



Canadian Restaurant
and Foodservices
Association

décembre 2006

Nous croyons que l'industrie laitière canadienne peut franchir un gratte-ciel en un seul bond

Prise dans un maelström provoqué par les prix élevés du lait et la demande nationale à la baisse, l'industrie laitière canadienne est en mauvaise posture.

De moins en moins de lait, de beurre, de fromage et de crème glacée se retrouvent dans le panier d'épicerie du consommateur en raison des prix élevés des produits laitiers canadiens. Et la tendance va en s'amplifiant, alimentée par des facteurs comme la population vieillissante, la diversité ethnique et l'offre croissante d'une gamme de produits alternatifs tels que les boissons au soya et les jus additionnés de calcium.

Depuis les 25 dernières années, la consommation de lait liquide a chuté de plus de 18 pour cent¹ et l'on prévoit qu'elle baissera encore de 12 pour cent d'ici 2020.² Quant aux achats de beurre et de crème glacée, on parle d'une baisse de 30 et de 24 pour cent respectivement depuis 25 ans, alors que la consommation de cheddar n'a pu faire mieux qu'une faible augmentation de moins de 2 pour cent depuis 1980.³

Les troupeaux de bovins laitiers sont en déclin, passant de 1,4 million de têtes à un peu plus de 1 million depuis le début des années 1990, alors que les troupeaux porcins et bovins de boucherie sont en pleine expansion⁴. Bien que l'on explique cette expansion par le nombre croissant d'établissements d'élevage, la baisse de la demande de produits laitiers en est toutefois largement responsable.

À l'inverse, la courbe ascendante de la demande mondiale en produits laitiers connaît des bonds spectaculaires suivant l'amélioration des revenus dans plusieurs pays en développement. Entre 1995 et 2004, la consommation mondiale de lait liquide a augmenté de 7 pour cent. Dans la même période de 10 ans, la consommation de produits laitiers industriels comme le fromage et le beurre a fait un bond de 21 pour cent. Et la tendance se maintiendra : tout indique que la consommation mondiale de lait augmentera de près de 12 pour cent d'ici 2015 et celle du fromage dépassera le 14 pour cent. Des pays comme la Chine, l'Argentine, le Mexique, le Brésil, la Colombie, l'Inde et l'Ukraine profiteront tous d'un gain dans les deux chiffres pour ce qui est de la demande en lait.⁵

¹ Statistique Canada et la Commission canadienne du lait

² Tendances alimentaires du Canada d'ici 2020 : perspectives de la consommation à long terme, préparé par Serecon Management Consulting Inc. pour Agriculture et Agroalimentaire Canada, juillet 2005

³ Statistique Canada et la Commission canadienne du lait

⁴ Canadian Agri-Products Policy: What Should Change to Ensure Prosperity for the Sector? (3^e avant-projet) Kate Stiefelmeyer, Larry Martin, Al Mussell, George Morris Centre, 25 octobre 2006

⁵ Département de l'Agriculture des États-Unis – Dairy: World Markets and Trade

Mais ces marchés internationaux demeurent hors de portée des producteurs laitiers canadiens. L'industrie laitière a préféré un marché national protégé mais à la baisse aux occasions d'affaires offertes par l'exportation. Les tarifs d'importation de plus de 300 pour cent empêchent l'entrée sur le marché canadien de produits laitiers étrangers et permettent à l'industrie laitière de fixer les prix bien au-dessus des niveaux mondiaux. Ce protectionnisme a toutefois une contrepartie : les producteurs laitiers canadiens ne peuvent exporter leurs produits vers d'autres pays.

Confrontées à un marché national en décroissance, à la résistance à la hausse des prix et à l'incapacité d'accéder à de nouveaux marchés, les perspectives d'avenir de l'industrie laitière se cantonnent dans la morosité.

En tant que restaurateurs et fournisseurs de services alimentaires dont la santé commerciale repose sur plusieurs facteurs dont la grande qualité et la fraîcheur des produits laitiers canadiens, l'état de crise permanent dans l'industrie laitière nous préoccupe tout particulièrement. Nous voulons travailler avec l'industrie laitière à la croissance du marché et au positionnement sur la scène internationale d'une industrie canadienne concurrentielle et dynamique. Nous sommes convaincus de sa capacité à devenir un chef de file et un moteur de l'économie mondiale.

Après tout, le Canada est un pays exportateur. Plus de 80 pour cent de l'industrie agricole canadienne est axé sur l'exportation. Et on travaille à augmenter ce pourcentage. Mais d'autres exploitants agricoles sont victimes de l'entêtement des producteurs laitiers. Parce que le Canada ne permet pas l'importation de produits laitiers, ces exploitants se voient refuser l'accès aux marchés internationaux du bœuf, de grains, d'oléagineux et autres. Équitable, pensez-vous ?

