



Agriculture and  
Agri-Food Canada

Agriculture et  
Agroalimentaire Canada

Canada

## **Profil du secteur agroalimentaire**

# **France**

**Août 2002**



**Team Canada • Équipe Canada**

# FRANCE

## PROFIL DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE

Août 2002

**Le présent rapport a été produit par le Service d'exportation agroalimentaire (SEA), d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Il existe d'autres profils pour les pays suivants :**

Algérie 2002*	Allemagne 2000*	Argentine 2001*	Australie 2001*
Brésil 2002*	CARICOM 2002*	Chili 2002*	Colombie 2002*
Cuba 2002*	Égypte 2001	Espagne 2000	Groupe andin 2002*
Hongrie 2002	Indes 2002	Indonésie 2000*	Iran 2002*
Israël 2000	Italie 2000	Japon 2000	Malaisie 2000*
Mercosur 2002*	Mexique 2002	République tchèque 2002	Royaume-Uni 2001
Taiwan 2000*	Tunisie 2002*	Ukraine 2002	Union européenne 2000*
Vietnam 2001*			

**\* Mises à jour disponibles en mars 2002.**

**Ces rapports peuvent également être consultés sur le site Web du SEA à l'adresse : <http://ats.agr.ca>**

**Veillez communiquer toute observation ou suggestion concernant le présent rapport à :**

<b>Bryan West</b>	<b>Téléphone : (613) 759-7686</b>
<b>Rédacteur en chef</b>	
<b>Direction générale des services à l'industrie et aux marchés</b>	<b>Télécopieur : (613) 759-7505</b>
<b>Agriculture et Agroalimentaire Canada</b>	<b>Courriel : <a href="mailto:westb@em.agr.gc.ca">westb@em.agr.gc.ca</a></b>

**These reports are also available in English.**

Nous avons déployé tous les efforts possibles pour fournir des renseignements exacts dans le présent rapport, mais Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité quant à leur exactitude, à leur fiabilité ni à toute décision en découlant.

## Contacts à AAC :

Pour obtenir plus d'information sur les possibilités d'exportation du Canada vers la France, veuillez communiquer avec l'une des personnes suivantes :

<i>Nom du contact</i>	<i>Division/Produit</i>	<i>Téléphone</i>	<i>Télécopieur</i>	<i>Courriel</i>
<b><u>Renseignements généraux :</u></b>				
Sylvain Wilson Agent de développement des marchés	Bureau des marchés internationaux	(613) 759-7726	(613) 759-7506	swilson@agr.gc.ca
<b><u>Renseignements sur les marchés et analyse du marché :</u></b>				
Bryan West	Division de l'évaluation et de l'analyse des marchés	(613) 759-7686	(613) 759-7505	westb@agr.gc.ca
<b><u>Politique commerciale :</u></b>				
Jean Caron	Division des politiques de commerce international	(613) 759-7679	(613) 759-7503	caronje@agr.gc.ca
<b><u>Spécialistes des produits :</u></b>				
Bernard Badani	Céréales et oléagineux	(613) 759-7701	(613) 759-7499	badanib@agr.gc.ca
Linda Robbins	Aliments transformés et boissons	(613) 759-7550	(613) 759-7480	robbinsl@agr.gc.ca
Charles Tremblay	Cultures spéciales : tabac	(613) 759-6241	(613) 759-6312	tremblayc@agr.gc.ca
Wayne White	Stocks génétiques des bovins	(613) 759-6211	(613) 759-6316	whitew@agr.gc.ca
John Ross	Porc et boeuf	(613) 759-6220	(613) 759-6316	rossj@agr.gc.ca
Lucie Dubois	Volaille	(613) 759-6284	(613) 759-6313	duboisl@agr.gc.ca
Brenda McIntyre	Fourrages et aliments pour animaux	(403) 495-4142	(403) 495-3324	mcintyrb@agr.gc.ca
Yvan Beaulieu	Stocks génétiques des bovins laitiers et produits laitiers	(613) 759-6242	(613) 759-6313	beaulieuy@agr.gc.ca
Andy Dagenais	Fourrures	(613) 759-6210	(613) 759-6316	dagenaisa@agr.gc.ca

