

Leadership
avisé RBC



L'alimentation d'abord :

Comment le secteur agricole peut ouvrir la voie
à une nouvelle ère d'exportation canadienne



À retenir



Les tensions commerciales avec les États-Unis ont braqué les projecteurs sur le commerce international des produits agroalimentaires canadiens : la menace tarifaire américaine représente un défi particulier pour les exportations agroalimentaires canadiennes, lesquelles ont aujourd'hui une part de 20 % dans les importations agroalimentaires américaines.

60%

Les exportations vers les États-Unis sont à la hausse : plus de 60 % des exportations agricoles et agroalimentaires du Canada sont destinées aux États-Unis, et la valeur de ces exportations a quadruplé depuis 2000.



Toutefois, le Canada est à la traîne de ses concurrents à l'échelle mondiale : le Canada a reculé du 5^e au 7^e rang dans le commerce agroalimentaire mondial, et le pays pourrait chuter à la 9^e place d'ici 2035 si des mesures correctives ne sont pas prises.



Les concurrents gagnent du terrain sur les marchés mondiaux à forte croissance : plusieurs concurrents agroalimentaires émergents comme le Brésil ont gagné du terrain en Afrique et au Moyen-Orient, tandis que les rivaux traditionnels comme l'Australie gagnent des parts de marché en Asie du Sud-Est.



Les occasions commerciales s'élèvent à 44 milliards de dollars pour le Canada : selon une nouvelle modélisation réalisée par RBC et le Centre pour l'avenir du Canada du Boston Consulting Group, le Canada peut augmenter sa part de marché mondiale et remonter au 5^e rang des exportations à condition de déployer les investissements adéquats. Cela pourrait ajouter 44 milliards de dollars^a à la valeur des exportations agricoles et agroalimentaires d'ici 2035.



Il est essentiel d'établir un plan précis : pour regagner des parts de marché, le Canada doit se concentrer sur l'innovation, les capitaux, l'infrastructure des exportations, l'accès numérique et la commercialisation mondiale des produits agroalimentaires.

Le Canada est devenu trop dépendant des États-Unis pour ses exportations agroalimentaires

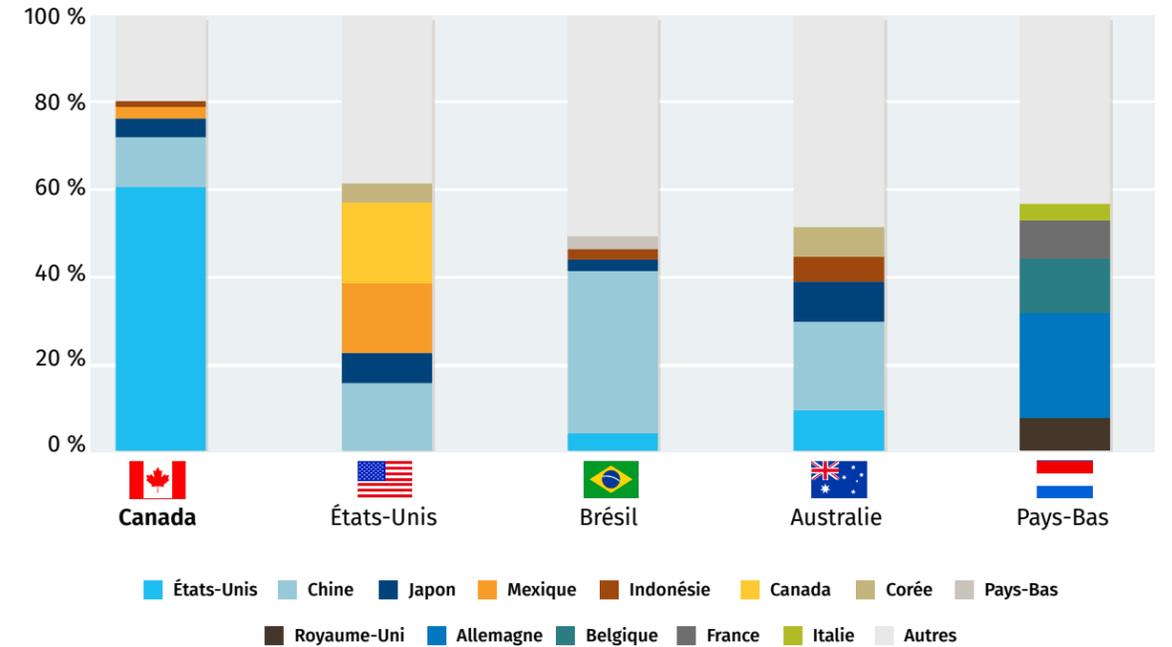
Acier, automobile, bois et pétrole : le conflit commercial grandissant entre les États-Unis et le Canada est concentré sur les secteurs phares de notre économie de cols bleus. Cependant, si nous observons ce qui traverse les frontières, nous avons toutes les chances de voir des produits agricoles et agroalimentaires – qu'il s'agisse de homards transportés par camion de la Nouvelle-Écosse au Maine, de muffins exportés de Toronto vers Chicago ou de bétail voyageant de l'Alberta au Montana.

Des produits agricoles et agroalimentaires d'une valeur de plus de 100 milliards de dollars franchissent les frontières chaque année, les États-Unis important près de 60 % de ces marchandises.¹ Et grâce à l'augmentation des investissements dans le secteur de la transformation agroalimentaire au cours des 20 dernières années, la balance commerciale ne cesse d'augmenter. La valeur des exportations canadiennes vers les États-Unis a quadruplé depuis 2000, et le Canada représente aujourd'hui 20 % des importations américaines de produits agricoles et agroalimentaires.²

Cette discrète transformation a aidé le secteur agroalimentaire canadien à devenir la plus grande source de manufacture du pays.³ Nous ne sommes plus seulement un producteur de marchandises en vrac, mais aussi un fournisseur étranger de premier choix dans les rayons des épiceries et sur les tables des Américains, car les agriculteurs et les producteurs canadiens ont beaucoup progressé dans l'élaboration de nouveaux produits alimentaires et dans leur commercialisation aux États-Unis.

Les exportations du Canada sont moins diversifiées que celles de ses concurrents importants

Sélection des plus grands exportateurs et répartition de leurs 5 premières destinations d'exportation agroalimentaire



Sources : UN Comtrade, Leadership avisé RBC

Prenons l'exemple du canola, utilisé pour la cuisine et les biocarburants ainsi que pour l'alimentation animale. Grâce à l'envergure des usines de trituration, près de 96 % des volumes d'exportation d'huile de canola et 65 % des volumes d'exportation de tourteau de canola canadiens ont été envoyés aux États-Unis en 2024.⁴ Puis il y a la potasse, élément essentiel des engrais américains. Le Canada répond à 85 % des besoins des États-Unis, et ce chiffre pourrait augmenter si les États-Unis s'écartaient de la Russie et de la Biélorussie, leurs seuls autres fournisseurs importants.⁵

Les deux pays en ont bénéficié. Les États-Unis ont profité d'un accès prioritaire à la production et à la transformation du Canada, qui présente un avantage concurrentiel pour ce qui est des produits comme les préparations de céréales et les huiles végétales. L'importance de la base de production des Prairies canadiennes, ainsi que l'ampleur et la proximité des centres de fabrication et de transformation de l'Ontario et du Québec ont joué un rôle clé dans l'afflux de capitaux d'investissement au cours des dernières années. En outre, l'importance et la régularité des volumes, conjuguées à la faiblesse du dollar, ont renforcé la capacité du Canada à s'imposer comme un fournisseur de premier plan. L'amélioration de l'efficacité des exploitations agricoles et des entreprises de transformation alimentaire canadiennes a encore raffermi la position du Canada en tant que pays fiable et efficace pour s'approvisionner en produits agricoles et agroalimentaires. Par conséquent, l'industrie alimentaire canadienne a augmenté son ratio de valeur ajoutée (production moins consommation) de 71 % entre 2014 et 2023.⁶

Ces avantages sont aujourd'hui menacés, dans le contexte de tarifs douaniers qui pourraient être appliqués à grande échelle. Si ces tarifs sont appliqués aux produits agricoles et agroalimentaires, ils feront du Canada un partenaire commercial moins intéressant pour les États-Unis, car notre position d'exportateur de produits agricoles et agroalimentaires à faible coût par rapport à d'autres pays, dont la Chine et les Pays-Bas, en pâtira. Le secteur de la production d'aliments et de boissons pourrait également avoir du mal à maintenir ses niveaux d'investissement, car jusque là, l'un de ses principaux arguments de vente est l'accès privilégié au plus grand marché du monde.

