

Ce webinaire présenté aux clients au Vietnam fut le dernier de la série « Protéger l'approvisionnement en viande au Canada ». Le webinaire a été présenté à sept marchés internationaux (six au cours de l'exercice financier précédent), et était une collaboration entre Porc Canada, Bœuf canadien et le gouvernement du Canada. C'était la première fois qu'on présentait ce webinaire à ce marché et il visait les contacts interentreprises.

Exporter des produits du porc aux Philippines – 25 octobre 2021

Porc Canada a présenté un webinaire de deux heures avec l'ambassade canadienne aux Philippines en ce qui a trait aux exportations de produits du porc. Les conférenciers ont partagé les dernières perspectives économiques pour le pays, les perspectives au sujet de la peste porcine africaine, les prévisions pour le marché de la viande, les quotas en vigueur et les droits de douane. On a aussi offert un aperçu du secteur du détail et des récents développements au sujet des exigences d'étiquetage. Le webinaire était destiné exclusivement aux membres de Porc Canada et ils ont été nombreux à y assister.

C'était le deuxième événement destiné au marché des Philippines cette année. Porc Canada a collaboré avec l'ambassade canadienne aux Philippines pour présenter le premier concours culinaire virtuel aux Philippines. La présentation s'est faite dans le cadre de la WOFEX (World Food Expo) – une foire commerciale virtuelle pour l'industrie de l'alimentation et des boissons du marché philippin.



RESSOURCES pour l'industrie

L'équipe de Porc Canada offre un grand éventail de ressources, d'outils de développement de marché et d'outils techniques de marketing en soutien à ses membres, à ses clients ultimes, aux consommateurs et aux parties prenantes de l'industrie pour leurs activités courantes. Ces ressources sont mises à jour régulièrement et la plupart peuvent être téléchargées à partir du site Web d'entreprise de Porc Canada à canadapork.com ou à partir du site Web de Porc canadien vérifié^{MC} à verifiedcanadianpork.com. On peut aussi commander le matériel sur les sites Web.

Les outils de développement de marché comprennent des guides pour l'accroissement de la demande pour le commerce de détail et les services alimentaires ainsi que de l'information sur le programme de Porc canadien vérifié^{MC}.

Les outils techniques de marketing incluent des guides pour les découpes de viande et leurs spécifications, le Manuel de Porc Canada, des outils de normes de qualité, et le Manuel sur le système des ganglions lymphatiques.

Les outils d'entreprise comprennent la liste de contacts, le rapport annuel de Porc Canada, le rapport annuel du Marketing national du porc ainsi que la liste d'un vaste éventail de foires commerciales et d'activités.

INFORMATION sur le marché et RESSOURCES en ligne sur L'INDUSTRIE

Porc Canada offre à ses membres de l'information exclusive et privilégiée sur le marché et des analyses du commerce mondial du porc provenant d'experts en la matière. Ces ressources sont partagées régulièrement et incluent des rapports fouillés comme ceux très respectés et bien documentés de Global AgriTrends et de Whole Hog Brief.

Porc Canada fournit de plus de l'information et des analyses exclusives au sujet du commerce international des viandes afin de garder ses membres informés de la performance de l'industrie du porc et pour détecter les tendances.

Ces rapports comprennent :

– Statistiques mensuelles des exportations de porc canadien.

– Rapport hebdomadaire du marché asiatique incluant des renseignements précieux et opportuns en matière de lois, ainsi que des tendances et statistiques des pays où sont établis nos bureaux à l'étranger.

– Statistiques hebdomadaires au sujet du nombre d'abattages, des marchés de porcs et des prix, et des importations et exportations de porcs.

– Revue de presse quotidienne couvrant les nouvelles d'intérêt pour le marché canadien, le commerce des viandes, les marchés étrangers et les pays exportateurs concurrents.

– Rapport d'activités de Porc Canada qui fournit un aperçu détaillé du travail entrepris par l'équipe de Porc Canada, ainsi que des articles en matière d'accès au marché et d'enjeux d'exportation.

Qualité canadienne, appréciée à l'échelle mondiale.

PORC Canada 2021-2022 / RAPPORT ANNUEL



Sponsored by Canada Pork

World Pork Import Report



CHINA MARKET ACCESS

Pork companies report profits in Q3

According to the financial reports of pork companies in China, leading pork companies all reported profits in Q3, which is the first time in 2022. For some companies, the average hog profit is about 660 RMB per head. Nevertheless, the liability/asset ratios are still above 50% for most companies.