Au sein de l'industrie laitière et de la clientèle, la pression augmente en faveur d'une réforme du système. Ci-dessous, une stratégie en trois points s'attaquant aux changements de cap nécessaires pour revitaliser l'industrie canadienne du lait et lui assurer une viabilité à long terme :

1) Augmenter la demande nationale en produits laitiers

Malgré les millions et les millions de dollars consacrés chaque année à la promotion des produits laitiers, les ventes dégringolent. Les prix du lait ont « frappé un mur » et les consommateurs achètent de moins en moins de produits laitiers à l'épicerie et au restaurant.

Les propres statistiques de l'industrie laitière démontrent pourtant qu'il y a place pour une réduction significative des prix. À 71,64 \$ le hectolitre (100 litres de lait) les prix du lait industriel ont atteint un niveau bien au-dessus des exigences du coût de production (59,56 \$/hl)⁶, d'autant plus que les coûts de production sont calculés en incluant un retour équitable sur l'investissement. Les prix du lait ont augmenté de 53 pour cent depuis les 12 dernières années, soit presque le double du taux d'inflation.

Une première étape de la stratégie possible de l'industrie laitière serait donc de diminuer l'écart entre les prix gonflés artificiellement et le véritable coût de production pour offrir aux consommateurs une structure de prix à la baisse, susceptible de favoriser la consommation nationale.

⁶ La Commission canadienne du lait et la CRFA

2) Mise en œuvre d'une transition responsable vers les marchés libres

Cela prendra des années pour que le Canada puisse passer d'une situation de gestion de l'offre vers celle des marchés libres, concurrentiels et en pleine croissance. Mais cette transition peut se faire d'une façon responsable et rentable.

L'Australie, le pays ayant inventé le système de gestion de l'offre dans les années 20, a entrepris la réforme de son système au milieu des années 80 pour en arriver à l'élimination des prix de soutien du lait et des quotas en 2000. Pendant toute la période de transition, le gouvernement offrait aux producteurs un soutien financier. L'expérience a été couronnée de succès et l'Australie dispose maintenant d'une des industries laitières les plus dynamiques au monde : hausse de la production de lait de 4 pour cent l'année suivant la réforme⁷, diminution de 18 à 29 pour cent du prix de détail du lait, plus de choix et de produits novateurs axés vers le style de vie et les besoins diététiques des consommateurs.

Le Canada devrait s'inspirer de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie pour la mise en œuvre d'une transition « 100 pour cent canadienne » vers les prix réels du marché en concoctant une stratégie qui solidifierait les ventes nationales et ouvrirait le monde aux producteurs canadiens.

3) Développer le marché d'exportation

Des prix à la baisse seraient déjà un bon début. Mais ce dont l'industrie a un urgent besoin, ce sont des idées neuves. Se cacher derrière le paravent du protectionnisme et fonder l'avenir sur un marché intérieur saturé, voilà la recette infaillible d'un désastre. Dans plusieurs coins de la planète, on connaît une hausse de la demande pour les produits laitiers et le Canada devrait capitaliser sur ces opportunités.

Dans l'état actuel des choses, l'industrie laitière évolue à contre-courant de la grande majorité des producteurs agricoles canadiens qui eux visent l'augmentation des débouchés à l'exportation pour leurs produits. Que le Canada soit un chef de file en matière d'exportation agricole tombe sous le sens quand on sait que le pays possède trois fois plus de terres arables par habitant que les É.-U., cinq fois plus que le Brésil et 15 fois plus que la Chine.⁸

Mais au chapitre des exportations de produits laitiers, le Canada traîne lamentablement derrière d'autres pays. Avec une population équivalant à peine à un dixième de celle du Canada, la Nouvelle-Zélande possède un cheptel de vaches laitières de 5,2 millions, soit cinq fois celui du Canada⁹. Et la raison est évidente : la Nouvelle-Zélande exporte 95 pour cent de toute sa production laitière.

⁷ Grave période de sécheresse entraînant une baisse de production entre 2002 et 2004

⁸ Canadian Agri-Products Policy: What Should Change to Ensure Prosperity for the Sector? (3^e avant-projet) Kate Stiefelmeyer, Larry Martin, Al Mussell, George Morris Centre, 25 octobre 2006

⁹ Gouvernement de la Nouvelle-Zélande

Le Canada jouit d'une réputation bien méritée pour l'excellente qualité de ses produits laitiers. En prenant la place qui lui revient sur la scène mondiale, l'industrie laitière pourra se développer, innover et générer des profits.

L'industrie des services alimentaires s'est engagée dans une étroite collaboration avec l'industrie laitière pour revitaliser le marché et assurer à notre clientèle un approvisionnement à long terme de produits laitiers de grande qualité, à des prix concurrentiels. Nous sommes convaincus que cette stratégie en trois points possède tous les ingrédients nécessaires pour atteindre cet objectif. Mais le pouvoir est entre les mains de l'industrie laitière.