Ces défis obligeront les producteurs canadiens à faire un choix : assumer le coût des tarifs douaniers pour accéder au marché américain, ou répondre davantage à la demande d'autres régions.

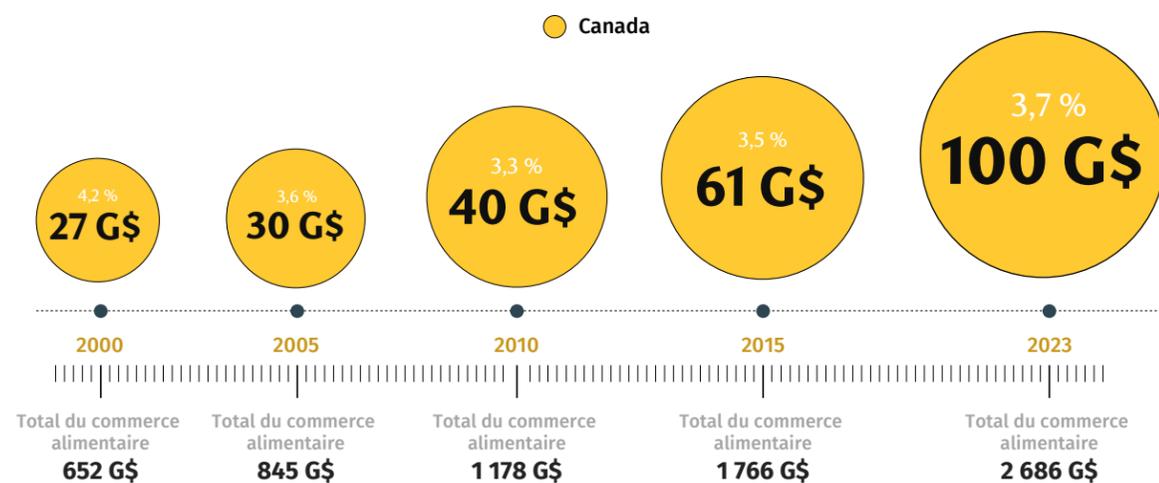
Entre-temps, notre compétitivité mondiale s'est effritée

Depuis plusieurs générations, le Canada est un leader mondial de l'agriculture, avec par exemple les expéditions de blé vers la Chine pendant les conflits post-révolutionnaires du pays, de porc vers le Japon lorsque son économie a décollé, de lentilles vers l'Inde pour nourrir les villes en forte croissance, et de sirop d'érable vers l'Europe à l'ouverture de ses marchés. La potasse, les engrais et les semences canadiens ont également joué un rôle essentiel dans la capacité des agriculteurs du monde entier à augmenter la production destinée à leurs propres marchés. Grâce à des décennies de croissance des exportations, avec une longueur d'avance sur la plupart des secteurs économiques canadiens, notre secteur agroalimentaire est entré dans le XXI^e siècle comme un chef de file de la productivité. Mais avec autant d'attention portée au marché américain, de nombreux Canadiens n'ont pas réalisé que le reste du monde était en train de les rattraper et, dans certaines catégories, de les dépasser.

Voici où nous en sommes aujourd'hui dans le classement mondial : au cours du premier trimestre de ce siècle, nous sommes passés de la 5^e à la 7^e place, dépassés par la Chine et le Brésil.⁷ Et si les conditions des affaires restent stables, nous pourrions tomber à la 9^e place au cours de la prochaine décennie. Un modèle mondial élaboré par le Boston Consulting Group et RBC montre que depuis 2000, la part de marché du Canada a décliné de 12 % en termes relatifs. Nos exportations continuent de croître : elles ont quadruplé au cours de la période. Le problème est que nous ne suivons pas le rythme du reste du monde, qui a vu ses exportations agricoles et agroalimentaires multipliées par cinq au cours de la même période.^{4,8}

Le Canada croît en valeur, mais sa part de marché est en déclin

Part de marché et valeur des exportations du Canada dans le secteur agricole et agroalimentaire



Sources : UN Comtrade, Leadership avisé RBC

Le déclin relatif pourrait être un signal d'alarme indiquant que nos exportations agricoles et agroalimentaires ne sont pas seulement trop dépendantes des États-Unis, mais aussi menacées par une concurrence encore plus acharnée à l'étranger dans les décennies à venir. D'autres pays, comme le Brésil et le Chili, ont gagné une grande partie des marchés de la viande et du poisson, où le Canada était compétitif par le passé.

L'Équateur est un autre cas intéressant. Le pays dispose d'une aquaculture intérieure très concentrée, aux environs de la ville de Guayaquil, où les progrès de la génétique des crevettes ont permis de multiplier le volume de production par 18 depuis 2000.⁸ Aujourd'hui, les crevettes représentent près de 24 % des exportations totales de l'Équateur et 24 % du marché mondial des exportations de crustacés, en incluant les crevettes et les homards.⁹ Des tendances similaires sont observées pour les myrtilles du Pérou, les pâtes de la Turquie et le soja du Paraguay. Cette croissance ciblée et dynamique de la part de nos concurrents a fait perdre au Canada des parts de marché dans deux tiers des secteurs qui composent le commerce agricole et agroalimentaire, à savoir la viande (-2 %), les animaux vivants (-5 %) et les boissons et spiritueux (-2 %). Selon notre modèle, le Canada a ainsi perdu 23 milliards de dollars de valeur d'exportation en 2023 en raison des parts de marché perdues depuis 2000, ce qui dépasse la valeur des exportations canadiennes d'acier et de fer vers les États-Unis en 2024.

Il est important de surveiller le front de l'Asie du Sud-Est et du Sud. La consommation agricole et alimentaire de l'Inde et de l'Asie du Sud-Est devrait s'accroître à plus de 31 % de la consommation mondiale au cours de la prochaine décennie.¹⁰ Depuis longtemps, une grande partie de la région représente un marché sûr pour les producteurs canadiens, qu'il s'agisse de soja pour le Vietnam, de blé pour l'Indonésie ou de pois pour l'Inde. Toutefois, la région se tourne de plus en plus vers d'autres fournisseurs. L'accord de libre-échange entre l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) a éliminé les tarifs douaniers sur 99 % des exportations néo-zélandaises vers l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines et le Vietnam. En vertu de cet accord, l'Australie a régulièrement augmenté ses exportations vers l'ANASE, qui représente aujourd'hui 23 % de la valeur de ses exportations agricoles et agroalimentaires.^{11,12} Le Brésil est un autre concurrent à surveiller. L'accent placé par le pays sur la promotion de son commerce n'en a pas seulement fait un fournisseur de l'ANASE plus important ; mais cela a aussi accéléré sa présence en Afrique et au Moyen-Orient – qui affichent la plus forte croissance du monde – où la valeur de ses exportations a bondi de 24,4 % et 20,4 %, respectivement, entre 2023 et 2024.¹³

Cette réorganisation du commerce alimentaire mondial s'est déroulée en grande partie pendant une période de libéralisation du commerce mondial, mais cette ère est peut-être en train de prendre fin. Si les barrières tarifaires et non tarifaires se normalisent, et si le commerce devient plus politisé, la capacité du Canada à être compétitif à l'international pourrait être à nouveau remise en question, notamment face aux exportateurs résurgents comme le Kazakhstan qui cherchent à regagner des parts de marché, en particulier en Asie et au Moyen-Orient.