Update on central pork reserve

The National Development and Reform Commission indicates that during the week of October 24-28, average pork to feed ratio was 3:66:1, which is still above the level that triggers the adjustment of the central pork reserve. Therefore, the 7th batch of central pork reserve will be released for auction soon.

On November 2, soymeal (which contains 43% protein feed) was 5,359 RMB/ton and corn (contains 14% water feed) was 2,843 RMB/ton.

Update on hog, pork and hog future price

On November 2, the average pork wholesale price was 35.37 RMB/kg (35.25 RMB/kg on October 26) and the average hog price was 25.65RMB/kg (27.55 RMB/kg on October 26).

On November 2, hog future LH2211 was 24,550 RMB/ton (24,760 RMB/ton October 28) and LH2301 was 22,290 RMB/ton (22,410 RMB/ton on October 26). LH 2303 was 20,220 RMB/ton (20,355 RMB/ton on October 26). LH2305 was 19,955 RMB/ton (19,985 RMB/ton on October 26).

Info provided by: Freddie Ku, China Marketing Director | [CLICK HERE TO CONTACT CANADA PORK CHINA OFFICE](#)

JAPAN MARKET ACCESS

Trends of Price Hikes in The Food Service Survey

Taiyoku Databank published the results of a survey and analysis conducted before 100 major food service companies regarding price increase synchronization. Until now, price hikes were mainly implemented for beef, bowl, hamburger, udon noodle, and other low-priced fast-food chains, but now mid-priced, South and Chinese restaurants are also raising their prices. Of the 100 surveyed companies, 56 have decided to raise prices this year. The main reasons for the price hikes were cited as meat, flour, crude oil, and the weak yen. In the Japanese market, the long period of deflation made it difficult to raise prices due to concerns that price hikes would affect customers. The number of restaurant chains that raised prices because it became unsustainable has increased fourfold in the past six months.

USMEF will Hold "American Meat Trade Seminar"

US Meat Export Federation will hold "American Meat Trade Seminar" for industry professionals in four cities across Japan from November 22 to December 6. The events will take place and host the following number of participants: Sapporo (80), Osaka (150), Fukuoka (80), and Tokyo (250). The content will be the same at all venues, and will include an presentation of market trends of the US meat industry, sales promotion proposals for American beef and pork in 2023, demonstrations of American beef and pork menu proposals.

Japan's Pork Import Statistics for September 2022

Japan's total pork import decreased 2.3 % to 72,580 mt compared to same month last year. Chilled pork imports decreased 17.0% to 29,426 mt and frozen pork imports increased 11.1% to 43,154 mt. Canadian chilled pork decreased 27.9% and US chilled pork also decreased 10.1%, meanwhile Mexican chilled pork continued increasing to 50.8%.

Chilled Pork: Canada / 13,359 mt (27.9% down), USA / 13,972 mt (10.1% down), Mexico / 2,076 mt (50.8% up), Spain 1 mt.

Frozen Pork: Mexico / 8,746 mt (10.4% up), Spain / 14,253 mt (46.8% up), Denmark / 5,228 mt (13.8% up), USA / 2,699 mt (6.3% up), Canada / 2,285 mt (41.2% down), Chile / 2,901 mt (17.7% up), Netherlands / 2,836 mt (1.5% down), France / 1,145 mt, Ireland / 1,053 mt, Brazil / 892 mt, Italy / 143 mt, Austria / 191 mt, Portugal / 89 mt, Australia / 34 mt, Finland / 108 mt, England / 47 mt, Belgium/ 24 mt.

September Meat Inventories in Tokyo

Meat inventories in Tokyo increased in all categories in September, according to meat inventories report released by the Tokyo Association of Refrigerated Warehouse. The increase is thought to be attributable to the fact that consumers are cutting back on spending due to the sharp rise in consumer prices, resulting in a decline in sales of all categories of meat. Pork inventories increased 29.5% compared to same month last year to 115,574 mt with 40,551 mt inbound and 42,054 mt outbound. Beef inventories increased 39.9% and poultry inventories also increased 20.1%. The capacity of refrigerated warehouses in Tokyo is tightening in anticipation of a large shipment of frozen marine products towards the coming winter season.