## TABLE DES MATIÈRES

INFORMATION SECTORIELLE .....	5
Renseignements généraux .....	5
Géographie .....	5
Infrastructure .....	5
Contexte politique .....	6
Contexte économique .....	7
Commerce et investissement .....	8
Accords commerciaux .....	9
Investissements et commerce avec le Canada .....	9
Concurrence .....	10
Survol du secteur agricole .....	11
Politique agricole .....	11
Réforme agricole .....	12
Demandes des consommateurs et tendances .....	12
Exigences relatives à l'entrée sur le marché .....	13
Obstacles au commerce .....	13
Documents requis à l'importation .....	15
Authentification des documents .....	15
Prescriptions relatives à l'emballage .....	15
Distribution alimentaire .....	16
EXPORTATIONS CANADIENNES .....	18
RENSEIGNEMENTS UTILES .....	23
CONTACTS CLÉS ET SERVICES DE SOUTIEN .....	23
Contacts canadiens .....	23
Contacts français .....	24
Gouvernement français .....	25
Associations commerciales .....	26
Expositions commerciales .....	26

# FRANCE

## Profil du secteur agroalimentaire

### INFORMATION SECTORIELLE

#### Renseignements généraux

La France est un pays hautement industrialisé dont l'économie se classe au quatrième rang dans le monde. Le pays est un chef de file mondial dans une multitude de domaines, notamment les télécommunications, les transports, l'agroalimentaire, l'assurance et la banque. Intervenant engagé sur la scène politique internationale, la France est membre de l'Union européenne, du G-8 et du Conseil de sécurité des Nations Unies. Forte d'une économie invariablement saine, la France est une société renommée pour sa culture et elle exerce une grande influence dans le monde.

Données démographiques	
<b>Population totale</b>	59,1 millions
<b>Taux de croissance démographique</b>	0,4 % (2000)
<b>Population selon l'âge</b>	
0 - 14 ans	18,68 %
15 - 64 ans	65,19 %
65 ans et plus	16,13 %
<b>Espérance de vie</b>	
Population totale	78,9 ans
Hommes	75,01 ans
Femmes	83,01 ans

#### Géographie

La France est le plus grand pays d'Europe de l'Ouest. Avec une superficie de 551 000 kilomètres carrés, son territoire est à peu près deux fois plus grand que celui du Royaume-Uni. Elle est limitée par la Belgique, le Luxembourg, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie, Monaco, l'Espagne et Andorre. Les côtes de la France donnent également sur l'océan Atlantique,

la Manche et la Méditerranée.

La topographie de la France est variée, avec des montagnes au sud et à l'est et des plaines fertiles s'étendant du sud-ouest à la frontière belge. La France connaît généralement des hivers frais et des étés doux, mais le long de la Méditerranée, les hivers sont doux et les étés chauds.

On déconseille les voyages d'affaires entre la mi-juillet et la fin août, parce qu'il n'est pas rare que les entreprises ferment pour les vacances d'été.

Principales villes	
Ville	Population
Paris	2,1 millions
Marseille	815 000
Lyon	444 000
Toulouse	406 000
Nice	334 000
Nantes	278 800
Strasbourg	270 500
Montpellier	229 400
Bordeaux	216 600
Rennes	211 000

Environ 18 % de la population vit dans la région métropolitaine de Paris. La plus grande ville de France, Paris est aussi la plus dense, avec 887,5 habitants au kilomètre carré, 8,5 fois la densité moyenne de la France.

Les ressources naturelles de la France comprennent le charbon, le minerai de fer, la bauxite, le zinc, la potasse, le bois et le poisson. Les terres arables représentent 33 % des terres, les forêts et les boisés, 27 %, les pâturages permanents, 20 % et les cultures vivaces, 2 %. Certaines régions du pays sont sujettes aux inondations et à des séismes mineurs.

## Infrastructure

Grâce à des technologies de pointe et à des investissements publics massifs, l'infrastructure des transports de la France est l'une des plus évoluée au monde.

Les marchandises sont facilement livrées en France par tous les modes de transport. La France a d'excellentes routes qui font partie intégrante du réseau des transports d'Europe. Le réseau routier français s'étend sur 892 900 kilomètres. La France compte environ 475 aéroports. Les trois plus grands aéroports pour le fret sont Roissy/Charles de Gaulle et Orly à Paris, et Satolas à Lyon.

Le pays compte 12 grands ports maritimes, dont la plupart sont équipés pour accueillir les navires porte-conteneurs, les deux plus importants étant Marseille sur la Méditerranée et Cherbourg, sur la côte atlantique. On trouve d'autres ports à Bordeaux, Boulogne, Dijon, Dunkerque, La Pallice, Lyon, Mulhouse, Nantes, Rouen, Saint-Nazaire et Saint-Malo.

Propriété de l'État, le réseau ferroviaire français est l'un des plus étendus (31 939 km) et des plus technologiquement avancés au monde. Il a été prolongé, avec l'addition d'une liaison intermodale entre la ligne du Train à grande vitesse (TGV) et l'aéroport Roissy/Charles de Gaulle. Ce système a grandement amélioré le service pour les passagers du réseau ferroviaire, mais de nombreux observateurs croient que l'investissement dans le TGV s'est fait aux dépens du réseau ferroviaire du fret qui s'est dégradé ces dernières années.