L'année dernière, la valeur des échanges mondiaux de marchandises a atteint le chiffre record de 45 000 milliards de dollars, mais la croissance des volumes⁶ d'une année sur l'autre est en baisse depuis 2000.¹⁴ La croissance annuelle moyenne du volume des échanges a été de 2 % entre 2016 et 2025, ce qui marque un ralentissement par rapport aux 3,45 % enregistrés au cours de la décennie précédente.¹⁵ L'un des principaux facteurs à l'origine de ce ralentissement est l'abandon d'un système fondé sur des règles, ce qui a ouvert la voie à des politiques plus protectionnistes.

Par exemple, les interventions commerciales à l'encontre des céréales ont été 2,5 fois plus nombreuses que les interventions de libéralisation depuis 2009, sous l'impulsion de subventions financières, de prêts d'État et de tarifs douaniers à l'importation.¹⁶ L'agriculture et l'agroalimentaire font souvent les frais de ces politiques, compte tenu de l'importance politique des prix des denrées alimentaires et du pouvoir politique des producteurs de denrées alimentaires dans de nombreux pays. Les tarifs douaniers imposés par un membre de l'Organisation mondiale du commerce sur un produit agricole donné s'élèvent en moyenne à 14,8 %, contre 8 % pour les produits non agricoles.¹⁷ Le déclin de l'appétit pour le commerce international, le repli des occasions de conclure de nouveaux accords commerciaux et les perturbations de la stratégie d'exportation du Canada axée sur l'Amérique du Nord figurent parmi les plus grands défis que nous devons sans doute relever dans les années à venir.

Comment se diversifier : tirer parti de nos forces, croître aux côtés de nouveaux alliés, investir dans d'anciens marchés

L'occasion est évidente. Selon notre modèle, la part du Canada dans les exportations mondiales pourrait augmenter de 30 % d'ici 2035, ce qui ajouterait 44 milliards de dollars aux exportations totales, à condition d'atteindre trois grands objectifs commerciaux : croître sur les marchés où le Canada a accès, se développer sur les marchés les plus dynamiques du monde, et maintenir les relations existantes grâce à une « diplomatie alimentaire » renforcée.

Le premier défi est simple : il s'agit de tirer parti de ce que nous avons. Le Canada a conclu 15 accords de libre-échange qui lui donnent accès à plus des deux tiers de l'économie mondiale. Ces accords pourraient permettre de mieux exploiter l'accès du Canada aux marchés d'Europe, d'Asie et d'Amérique latine. Par exemple, l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne élimine progressivement une grande partie des tarifs douaniers sur les fruits de mer. Avant l'AECG, les tarifs douaniers de l'UE sur le poisson et les fruits de mer étaient de 11 % en moyenne, avec des sommets à 25 %. Ils seront totalement supprimés au cours des cinq prochaines années.¹⁸

Notre prochain défi consistera à conquérir de nouveaux marchés en croissance, avec une ambition plus grande. Nous pourrions commencer par les marchés asiatiques mentionnés dans la section précédente. Les consommateurs d'Asie du Sud-Est et d'Asie du Sud devraient avoir plus d'argent à dépenser en produits de valeur supérieure au cours de la prochaine décennie, en partie grâce à une croissance économique qui devrait être parmi les meilleures au monde, avec un PIB par habitant en hausse de 3,9 % par an entre 2024 et 2033, selon les prévisions, contre 2,6 % pour la décennie précédente.¹⁹ L'Inde est l'une des occasions les plus évidentes : un marché de 1,5 milliard de consommateurs dont l'économie et le niveau de vie augmentent rapidement. En outre, ce marché constituera une occasion de plus en plus importante pour l'industrie canadienne de la transformation agroalimentaire, en particulier dans le domaine des protéines d'origine végétale, grâce à la production canadienne de légumineuses – pois, lentilles et soja.

En particulier, la transformation des oléagineux et des déchets agricoles du Canada peut contribuer à répondre à la croissance de la demande de biocarburants attendue en Asie du Sud-Est, où les taux de mélange de biocarburants avec les combustibles fossiles devraient rester supérieurs à 30 % sur des marchés tels que l'Indonésie. Dans ce pays, la demande de biodiesel devrait augmenter de 56 % au cours de la prochaine décennie.²⁰ L'Afrique subsaharienne, le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord et l'Amérique latine devraient

également connaît une forte croissance de leur PIB. Dans ces régions, nous pouvons nous attendre à une augmentation de la consommation totale et de la consommation par habitant, mais aussi à une transition vers des aliments plus riches en nutriments, ce qui inclut les protéines animales, les légumes et les légumineuses. Une façon de contribuer : le Canada peut aider à relier le transport maritime mondial aux chaînes d'approvisionnement locales en participant à la construction de corridors alimentaires et d'infrastructures portuaires en Turquie, aux Émirats arabes unis et en Arabie saoudite, qui sont d'importants points d'entrée dans la région.

Troisièmement, le Canada peut renforcer et développer ses partenariats actuels. Ces marchés comprennent les États-Unis, le Japon, la Chine et le Mexique. Or, les trois premiers connaîtront probablement des déficits commerciaux dans le secteur alimentaire au cours de la prochaine décennie, et les producteurs excédentaires comme le Canada se disputeront ces marchés. Notre avantage réside dans les réseaux commerciaux établis et la confiance des consommateurs dans nos produits. En particulier, les États-Unis devraient accroître leurs importations de produits frais, de poisson et d'huiles végétales au cours de la prochaine décennie.²¹ La stimulation de la production et de la transformation dans ces domaines positionnera le Canada comme un partenaire à la fois fiable et stratégique, à condition de réaliser certains des investissements décrits aux sections suivantes.

ENCADRÉ : 3 pays à surveiller

Brésil : l'investisseur



- Devenu le deuxième plus grand exportateur de produits agricoles et agroalimentaires, le Brésil prend une part exceptionnellement importante dans les exportations mondiales d'oléagineux et de viande, avec des augmentations respectives d'environ 20 % et 11 % en valeur.²²
- Les cultures en rangs ont presque doublé entre 2000 et 2014 au Brésil, principalement en raison de la conversion des pâturages (80 %), mais aussi des terres forestières (20 %).²³ Le Brésil améliore également les rendements par rapport aux intrants tels que la terre, les engrais et la main-d'œuvre, et la productivité des facteurs agricoles globaux a augmenté de 53 % entre 2000 et 2022. À titre de comparaison, la productivité du Canada a augmenté de 27 %.²⁴ Le régime de politique industrielle a adopté un modèle de soutien aux entreprises au début et au milieu des années 2000, ce qui a attiré les investissements des multinationales de l'agroalimentaire et des sciences de la vie et contribué à financer la croissance du stockage national, des infrastructures de transport et de la capacité de transformation.²⁵

- Le Brésil a adopté une approche agressive en matière de marketing et de promotion sur les marchés en croissance, et il augmente progressivement sa part de marché en Chine. D'un autre côté, l'Union européenne, deuxième marché du Brésil, compte appliquer fin 2025 un règlement contre la déforestation interdisant des importations spécifiques, notamment de soja, de bœuf et de produits à base de café associés à la déforestation après 2020.²⁶ Cette réglementation, conjuguée à d'autres politiques environnementales régissant le commerce international, pourrait poser des problèmes de conformité au Brésil malgré le repli des taux de déforestation dans le pays.
- Au cours de la prochaine décennie, la politique industrielle brésilienne « Nova Industry Brazil » encouragera à l'innovation et à la durabilité, les chaînes logistiques agroalimentaires étant définies comme une priorité absolue pour la croissance.