November Edition

Hello Canada Pork Members,

Canada Pork is pleased to share the latest edition of the Whole Hog Brief. As this report (paid for by Canada Pork), is under copyright, please do not forward outside of your organization.

When you open the report, you will be prompted to enter a password, which is "123456". [CLICK HERE TO VIEW THE NOVEMBER EDITION.](#)



Government of Canada invests over \$2.4 million to support growth of technology for meat processing

- Today, on behalf of the Minister of Agriculture and Agri-Food, the Honourable Marie-Claude Bibeau, Member of Parliament Bardish Chagger, announced \$2,430,023 for P&P Optica Inc. through the AgriInnovate Program to help build and present its innovative, Canadian-made food inspection technology for meat processors. The system analyzes the composition of food, evaluating properties like tenderness, freshness and its protein, water and fat content. It can detect imperfections and eliminate foreign bodies like plastic, bones and rubber. These tasks are done right on the production line in real time, generating information for processors to use to help improve their products, manage supplies and optimize production. / Aujourd'hui, au nom de la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, l'honorable Marie-Claude Bibeau, la députée Bardish Chagger a annoncé un investissement de 2 430 023 \$ sous le programme Agri-Innovate pour permettre à P&P Optica de bâtir et présenter cette technologie canadienne novatrice aux transformateurs de viande. Le système analyse la composition des aliments, évalue des propriétés comme la tendreté, la teneur en protéines, en eau et en matières grasses ou la fraîcheur du produit. Il peut identifier les imperfections et éliminer des corps étrangers tels que le plastique, les os ou le caoutchouc. Grâce à l'apprentissage automatique, ces tâches sont effectuées à la vitesse de la chaîne et en temps réel, générant des informations que les transformateurs peuvent utiliser pour améliorer leurs produits, gérer leurs fournisseurs et optimiser leur production.
- This investment will support P&P Optica Inc. to build demonstration units that allow them to present their technology to potential users. P&P Optica Inc.'s mission is to help processors improve the safety and quality of their products, make the food supply more sustainable and reduce food waste. The investment will also build a demonstration room to optimize their technology for use by potential meat processing clients. This hyperspectral imaging technology evaluates the safety and freshness of meat products by analyzing the colour and moisture. It also gives a large range of data to processors, investing in automated inspection technologies like P&P Optica Inc.'s smart imaging system creates new market opportunities, grows the economy, and keeps the Canadian meat industry sustainable. / L'investissement aidera l'entreprise à construire des unités qui pourront permettre de présenter la technologie innovante aux utilisateurs potentiels. P&P Optica Inc. vise à aider les transformateurs à améliorer la sécurité et la qualité de leurs produits, rendre l'approvisionnement alimentaire plus durable et réduire le gaspillage alimentaire. L'entreprise construira aussi une salle de démonstration pour optimiser sa technologie pour ses clients. Cette technologie d'imagerie hyperspectrale évalue la sécurité et la fraîcheur des produits de viande en analysant la couleur et l'humidité du produit et fournit une panoplie de données utiles aux transformateurs. Des investissements dans les technologies d'inspection automatisées, comme celle de P&P Optica Inc., créent de nouveaux débouchés, stimulent l'économie et contribuent à la viabilité de l'industrie canadienne de la viande. [Click HERE to read more.](#) Source: AAC/CIAC.



MEET OUR CANADA PORK EXPORTERS AND INDUSTRY PARTNERS WHO CONTINUOUSLY SUPPORT GROWTH OF OUR INDUSTRY.

Rencontrez nos exportateurs et nos partenaires de l'industrie de Porc Canada.



Another big year for Canadian Pork Exports in 2021

Despite several hurdles such as COVID, labour shortages, global logistic turmoil and the floods in B.C., 2021 was another successful year for Canadian pork exports. In fact, Canada almost maintained the record breakthrough export volumes from 2020. Total pork export value was CAD 4.959 billion, registering a slight decrease of 2.75% while pork export volume registered a 3.54% decline with 1,438,384 tonnes. [Read More](#)