L'État a accordé une priorité spéciale au développement et à l'amélioration d'une autoroute de l'information française. L'État aimerait que le projet soit terminé en 2015. La France rattrape rapidement d'autres pays industrialisés en matière d'utilisation d'ordinateurs personnels et d'Internet.

## Contexte politique

La France est une république démocratique divisée en 22 régions et 96 départements. Le pouvoir exécutif du gouvernement se compose du président, du premier ministre et du cabinet. Le président est élu au scrutin populaire pour un mandat de cinq ans. Le président est commandant en chef des forces armées et il a le pouvoir de dissoudre l'Assemblée nationale et d'exercer des pouvoirs spéciaux en situations de crise. Le premier ministre est nommé par le président mais il doit provenir des rangs du parti au pouvoir à l'Assemblée nationale. Le premier ministre dirige le fonctionnement de l'État tout en veillant à ce que les nouvelles lois soient mises en œuvre.

Le pouvoir législatif est représenté par un Parlement bicaméral formé d'un Sénat de 321 sièges (dont les membres sont élus pour neuf ans) et d'une Assemblée nationale de 577 sièges (dont les membres sont élus pour cinq ans). Les sénateurs sont élus par un collège électoral tandis que les députés de l'Assemblée nationale sont élus au scrutin populaire.

Le système judiciaire de la France combine le droit civil américain et des concepts indigènes. Les actes administratifs font l'objet d'une révision, mais non les actes législatifs. Quant au pouvoir judiciaire, il regroupe la Cour de cassation (droit civil et droit pénal), le Conseil d'État (droit administratif) et le Conseil constitutionnel (droit constitutionnel).

Les dernières élections à l'Assemblée nationale ont eu lieu en juin 2002 et les élections présidentielles ont eu lieu en mai 2002. Les prochaines élections se tiendront en 2007.

Les pressions énergiques exercées par un électorat vieillissant pour maintenir les prestations et les régimes de retraite actuels constituent l'un des grands enjeux auxquels le nouveau gouvernement fera face. On a aussi exprimé des préoccupations en France concernant les conséquences négatives possibles de la mondialisation et de l'intégration plus étroite en Europe.

## Contexte économique

La France est le quatrième pays industriel au monde et l'un des plus gros importateurs et exportateurs sur la scène mondiale. On a longtemps associé l'économie française aux produits de luxe coûteux plutôt qu'aux produits industriels traditionnels. S'il est vrai que la France est l'un des plus grands producteurs de vin, de fromage et d'autres aliments fins au monde, son économie fait figure de chef de file dans une multitude de domaines, notamment les télécommunications, les transports, l'assurance et la banque.

L'économie française est extrêmement variée. Comparativement aux autres pays européens occidentaux, les secteurs agricoles et agroalimentaires de la France représentent une grande part de l'activité économique : environ 6 % de la valeur ajoutée totale et 10 % des biens exportés. Les principaux bénéficiaires de ces secteurs sont les restaurants et les hôtels. Également, par comparaison aux normes européennes occidentales, le secteur des services du pays est assez important, représentant environ 70 % du PIB. Le secteur manufacturier représente environ 16 % du PIB, selon une base diversifiée qui comprend l'acier, l'aluminium, les produits chimiques, les produits pharmaceutiques, les véhicules automobiles, l'équipement de transport ferroviaire, l'équipement de télécommunications et l'aérospatial. Le secteur manufacturier domine habituellement les exportations.

Indicateurs économiques	
<b>PIB</b>	1,3 milliard de \$ US (2001)
<b>Croissance du PIB</b>	2,1 % (2001), 2,25 % (2002e)
<b>PIB par habitant</b>	21 915 \$ US
<b>PIB selon le secteur</b>	
Agriculture	
Industrie	3,3 %
Services	26,1 %
	70,6 %

La France a connu une vague de prospérité au milieu des années 1990, mais l'économie a décéléré en 2001 à cause du ralentissement international et de la prudence financière des sociétés françaises. En réaction à ce ralentissement, le gouvernement français a réduit de 0,5 % ses prévisions de la croissance économique pour 2002, mais il prévoit encore une croissance de 2,25 %. D'autres spécialistes estiment toutefois que la croissance sera de 1,8 % en 2002.