Australie : le négociateur



- L'Australie a mis à profit ses 18 accords de libre-échange avec 30 pays pour diversifier, développer et adapter ses flux d'exportation agroalimentaires. La valeur des exportations agroalimentaires de l'Australie vers l'Inde s'est envolée de 106 % entre 2022 et 2023 après l'entrée en vigueur de l'Accord de coopération économique et commerciale Inde-Australie (ECTA) en décembre 2022. En 2023, l'Australie a tiré parti de la baisse des tarifs douaniers sur la viande dans le cadre de l'Accord de libre-échange entre la République de Corée et l'Australie, augmentant les ventes de moutons et de chèvres d'environ 50 % en valeur par rapport à 2022.²⁷
- L'Australie diversifie sa production afin de s'adapter à la croissance de marchés d'exportation tels que le canola, et soutient cette politique à l'aide de promotion commerciale. Sa nouvelle initiative d'expansion agroalimentaire intersectorielle est la création d'un fonds de 85 millions de dollars destiné à accroître et diversifier les exportations agroalimentaires.²⁸

- Participant actif à la commission du Codex Alimentarius, qui est un ensemble de normes alimentaires adoptées à l'échelle internationale. L'harmonisation des normes alimentaires entre les partenaires commerciaux est essentielle pour éviter les barrières non tarifaires.

Espagne : l'expansion



- Le pays s'est positionné comme le marché de référence pour les fruits, les légumes et le porc dans l'Union européenne, en se concentrant sur l'échelle de production, la qualité et la production régionalisée.
- L'Espagne s'est hissée au rang de chef de file de l'agroalimentaire en se connectant à ses clients européens et internationaux depuis 46 ports.²⁹
- L'Espagne a augmenté sa production afin de répondre à la demande de volumes d'exportation, grâce à une amélioration de la productivité et à une transition vers la commercialisation agricole. Cela se traduit par une production sous serre centralisée, optimisée aux fins d'accès au marché régional et de commerce international. Toutefois, ce centre de production dépend principalement du transport routier, ce qui crée des vulnérabilités logistiques.
- L'Espagne restera l'un des principaux concurrents du Canada pour ce qui est de l'expansion sur le marché européen si le pays décide d'optimiser son utilisation de l'AECG.

Kazakhstan : la croissance



- Bien qu'il ne figure pas encore parmi les 50 premiers exportateurs, le Kazakhstan a multiplié par neuf la valeur de ses exportations agricoles et agroalimentaires depuis 2000.³⁰
- Au cours de la prochaine décennie, si les tendances d'utilisation des terres agricoles du Kazakhstan reflètent celles d'autres puissances agricoles telles que le Brésil, le Canada et les États-Unis, on peut s'attendre à ce que ses pâturages, qui représentent environ les trois quarts de toutes les terres agricoles, soient transformés en marchés de cultures.³¹
- Dans le cadre des plans de développement agricole 2021-2030 du ministère de l'Agriculture, le Kazakhstan prévoit stimuler la productivité de sa production de viande et de produits laitiers en augmentant le poids des carcasses et la production de lait par animal en vue d'accroître ses exportations.³²
- Le secteur agricole du Kazakhstan présente un potentiel de croissance important, mais il est sous-développé et sous-financé. À la suite des investissements significatifs réalisés par les institutions financières d'État telles que KazAgroFinance, le Kazakhstan deviendra un pays à surveiller pour les céréales, les oléagineux, le bœuf et le mouton.³³

Tirer parti des avantages mondiaux pour garantir la sécurité alimentaire au pays

Le secteur agricole et agroalimentaire canadien n'est pas seulement un exportateur ; c'est une source d'aliments de haute qualité, abordables et nutritifs pour une population nationale croissante. Nous produisons au-delà de nos besoins, nous positionnant comme un exportateur net de produits agricoles et agroalimentaires d'une valeur de 32 milliards de dollars en 2023.³⁴ Toutefois, la composition productive d'un secteur axé sur l'exportation ne se traduirait pas par un régime alimentaire sain pour tous les Canadiens.³⁵ Une approche équilibrée est nécessaire.

Le Canada a noué des relations commerciales avec des pays spécialisés dans la production d'aliments tels que les fruits de façon plus concurrentielle et productive. En conséquence, le Canada accuse un déficit de production pour les fruits et légumes, ainsi que dans le secteur du sucre et de la confiserie. La technologie pourrait être d'une aide précieuse, en l'occurrence grâce à l'agriculture moderne en environnement contrôlé. Des poches de production en Ontario, au Québec, en Alberta et en Colombie-Britannique ont permis de quintupler les volumes de production de fruits et légumes en serre depuis 2000.³⁶ Ce secteur en pleine croissance peut jouer un rôle essentiel pour combler le déficit de production – la production de légumes devrait doubler et la production de fruits quintupler pour répondre à la demande intérieure.³⁷

Le Canada devra soutenir cette croissance à l'aide de services publics suffisants, notamment dans les domaines de l'eau, de l'énergie et de la gestion des déchets. Il sera essentiel d'étendre et de décarboner les réseaux électriques du Canada, ce qui pourrait obliger les provinces à investir près de 160 milliards de dollars pour doubler leur approvisionnement en électricité à partir d'énergies propres.³⁸ De tels investissements ont un effet en cascade sur la décarbonation du système alimentaire canadien, dans la mesure où ils permettent de réduire l'intensité en carbone de l'énergie utilisée pour le stockage, les usines de transformation et le transport.

La transformation de la viande, ainsi que la production et la transformation du poisson et des fruits de mer constituent d'autres domaines de croissance permettant de répondre à la demande intérieure et de regagner des parts de marché à l'échelle mondiale. La production de viande est presque deux fois supérieure au taux de consommation moyen du Canada, tandis que la production de poisson et de fruits de mer se situe juste au-dessus des moyennes de consommation.^{39,40}

Ces secteurs ont été confrontés à des coûts d'exploitation élevés, à la volatilité des prix des marchandises, à des pénuries de main-d'œuvre et à un contexte politique difficile pour l'aquaculture. Pourtant, la demande nationale et internationale de protéines durables fabriquées au Canada est en plein essor, ce qui signifie que les gains d'efficacité découlant des opérations mondiales réalisées au Canada pourraient améliorer le coût et la disponibilité de ces produits pour les consommateurs nationaux.

Miser sur le Canada pour l'alimentation de l'avenir peut également être un gage de sécurité environnementale. Bien qu'aucun pays ne soit à l'abri des effets négatifs des changements climatiques sur les cultures et l'élevage, les scénarios de croissance des rendements tenant compte de l'accélération des changements climatiques suggèrent que le Canada devrait renforcer son rôle de grenier mondial pour les cultures de base telles que le blé, le soja et le maïs. Le Canada est également bien doté en ressources naturelles, et dispose de systèmes de production efficaces qui consomment ces ressources de manière responsable. L'utilisation de l'eau dans l'agriculture canadienne demeure modeste à 11 % du prélèvement d'eau douce total, contre 67 % en Australie et 40 % aux États-Unis.⁴¹

L'utilisation des terres dans l'agriculture canadienne est également très raisonnable par rapport aux États-Unis et à l'Australie qui exploitent plus de la moitié de leurs terres totales, alors que les terres agricoles du Canada ne représentent que 6 % de la superficie nationale. Ces chiffres illustrent les limites auxquelles se heurtent les autres puissances agricoles pour répondre aux besoins de terres à répartir entre le logement, l'énergie et l'alimentation.^{42,43,44}