CANADA PORK 2022

ANNUAL CONFERENCE FEB. 10, 2022 | LIVE | 1:30-3:00 EST

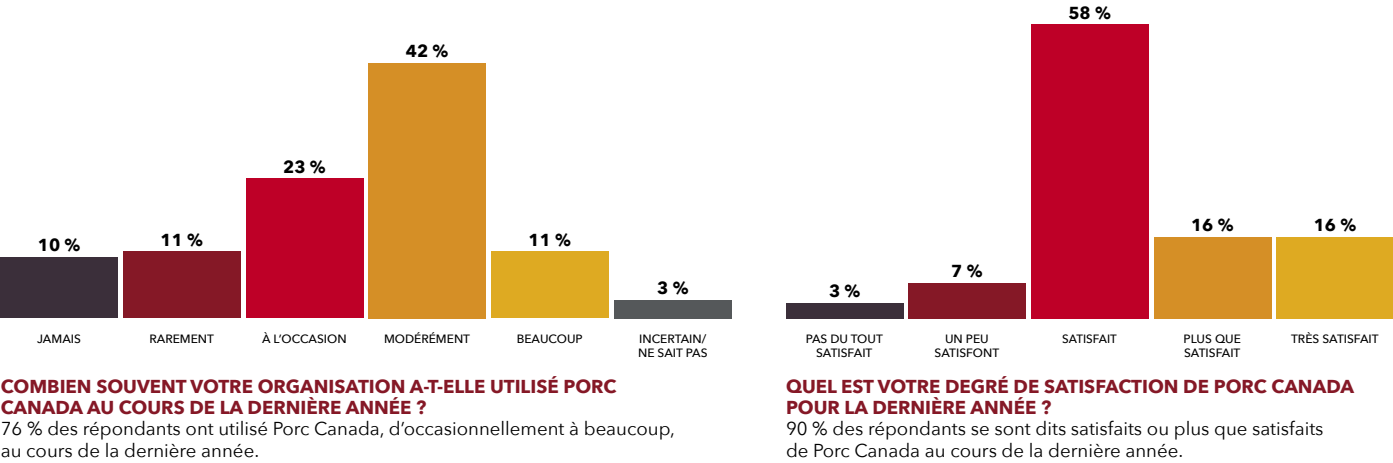
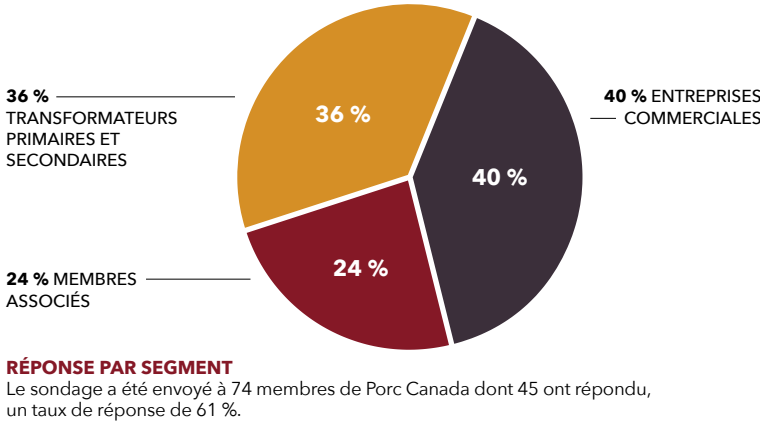
HOSTED LIVE FEB 10 2022 1:30-3:00 EST

NEW SOLUTIONS FOR NEW CHALLENGES

MESURES de la performance

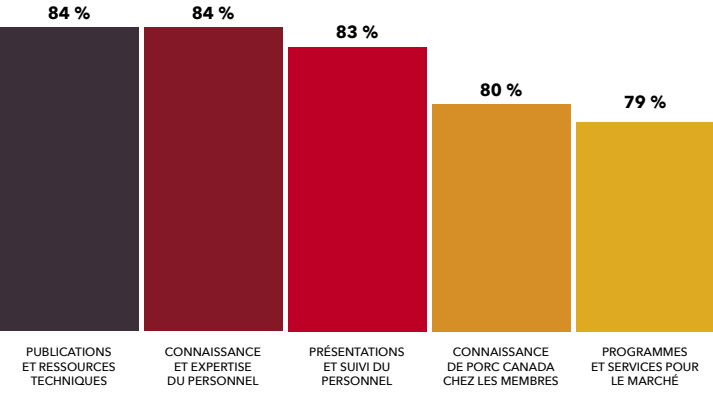
SATISFACTION DES MEMBRES DE PORC CANADA SONDAGE 2022

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



LA NOTE GLOBALE DES RÉPONDANTS DU SONDAGE DE PORC CANADA EST DE 8,2 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 8,2 sur 10 ou 82 %.