Historiquement, l'économie française s'est toujours caractérisée par des degrés élevés de nationalisation et d'intervention de l'État, mais les politiques actuelles s'en écartent et elles compteront davantage sur les mécanismes du marché. En 1993, le gouvernement a amorcé un plan de privatisation que les administrations subséquentes ont poursuivi dans l'espoir d'améliorer la croissance économique et de réduire le chômage. L'État a commencé à se retirer de nombreux secteurs dans le milieu des années 1980, mais il demeure très présent dans les domaines de l'électricité, du transport public et de la défense. Le secteur des télécommunications s'ouvre graduellement à la concurrence.

Même s'il se retire graduellement de l'économie, l'État demeure résolu à mettre en œuvre une vision du capitalisme qui garantit l'équité sociale au moyen de lois, de politiques fiscales et de dépenses publiques. Cette position signifie qu'on évite les mesures susceptibles de stimuler les marchés boursiers et les entreprises de TI tout en soulageant le fardeau sur le régime de pensions parce que de telles mesures constitueraient un avantage disproportionné pour les mieux nantis.

Main-d'œuvre	
<b>Total</b>	26 millions (2000)
Taux de chômage	8,8 % (2001)
<b>Selon le secteur</b>	
Agriculture	4 %
Industrie	25 %
Services	71 %

La vision économique de l'État consistait à tenter de réduire la disparité entre les revenus tout en évitant de réduire les prestations de retraite. Toutefois, ces visions à long terme font peu pour réduire le taux de chômage, étant donné que les prestations élevées font qu'il est peu réaliste pour les employeurs de conserver un effectif nombreux. En plus du fardeau fiscal élevé en France, la semaine de travail a été réduite de 39 à 35 heures en 2000. Cette décision visait les petites et moyennes entreprises comme moyen de créer des emplois mais jusqu'ici, elle a prêté le flan à la critique parce qu'elle minerait la compétitivité des sociétés françaises. Malgré ces débats permanents, la main-d'œuvre du secteur privé en France est l'un des arguments les plus solides dont dispose le pays pour attirer des investissements étrangers parce qu'elle combine une main-d'œuvre d'excellente qualité et des coûts salariaux compétitifs.

## Commerce et investissement

La France est le quatrième exportateur de biens et le troisième exportateur de services au monde. En 2000, la France a exporté pour 295,5 milliards de dollars américains, en contrepartie d'importations estimées à 294,4 milliards de dollars américains.

La France commerce surtout avec les pays de l'Union européenne. L'Allemagne a été le plus grand marché d'exportation de la France en 2000, soit 15,1 % du total. Suivent le Royaume-Uni avec 9,8 %, l'Espagne avec 9,7 % et l'Italie avec 8,9 %. Les principaux produits d'exportation de la France comprennent la machinerie et l'équipement de transport, les avions, les plastiques, les produits chimiques, les produits pharmaceutiques, le fer et l'acier et les boissons.

En 2000, l'Allemagne a été la principale source des importations de la France, fournissant 16,2 % des importations. L'Italie a suivi avec 8,8 %, les États-Unis avec 8,7 % et le Royaume-Uni avec 8 %. Les principales importations de la France comprennent la machinerie, les véhicules, le pétrole brut, les avions et véhicules spatiaux, les plastiques, les produits chimiques, les produits pharmaceutiques

ainsi que le fer et l'acier.

La France est un pays attractif pour les investisseurs pour sa main-d'œuvre qualifiée, sa situation au centre de l'Europe et son infrastructure de qualité. L'État français a pour priorité d'attirer des investisseurs étrangers, puisqu'on y voit un moyen de créer des emplois et de favoriser la croissance. Étant parmi les pays les moins restrictifs pour investir, la France offre de nombreux encouragements aux investisseurs étrangers par son agence de promotion de l'investissement, la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR). On offre des subventions et des encouragements fiscaux pour attirer les investissements, en mettant particulièrement l'accent sur les zones défavorisées.

Les investissements étrangers ne sont pas soumis à une évaluation systématique, mais les acquisitions dans le secteur de la santé, de l'ordre public ou de la sécurité nationale sont assujetties à un examen d'un mois.

Les investissements d'autres membres de l'UE sont régis par le *Traité de Rome* et la *Loi de l'Union*. En plus des accords avec l'UE, la France a des traités d'investissement bilatéraux avec 61 autres pays. Ces traités garantissent que ces pays jouissent du même traitement que les investisseurs français.

Aux termes de la *Loi sur la privatisation*, entrée en vigueur en 1993, l'État français n'a pas le droit de vendre plus de 20 % du capital d'une entreprise à des investisseurs venant d'ailleurs que de l'UE. Les investisseurs de l'UE peuvent vendre leurs actions à qui ils veulent. Toutefois, l'État français détient souvent une action préférentielle (golden share) qui lui permet de bloquer la vente d'actifs « essentiels à l'intérêt national », et d'empêcher des investisseurs d'acquérir d'autres actions.