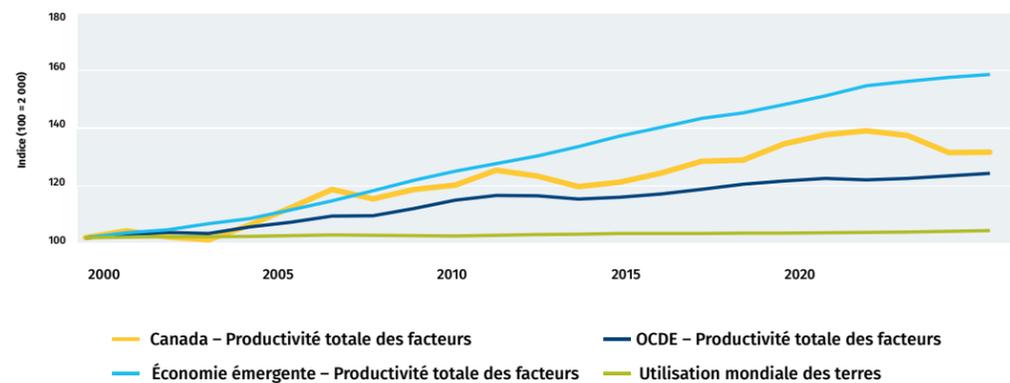
Cinq clés pour libérer le potentiel de l'exportation canadienne

1. Innovation

Nous sommes un chef de file en matière de production, mais à la traîne pour ce qui est de la commercialisation des innovations. Cela dit, le Canada souffre d'un ralentissement de sa productivité dans l'agriculture. La relance de la productivité passe par l'innovation axée sur l'efficacité.

Le Canada dépasse ses homologues de l'OCDE en matière de productivité agricole, mais il est à la traîne des économies émergentes

Moyenne mobile sur 3 ans, indice 2000 = 100



Économies émergentes = Argentine, Brésil, Chine, Inde, Indonésie, Kazakhstan, Philippines, Russie, Afrique du Sud, Ukraine et Viet Nam.

Source : Statistique Canada, USDA Economic Research Service, Leadership avisé RBC

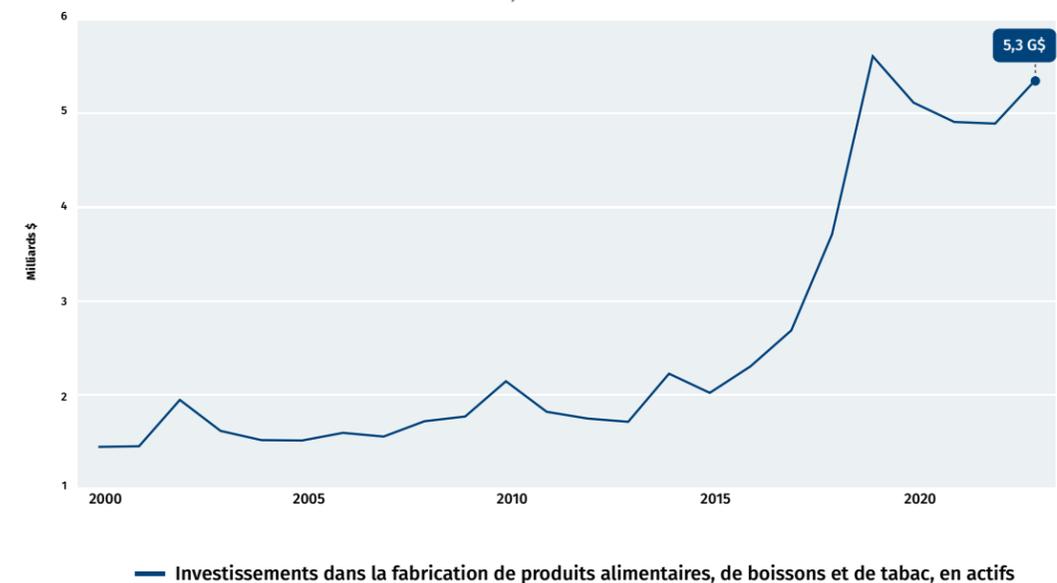
Le taux d'adoption peut être amélioré. Prenons l'exemple du pilotage automatisé des tracteurs et de la technologie à taux variable dans le domaine des engrais et des semences. Les taux d'adoption de ces deux technologies restent faibles à 27 % et 16 %, respectivement. ⁴⁵Nous avons également besoin d'une meilleure connectivité entre les chercheurs, les entreprises en démarrage, les fournisseurs de financement et les sociétés, de préférence au sein de pôles d'innovation agroalimentaire semblables à ceux du Midwest américain et des Pays-Bas. Pour ce faire, nous devons combler l'écart croissant entre les ressources privées et publiques, qui menace la capacité du Canada à développer des partenariats dans le domaine de la propriété intellectuelle et de la commercialisation. Les dépenses publiques consacrées à la recherche et au développement agroalimentaire ont reculé de 9 % en moyenne par an au cours de la dernière décennie.⁴⁶

2. Capitaux

Le Canada se classe parmi les 10 premiers pays pour les investissements dans la technologie et l'innovation agroalimentaires. ⁴⁷Nous pourrions figurer parmi les 5 premiers, à condition de doubler les investissements annuels dans les entreprises en démarrage basées au Canada. La tâche pourrait être plus difficile dans un monde soumis aux tarifs douaniers, qui présenterait un risque intrinsèque pour les capitaux étrangers. Néanmoins, les rendements sur les exportations pourraient suffire à compenser les défis nord-américains. L'expansion des secteurs de la transformation agroalimentaire canadienne nécessitera également des investissements initiaux. Industries des protéines du Canada estime que nous pourrions détenir 10 % du marché mondial des aliments d'origine végétale d'ici 2035, ce qui ajouterait 25 milliards de dollars aux ventes annuelles. Pour réaliser cette ambition, le Canada aura besoin de 10 à 15 nouvelles usines de transformation d'aliments d'origine végétale et de 6 à 9 milliards de dollars d'investissements en immobilisations pour la seule fabrication d'ingrédients.⁴⁸ Pour accroître les investissements au Canada, nous devons également rehausser notre attrait en adoptant des approches plus concurrentielles en matière de fiscalité et de réglementation. Nous pouvons également promouvoir notre histoire, et repositionner le pays comme un producteur à valeur ajoutée, concurrentiel sur le plan des prix, de la qualité et des volumes. Nous pouvons élaborer des études de cas sur les sociétés, les régions et les secteurs (voir l'encadré) qui mettent en évidence ce qui, au Canada, est prêt à entrer dans une ère de croissance et a le potentiel d'attirer une nouvelle vague d'investisseurs.

L'augmentation des investissements dans le secteur manufacturier depuis 2015 témoigne d'une transition intérieure des marchandises vers les produits agroalimentaires à valeur ajoutée

Placement à valeur ajoutée en dollars constants



Source : Statistique Canada, USDA Economic Research Service, Leadership avisé RBC

3. Accessibilité numérique

Le Canada doit combler son retard en matière de 5 G. L'utilisation d'outils agricoles de précision met en évidence l'importance des connexions sans fil dans les régions rurales du Canada. Ces outils s'appuient sur des applications ou des plateformes Web pour améliorer l'utilisation des aliments pour animaux, des semences, des engrais et des pesticides afin de produire plus avec moins de ressources. Cette technologie nécessite l'Internet à haut débit et un excellent signal mobile 5G, domaines où les régions rurales du Canada sont en retard. Deetken Insights estime que si tous les agriculteurs canadiens avaient accès à la 5G, cela pourrait ajouter entre 2,7 et 3,5 milliards de dollars au PIB canadien d'ici 2030 grâce à une meilleure efficacité des intrants et à une automatisation accrue dans les exploitations agricoles.⁴⁹

La Stratégie canadienne pour la connectivité, qui reflète la vision nationale de l'infrastructure informatique, a permis de lancer des projets dans tout le pays pour élargir l'accessibilité au réseau. Cependant, deux provinces agricoles clés, la Saskatchewan et le Manitoba, n'ont que 50 % et 30 % de couverture rurale, respectivement, en ce qui concerne la 5G.⁵⁰ Le redéploiement des fonds destinés à la connectivité des régions rurales canadiennes, pour se concentrer sur l'accès à la 5G dans les zones rurales et éloignées, pourrait être l'initiative nécessaire pour débloquer l'économie numérique pour les agriculteurs canadiens.