76 % DES RÉPONDANTS ONT UTILISÉ PORC CANADA D'OCCASIONNELLEMENT À BEAUCOUP AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE. 90 % 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.

FOIRES INTERNATIONALES, SÉMINAIRES, RENCONTRES ENTRE ENTREPRISES.	4,24
SÉANCES D'INFORMATION SUR L'ACCÈS AU MARCHÉ OU LA RÉGLEMENTATION	4,20
MISSIONS COMMERCIALES INTERNATIONALES – ENTRANTES OU SORTANTES.	4,17
PROMOTIONS DE VENTE EN SOUTIEN À VOTRE STRATÉGIE MARKETING DANS LES MARCHÉS CLÉS.	3,76
SOUTIEN À LA MARQUE PORC CANADIEN VÉRIFIÉ ET MATÉRIEL PROMOTIONNEL.	3,32

CONSIDÉRANT LES OBJECTIFS DE VOTRE ORGANISATION, ÉVALUEZ LES COMMUNICATIONS OU RESSOURCES SUIVANTES DE PORC CANADA EN LIEN AVEC VOS OBJECTIFS. DONNEZ UNE NOTE DE 1 À 5, 5 ÉTANT LA NOTE LA PLUS HAUTE.

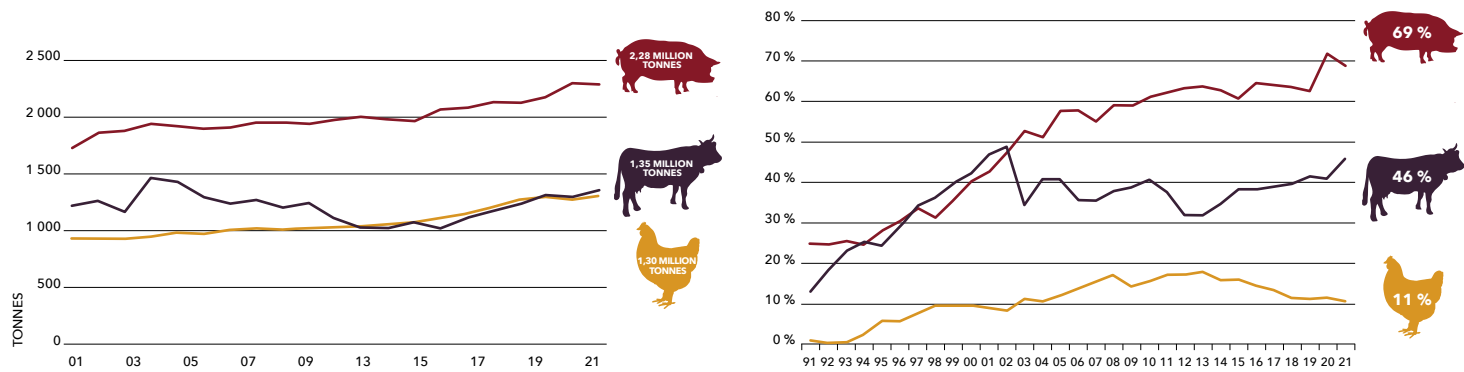
LES RAPPORTS D'INFORMATION DU MARCHÉ DE PORC CANADA, INCLUANT GLOBAL AGRI-TRENDS ET WHOLE HOG BRIEF.	4,33
LES RAPPORTS DE COMMUNICATION DE PORC CANADA, INCLUANT LA REVUE DE PRESSE QUOTIDIENNE, LE RAPPORT MENSUEL D'ACTIVITÉ DE PORC CANADA, LA MISE À JOUR HEBDOMADAIRE DU MARCHÉ ASIATIQUE .	4,22
LE MATÉRIEL TECHNIQUE DE PORC CANADA, INCLUANT LE MANUEL DE PORC CANADA, LA QUALITY STANDARDS RULER DE PORC CANADA, LE GUIDE D'ACHAT DE PORC CANADA POUR LE DÉTAIL ET LES SERVICES ALIMENTAIRES, LE GUIDE DES GANGLIONS LYMPHATHIQUES, ETC.	3,95
LES PROGRAMMES TECHNIQUES DE PORC CANADA, INCLUANT LE PRORAMME DE FORMATION POUR 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.	3,33