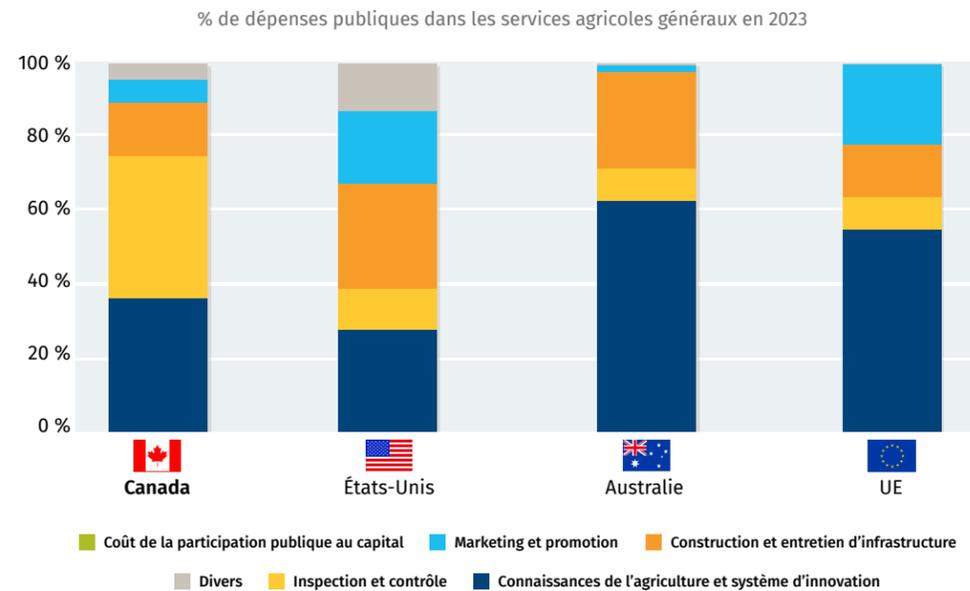
4. Infrastructure d'exportation

Les délais d'exécution dans les ports canadiens sont plus longs que dans les ports de nombreux concurrents, avec une moyenne de 2,7 jours en 2022 alors que les États-Unis, le Brésil et l'Australie affichent des délais d'exécution moyens respectifs de 2,1 jours, 1 jour et 2 jours.⁵¹ Le port de Vancouver, qui est le plus grand du Canada, connaît depuis longtemps des goulets d'étranglement liés à son infrastructure, entre le Second Narrows Bridge et le tunnel Thornton, que des mécanismes comme le Fonds national des corridors commerciaux ou la Banque de l'infrastructure du Canada pourraient aider à résoudre – par le biais d'un financement de transformation. À l'heure actuelle, le Canada investit environ 20 milliards de dollars par an dans ses infrastructures de transport, ce qui le place loin derrière ses concurrents agricoles tels que l'Australie et le Royaume-Uni. Pour rester au niveau de ces pays, il faudrait des investissements supplémentaires de l'ordre de 13 à 20 milliards de dollars.⁵² Il existe également des occasions plus modestes, telles que la logistique des conteneurs et les terminaux intérieurs, du fait que des problèmes simples comme le stockage des conteneurs peuvent engorger nos ports et nos voies ferrées.

5. Marketing mondial

Le Canada souffre d'un effet de dilution dans son approche de développement et d'accès au marché, avec des ressources limitées pour redémarrer. Les États-Unis dépensent près de 20 % de leur budget de services de soutien à l'agriculture dans le marketing et la promotion, soit le triple du Canada qui ne consacre que 6 % de son budget à ces activités.⁵³

Le Canada dépense environ 40 % de son budget de services agricoles dans l'inspection et le contrôle



Dans le même ordre d'idées, pour gagner des parts de marché, de solides services d'inspection et de contrôle sont nécessaires pour garantir la sécurité alimentaire et la protection de la production agricole contre les nouvelles maladies et les nouveaux parasites. Le Canada jouit d'une solide réputation, mais il fait face à un dilemme : malgré les 40 % de notre budget des services de soutien à l'agriculture consacrés à l'inspection et au contrôle, nous sommes toujours confrontés à des problèmes d'accès au marché et à des inspections redondantes.⁵⁴ Une approche intéressante serait de sélectionner les cinq principaux produits ayant un potentiel à l'exportation et de réaliser des évaluations de marché prioritaires, par exemple au sujet de l'Europe pour les fruits de mer. En mettant en commun les ressources publiques et privées, le gouvernement fédéral pourrait collaborer avec les associations sectorielles, les sociétés et les provinces dans le cadre de groupes de travail régionaux et flexibles, afin de promouvoir les exportations et d'informer les organismes de réglementation sur les mesures à prendre pour soutenir la croissance. Une option complémentaire serait de positionner les autorités réglementaires telles que l'Agence canadienne d'inspection des aliments en vue de faire avancer la reconnaissance et l'harmonisation des normes sur les marchés de croissance identifiés.

Le Canada en 2035

Dans 10 ans à peine, le monde devra nourrir près de neuf milliards de personnes, et nombre d'entre elles disposeront de revenus plus élevés et rechercheront des aliments de meilleure qualité comme les produits sur lesquels le Canada a bâti sa réputation. Pour répondre à cette demande, le monde devra produire 14 % de denrées alimentaires, d'aliments pour animaux et de biocarburants en plus que ce que nous produisons aujourd'hui, dans un environnement commercial plus perturbé.⁵⁵

Pour nourrir le monde de demain, l'agriculture devra aussi composer avec les changements climatiques, l'expansion urbaine et les besoins croissants d'utilisation des sols pour la production d'énergie. En passant d'une réaction tactique à court terme à une stratégie de croissance, le Canada peut s'appuyer sur les menaces tarifaires américaines pour appeler à faire du secteur agricole et agroalimentaire un moteur de la diversification commerciale et de l'autosuffisance du pays.

Dans un scénario de forte croissance, nous estimons que le Canada pourrait retrouver son rang de 5^e exportateur mondial et regagner l'influence internationale qui était la sienne au début des années 2000. Dans un tel scénario, le Canada, en 2035, aurait besoin d'accroître ses exportations agroalimentaires à valeur ajoutée de 50 % et ses exportations de marchandises agricoles de 10 %.

Dans un tel scénario, nous pouvons imaginer un Canada où

- l'aquaculture de l'Atlantique doublerait en termes de production et de transformation, et alimenterait nos voisins européens ainsi que ceux qui sont plus proches.
- Et où l'Alberta, qui produit 80 % de la viande bovine du pays, améliorerait la résilience de ses parcs d'engraissement et de ses chaînes logistiques, contribuant à faire du Canada le premier fournisseur de viande au Japon, alors qu'il y occupe aujourd'hui la quatrième place.^{56,57,58}
- Notre secteur des serres, qui aspire à doubler sa superficie au cours de la prochaine décennie, rapproche les Canadiens de leurs produits frais à un prix abordable.

L'agriculture est souvent laissée de côté dans les discussions sur la stratégie économique du Canada. La situation doit changer si nous voulons renforcer la résilience de notre pays et rétablir notre présence à l'étranger. Si le pays donne suite à ces idées, et à d'autres, avec précision et rapidité, la prochaine décennie pourrait voir un essor de la productivité, une ampleur sans précédent de l'industrie manufacturière, et une nouvelle voie de croissance fondée sur des marchés diversifiés. Partout au pays, des occasions de croissance sont prêtes à être saisies.

Encadré : Comment devenir un champion mondial

AGT Food and Ingredients – la valeur des pôles de transformation

Les fournisseurs de légumineuses et produits d'origine végétale exportent vers plus de 100 pays.

• **Principaux marchés :** Turquie, Algérie, Irak et États-Unis.

• **Marchés en croissance :** Inde, Afrique du Sud, Arabie saoudite, et Émirats arabes unis.

• **Stratégie d'exportation :**

—Sa capacité à traiter et à transformer de gros volumes de légumineuses cultivées à proximité des installations de transformation de l'ouest du Canada a stimulé ses ambitions en matière d'exportation.

—AGT dispose d'une chaîne logistique intégrée, de la porte de la ferme à la distribution mondiale, et la société a étendu sa prise de participation aux aliments emballés destinés à l'exportation, à l'infrastructure de transformation à valeur ajoutée, et à la manutention et au fret en vrac et par conteneurs.

—De plus, son activité internationale a profité de l'expansion de ses bureaux et de ses usines de transformation en Turquie, au Kazakhstan, au Royaume-Uni, en Australie, en Europe, aux États-Unis, en Afrique du Sud et en Inde.

• **Stratégie de croissance :**

—Les acquisitions et les nouvelles capacités visant à amplifier la transformation au sein des groupes de production ont permis à AGT de devenir un exportateur mondial de produits alimentaires à base de légumineuses et de blé dur à valeur ajoutée. Cela a également permis à AGT de passer du statut d'acheteur et d'exportateur de marchandises au secteur des produits de détail, avec 21 installations dans l'ouest du Canada.

—AGT investit et s'engage dans la recherche et le développement pour créer de nouveaux produits et systèmes de transformation.

Maple Leaf Food – la valeur de l'efficience

Société de fabrication de protéines exportant dans 20 pays.

• **Principaux marchés :** États-Unis, Chine et Japon.

• **Marchés en croissance :** Philippines, Singapour et Vietnam.

• **Stratégie d'exportation :**

—La forte intégration du marché et de la chaîne logistique avec les États-Unis étend la portée géographique de la société.

—L'accès au marché et le développement entre le Canada et les États-Unis ont également bénéficié de la reconnaissance mutuelle des normes relatives au bien-être animal, à la biosécurité et à la qualité.

—La qualité de la viande de porc canadienne est reconnue, et ce produit jouit d'une solide réputation sur les marchés asiatiques existants.

—L'ouverture de nouveaux bureaux a soutenu le développement du marché en Asie. Cela a permis à MLF de travailler en étroite collaboration avec les délégués commerciaux de l'Asie pour accéder au marché et développer son activité, ainsi que pour résoudre les problèmes liés aux marchés locaux.

• **Approche de la croissance :**

—Portefeuille de marques reconnues et leadership bien établi, en particulier sur les marchés nord-américains et asiatiques.

—Chaînes d'approvisionnement intégrées verticalement, avec pour priorité de réinvestir dans l'entreprise afin d'augmenter la capacité et d'améliorer l'efficience des opérations et de la chaîne d'approvisionnement.

—Au fil des ans, MLF a eu recours aux acquisitions pour augmenter son échelle, mais aussi pour acheter d'importantes marques concurrentes ou complémentaires.

—Elle s'est fortement concentrée sur l'efficience de sa production, grâce à l'automatisation et à l'établissement de centres d'excellence où les usines de transformation se spécialisent dans des gammes de produits particulières, ce qui permet de tirer parti de l'échelle du groupe.

McCain – la valeur des réseaux

Les produits sont vendus dans plus de 160 pays.

• **Forces et approche en matière d'exportation :**

—Mise en place de bureaux de vente locaux à Tokyo et Osaka et de centres de distribution dans tout le Japon pour assurer la ponctualité des livraisons.

—Étroites relations entre le bureau international et les usines de transformation afin de garantir un approvisionnement fiable et cohérent répondant aux besoins des clients internationaux.

—En cas de pénurie due à un cas de force majeure, par exemple des retards de transport ou des problèmes liés aux récoltes, l'entreprise a la capacité de proposer un produit de remplacement en temps utile grâce à la présence de bases de production dans différents pays.

• **Approche de la croissance :**

—Entretient d'étroites relations avec les agriculteurs par le biais de contrats directs, ce qui permet à McCain de réagir avec agilité aux perturbations de la production ou de la chaîne logistique.

—Investit dans la résilience de l'agriculture régionale pour aider les principaux fournisseurs à atténuer les effets des changements climatiques et autres perturbations et à s'y adapter.

—Étend ses usines de transformation et sa logistique dans les zones de production agricole existantes et émergentes.

Collaborateurs

Leadership avisé RBC

Lisa Ashton, responsable principale, Politique agricole

John Stackhouse, premier vice-président, Bureau du chef de la direction

Myha Truong-Regan, cheffe, Recherche climatique

Yadullah Hussain, directeur de rédaction

Farhad Panahov, économiste

Caprice Biasoni, graphiste spécialisé

Shiplu Talukder, Spécialiste, Publication numérique

Boston Consulting Group

Terence Smith, directeur général principal, Centre pour l’avenir du Canada du BCG

Keith Halliday, partenaire et directeur général associé, BCG Global Advantage Practice Area

Arrell Food Institute at the University of Guelph

Evan Fraser, professeur et directeur

Remerciements

Amy Standish, Vice-ministre adjointe, Policy and Programs, Gouvernement de la Saskatchewan

Brian Innes, directeur général, Soy Canada

Brodie Berrigan, directeur principal des relations gouvernementales et de la politique agricole, Fédération canadienne de l’agriculture

Charlie Angelakos, vice-président, Affaires extérieures mondiales et durabilité, McCain Foods Limited

Craig Klemmer, directeur, Leadership avisé, Financement agricole Canada

Cyr Couturier, biologiste marin et scientifique de l’aquaculture, Institut des pêches et de la marine de l’Université Memorial

Dana Dickerson, directrice de l’expansion du marché et du développement durable, Grain Farmers of Ontario

Darlene McBain, directrice, Relations avec l’industrie, Financement agricole Canada

Dave Carey, vice-président, Relations avec le gouvernement et l’industrie, Canadian Canola Growers Association

David McInnes, directeur, DMci Strategies

Deb Stark, ancienne Vice-ministre, Ministère de l’Agriculture, de l’Alimentation et des Affaires rurales de l’Ontario

Erin Gowriluk, présidente, Canadian Grains Council

Greg Northey, vice-président, Corporate Affairs, Pulse Canada

Guillaume Lhermie, professeur et directeur, Simpson Centre for Food and Agricultural Policy

Ian Ross, président et chef de la direction, Grand Valley Fortifiers

Janelle Whitley, directrice principale, Market Access & Trade Policy, Pulse Canada

Janice Tranberg, présidente et cheffe de la direction, Alberta Cattle Feeders Association

Jean-Marc Ruest, vice-président principal, Corporate Affairs and General Counsel, Richardson International Limited

Jeff Vassart, président, Cargill Limited Canada

John Cranfield, doyen et professeur, Ontario Agricultural College, Université de Guelph

Kendra Donnelly, directrice financière, Korova Feeders

Kim McConnell, conseiller pour le secteur

Kristjan Hebert, président, Hebert Group

Kinga Nolan, Policy and Regulatory Affairs, Grain Growers of Canada

Kyle Jeworski, président et chef de la direction, Viterra

Kyle Scott, associé gestionnaire, Emmertech

Leif Carlson, directeur, Market Intelligence and Trade Policy, Cereals Canada

Lenore Newman, professeure et directrice générale, Food and Agriculture Institute, Université Institute Simon Fraser