CONSIDÉRANT LES OBJECTIFS DE VOTRE ORGANISATION, ÉVALUEZ LE SOUTIEN DE PORC CANADA 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, EN COLLABORATION AVEC LE CVC ET LE CCP.	4,34
EFFORTS POUR FOURNIR À VOTRE ENTREPRISE DE L'INFORMATION À JOUR AU SUJET DES EXIGENCES TECHNIQUES ET DES CONDITIONS D'ACCÈS AU MARCHÉ, EN COLLABORATION AVEC LE CVC.	4,22
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, EN COLLABORATION AVEC LE CVC.	4,15
EFFORTS POUR AMÉLIORER VOTRE COMPRÉHENSION DES ACTIONS ENTREPRISES PAR LES CONCURRENTS DU CANADA DANS LES MARCHÉS CLÉS, EN COLLABORATION AVEC LE CVC.	4,15

INDICATEURS de marché

En 2021, le volume total des exportations de porc canadien a diminué de 3,54 % pour se retrouver à 1 438 384 t, pour une valeur de 4 959 milliards \$CD, une légère diminution de 2,75 %.



PRODUCTION CANADIENNE DE VIANDE PORC | POULET | BŒUF | 2001-2021

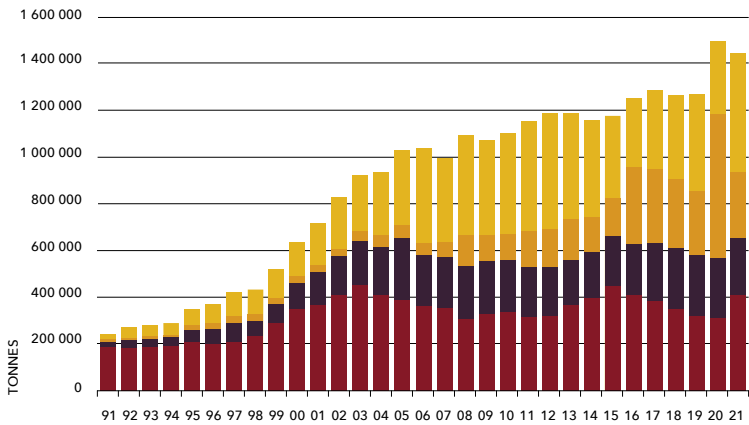
Source : Statistique Canada

— PORC — POULET — BŒUF

% DE LA PRODUCTION DE PORC EXPORTÉE | 1991-2021

Source : Statistique Canada

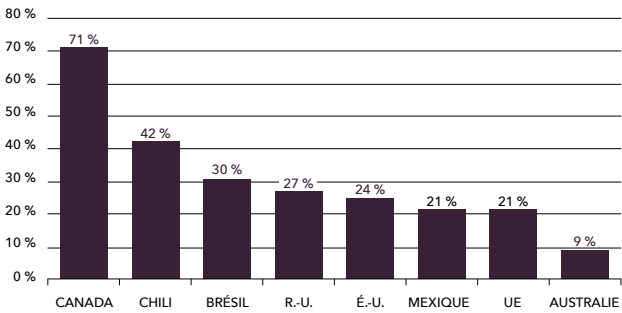
— PORC — POULET — BŒUF



VOLUME DES EXPORTATIONS CANADIENNES DE PORC | 1991-2021

Source : Statistique Canada

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

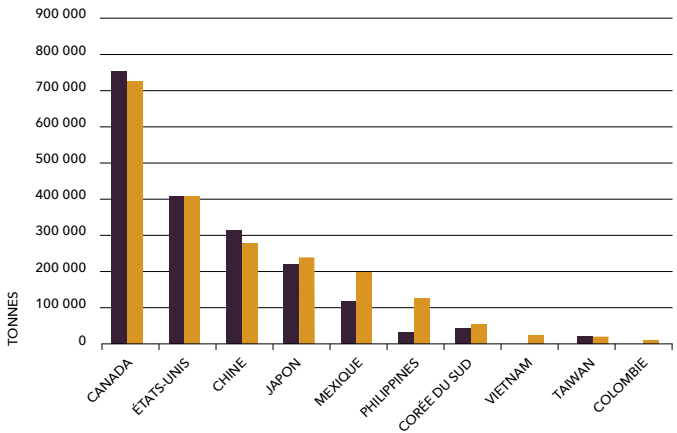


% DE LA PRODUCTION DE PORC EXPORTÉE (2021) DES PRINCIPAUX PAYS DÉPENDANT DES EXPORTATIONS

Sources : GTIS, AgriTrends

FAITS SAILLANTS

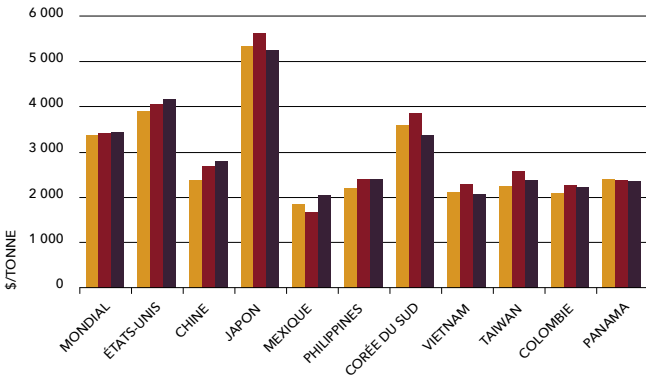
- En 2021, le volume des exportations canadiennes de porc a diminué de 3,54 % à 1 438 384 t, soit une valeur de 4 959 milliards CD, une légère baisse de 2,75 %
- Les cinq marchés d'exportation les plus importants en volume (É.-U., Chine, Japon, Mexique et Philippines) ont représenté 86,6 % des exportations de porc canadien.
- Les États-Unis ont dépassé la Chine comme premier marché d'exportation pour le porc canadien avec 409 702 t, une augmentation de 31,7 %, représentant 28,5 % des exportations totales.
- En 2021, les exportations de porc vers la Chine ont diminué de moitié (-54,3 %) à 278 998 t, plaçant la Chine au deuxième rang.
- Les exportations de porc canadien au Japon ont connu une baisse de 6,08 % à 239 815 t.
- Les exportations de porc canadien au Mexique ont augmenté de 78,2 % atteignant 192 179 t.
- En 2021, le marché des Philippines s'est avéré une belle occasion de croissance pour les exportations de porc canadien avec une augmentation de 158,4 % atteignant 125 400 t, soit 8,7 % de toutes les exportations de porc.



DIX PLUS GROS MARCHÉS DU PORC DU CANADA INCLUANT LES IMPORTATIONS COMPARAISON 2016 ET 2021

Source : Statistique Canada

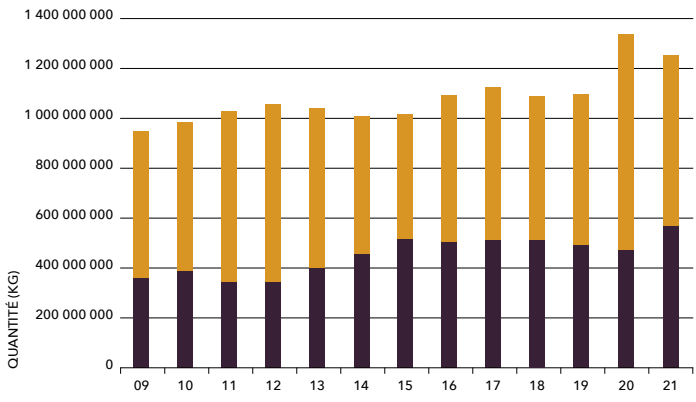
■ 2016 ■ 2021



PLUS GROS MARCHÉS EN VALEUR UNITAIRE DES EXPORTATIONS DE PORC CANADIEN | 2019-2021

Source : Statistique Canada

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

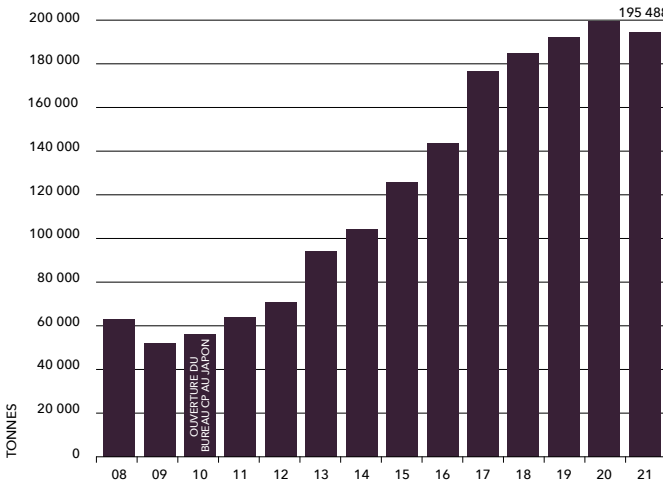


EXPORTATIONS DE PORC CANADIEN FRAIS/REFROIDI ET CONGELÉ

Inclut les abats, mais pas le porc transformé et le gras.