Lorne Hepworth, membre du Conseil, Agricultural Research and Innovation Ontario

Michael Harvey, directeur général, Alliance canadienne du commerce agroalimentaire

Margaret Hudson, présidente et cheffe de la direction, Burnbrae Farms Limited

Margaret Hughes, vice-président, Ventes et marketing, Avena Foods

Mark Walker, vice-président, Markets and Trade, Cereals Canada

Martin Scanlon, doyen et professeur, Faculté des sciences de l’agriculture et de l’alimentation, Université du Manitoba

Matt Korpan, directeur général, Recherche et développement, Center for Horticultural Innovation

Peter Dhillon, président du conseil d’administration, Ocean Spray

Ray Price, président, Sunterra

Richard Lee, directeur général, Ontario Greenhouse Vegetable Growers

Rickey Yada, doyen et professeur, Faculté des sciences de l’agriculture, de la vie et de l’environnement, Université de l’Alberta

Ryder Lee, directeur général, Canadian Cattle Association

Sylvanus Afesorgbor, professeur agrégé, Université de Guelph

Ted Bilyea, membre honoraire, Institut canadien des politiques agroalimentaires

Tim Kennedy, directeur général, Alliance de l’industrie canadienne de l’aquaculture

Tom Rosser, Vice-ministre adjoint, Agriculture et Agroalimentaire Canada

Trevor Tombe, professeur, Université de Calgary

William Gould, directeur, Business Operations, Progressive Group of Companies

Yves Ruel, directeur général associé, Chicken Farmers of Canada

References

¹UN Comtrade. Trade.

²UN Comtrade.

³Statistique Canada. Enquête annuelle sur les industries manufacturières, 2023.

⁴Statistique Canada. Base de données sur le commerce international canadien de marchandises.

⁵UN Comtrade.

⁶Statistique Canada. Enquête annuelle sur les industries manufacturières, 2023.

⁷UN Comtrade.

⁸Le Groupe de la Banque mondiale. Production de l’aquaculture (tonnes métriques) – Équateur.

⁹Le Groupe de la Banque mondiale. Production de l’aquaculture (tonnes métriques) – Équateur.

¹⁰OCDE et FAO. Perspectives agricoles de l’OCDE et de la FAO 2024-2033, 2024.

¹¹Gouvernement australien. Snapshot of agricultural export diversification to ASEAN, 2024.

¹²Ministère des Affaires étrangères et du Commerce de Nouvelle-Zélande. Zone de libre-échange ANASE-Australie-Nouvelle-Zélande.

¹³Gouvernement du Brésil. Historic milestone for Brazilian agribusiness shows leadership in global food security, 2024.

¹⁴Nations unies. Global trade to hit record \$33 trillion in 2024, but uncertainties over tariffs loom, 2024.

¹⁵Statistiques de l’Organisation mondiale du commerce. Merchandise export volume change.

¹⁶Global Trade Alert. Céréales.

¹⁷Afesorgbor, SK. Trump’s Tariff Threat Could Shake Trade Relations and Upend Agri-Food Trade, 2024.

¹⁸Gouvernement du Canada. Débouchés et avantages de l’AECG pour les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer, 2022.

¹⁹OCDE et FAO.

²⁰OCDE et FAO.

²¹USDA Economic Research Service. USDA Agricultural Projections to 2034, 2025.

²²UN Comtrade.

²³Zalles, V., et coll. Near doubling of Brazil’s intensive row crop area since 2000, 2018.

²⁴USDA Economic Research Service. International Agriculture Productivity Data.

²⁵USDA Economic Research Service. Brazil’s Momentum as a Global Agricultural Supplier Faces Headwinds, 2022.

²⁶UN Comtrade.

²⁷UN Comtrade.

²⁸Gouvernement australien, – ABARES. Snapshot of Australian Agriculture 2024, 2024. https://www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australian-agriculture

²⁹Investir en Espagne. Spain for agri-food industry. https://www.investinspain.org/content/dam/icex-invest/documentos/publicaciones/sectores/industria-agroalimentaria/ICEX-Invest%20in%20Spain.%20Agri-food.pdf

³⁰UN Comtrade.

³¹International Trade Association, États-Unis. Kazakhstan - Country Commercial Guide, 2022.

³²USDA Foreign Agricultural Service. Kazakhstan : Kazakhstan Finalizes 2021-2030 Agricultural Development Policy Document.

³³International Trade Association, États-Unis.

³⁴UN Comtrade.

³⁵FAOSTAT. Production.

³⁶Statistique Canada. Tableau 32-10-0456-01. Production et valeur des fruits et légumes de serre.

³⁷FAOSTAT.

³⁸Institut d’action climatique RBC. Action climatique 2025, 2025.

³⁹FAOSTAT.

⁴⁰OCDE et FAO.

⁴¹FAO AQUASTATS. Prélèvement d’eau pour l’agriculture en % des ressources en eau renouvelables totales.

⁴²AAC. Aperçu du secteur agricole et agroalimentaire canadien, 2024.

⁴³Gouvernement australien, – ABARES. Snapshot of Australian Agriculture 2024, 2024.

⁴⁴USDA Economic Research Service. Land Use, Land Value & Tenure - Major Land Uses, 2025.

⁴⁵Statistique Canada. Les exploitations agricoles du Canada se tournent vers la production d’énergie renouvelable et les technologies pour progresser vers un avenir agricole durable et efficace, 2023.

⁴⁶OCDE. Suivi et évaluation des politiques agricoles, 2024.

⁴⁷AgFunder. Global AgriFoodTech Investment Report 2024, 2024.

⁴⁸Industries des protéines du Canada. La Route vers les 25 milliards de dollars, 2022.

⁴⁹Deetken Insights. The socio-economic impacts of 5G, 2022.

⁵⁰Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Tendances actuelles – Services sans fil mobiles.

⁵¹Banque mondiale. Connecting to Compete, 2023.

⁵²ACC. Association canadienne de la construction : Transportation Infrastructure, 2022.

⁵³OCDE. Politiques agricoles : Suivi et évaluation 2024.

⁵⁴OCDE. Politiques agricoles : Suivi et évaluation 2024.

⁵⁵OCDE et FAO.

⁵⁶AAC. Distribution des activités d’abattage et nombre d’abattoirs inspectés par le gouvernement fédéral.

^{57,58}AAC. Analyse des tendances du marché – Tendances du marché de la viande au Japon, 2023.

Notes explicatives

^aLes estimations sont prudentes et fondées sur la valeur nominale de 2023.

^bLes données sur le commerce sont converties du dollar américain au dollar canadien à l’aide de l’les taux annuels moyens.

^cLes produits agricoles comprennent les codes SH : 01, 03, 06, 07, 08, 10, 12, 14.

^dLes produits alimentaires d’Agri comprennent les codes SH : 02, 04, 05, 09, 11, 13, 15, 16-24.

^eTotal trade of all goods. Cette catégorie comprend l’agriculture et les agroalimentaire.

^fModel estime un scénario de forte croissance de la part de marché du Canada passant de 3,7 % en 2023 à 4,8 % en 2035.

^gBasé sur une moyenne mobile sur 3 ans.

^hScenarios sont développés pour les codes SH 1-24, de 2024 à 2035. La croissance du commerce mondial est fondée sur les dernières données de l’OCDE-FAO sur l’agriculture Perspectives (croissance prévue du tonnage d’exportation aux prix de 2023) individuellement pour les céréales, les graines oléagineuses, les graisses, les sucres, la viande et le poisson. Les exportations mondiales dans toutes les autres catégories sont censées augmenter de 1 % par an d’après la croissance prévue de l’OCDE et de la FAO pour l’agriculture l’ensemble des produits de base.



Publié par

Leadership avisé RBC

<https://www.rbc.com/Espace commercial/>