Source : Statistique Canada

■ PORC CONGELÉ ■ PORC FRAIS



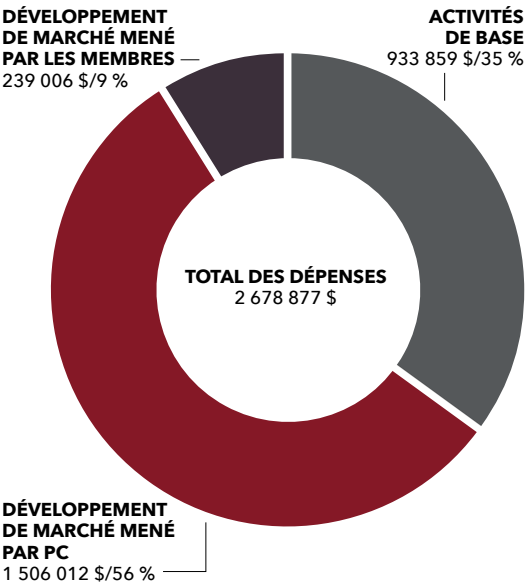
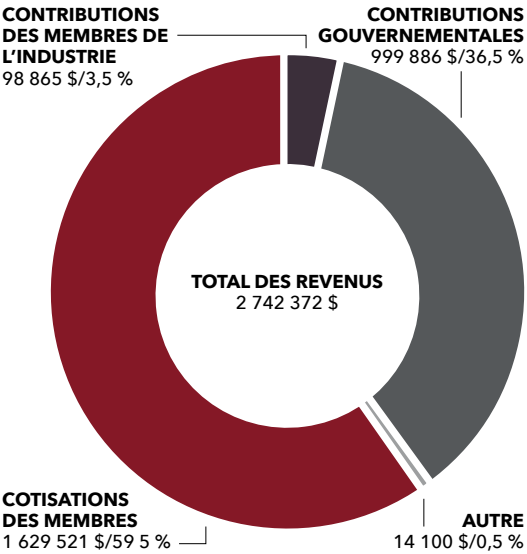
CROISSANCE DU PORC REFFROIDI AU JAPON | 2008-2021

Source : Statistiques du commerce du Japon, ministère des Finances

RAPPORT financier

2021-2022

	2022	2021
ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE		
31 mars 2022		
ACTIFS		
Encaisse	333 351	481 747
Comptes débiteurs	968 942	782 445
Dépenses payées à l'avance	135 178	129 429
Actifs courants	1 437 471	1 393 621
TOTAL DES ACTIFS	1 437 471	1 393 621
PASSIFS ET ACTIFS NETS		
Passifs		
Comptes créditeurs et charges à payer	476 334	466 322
Apports reportés	78 969	104 943
Revenus reportés	30 375	34 058
Total des passifs	585 678	605 323
ACTIFS NETS		
Réserve pour imprévus	500 000	400 000
Actifs nets non affectés	351 793	388 298
Total des actifs nets	851 793	788 298
TOTAL DES PASSIFS ET DES ACTIFS NETS	1 437 471	1 393 621
ÉTATS DES RÉSULTATS		
Pour l'exercice terminé le 31 mars 2022		
REVENUS		
Cotisations des membres	1 629 521	1 508 375
Contributions des membres de l'industrie	98 865	51 230
Contributions gouvernementales	999 886	910 317
Autre	14 100	7 659
TOTAL DES REVENUS	2 742 372	2 477 581
DÉPENSES		
Activités de base	933 859	907 766
Développement de marché mené par PC	1 506 012	1 089 419
Développement de marché mené par les membres	239 006	283 775
TOTAL DES DÉPENSES	2 678 877	2 280 960
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES	63 495	196 621



Au 31 mars 2022, l'excédent des revenus sur les charges était 63 495 \$. 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