Un investisseur qui cherche à contrôler plus de 5 % des actions en circulation d'une entreprise privée œuvrant dans le domaine de la santé, de la sécurité ou de la défense doit obtenir l'autorisation du

ministère de l'Économie.

L'État peut refuser d'accorder un traitement national aux entreprises contrôlées par des non-membres de l'UE dans les secteurs suivants : agriculture, services financiers, comptabilité, services juridiques, transport aérien/maritime/routier, édition, télécommunications et tourisme.

## Accords commerciaux

L'accord commercial le plus important dont la France est partie est l'Union européenne. Mis à part les accords conclus au sein de l'UE, la France n'a aucun accord commercial bilatéral avec d'autres pays développés. Les autres membres de l'UE, au nombre de 15, sont : l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, le Danemark, l'Espagne, la Finlande, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas, le Portugal, le Royaume-Uni et la Suède.

L'Union européenne forme un marché unique. Elle prélève un tarif commun sur les importations en provenance de pays non membres de l'UE. Elle a également une politique agricole commune, une politique de transport conjointe et le libre mouvement des biens et du capital entre les États membres.

L'UE accorde des tarifs préférentiels à près de 100 pays en développement, surtout d'Afrique et du Moyen-Orient, et à près de 40 territoires outremers en vertu du Système généralisé de préférences de l'UE. On a mis en place un système exigeant la présentation de certificats d'origine pour garantir que les biens n'ont pas transité par des pays visés par le Système généralisé de préférences pour tirer parti des tarifs inférieurs.

Des accords de libre-échange ont été conclus entre l'Union européenne et l'Espace économique européen (EEE), qui comprend la Norvège, l'Islande, le Liechtenstein et la Suisse. Selon les modalités de ces accords, la plupart des produits industriels et certains produits agricoles transformés sont exemptés des droits d'importation s'ils sont vendus à l'intérieur de ce bloc commercial. On a ainsi créé une zone commerciale ouverte pour la plupart des produits

industriels de 19 nations comptant plus de 380 millions d'habitants aisés.

Au titre de l'Accord de Cotonou, qui a remplacé la Convention de Lomé, l'UE accorde un traitement préférentiel aux importations en provenance des pays en développement d'Afrique, des Caraïbes et de la région Asie-Pacifique.

De même, l'UE et, par conséquent, tous ses membres offrent le traitement préférentiel aux pays et territoires suivants : Turquie, membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE) qui ne font pas partie de l'UE, Égypte, Maroc, Tunisie, Israël, Jordanie, Malt, Liban, Algérie, Chypre, Syrie, et plus de 100 autres pays en développement en vertu du Système généralisé de préférences.

## Investissements et commerce avec le Canada

La relation déjà étroite qui unit le Canada et la France s'est améliorée ces dernières années grâce à un dialogue accru sur une multitude de sujets, notamment la diversité culturelle et la gouvernance. Étant l'un des dix marchés prioritaires du Canada, la France est le troisième partenaire commercial européen du Canada et le septième à l'échelle mondiale. Le tourisme abondant et une augmentation récente des échanges technologiques et scientifiques renforcent les relations économiques entre le Canada et la France.

Les gouvernements du Canada et de la France ont ratifié en 1998 un programme d'action qui a stimulé un dialogue de plus en plus fréquent et encouragé des pourparlers sur des sujets auparavant négligés. Les domaines d'intérêt comprennent l'élimination des mines terrestres, le multiculturalisme, les opérations de maintien de la paix et les initiatives par rapport à la fonction parlementaire. En 2000, les deux pays ont tenu une Commission économique Canada-France pour examiner les initiatives issues du programme d'action et étudier de nouveaux domaines de coopération.

Le commerce bilatéral entre le Canada et la France en 2000 a totalisé 6,1 milliards de dollars. La France a exporté pour 4,2 milliards de dollars au Canada. Les principaux produits exportés par la France en 2000 étaient le transport (17,5 %), l'équipement (14,9 %), les produits chimiques (13,5 %), les aliments et boissons (11,1 %), les métaux de base (10,5 %), les produits électriques (9,4 %), la pulpe de bois et le papier (5 %) et les plastiques et le caoutchouc (2,9 %).

En 2000, les exportations canadiennes vers la France ont totalisé 1,9 milliard de dollars. Les principaux produits exportés vers la France comprennent la pulpe de bois et le papier (23,8 %), l'équipement (15 %), le transport (14,1 %), les produits chimiques (8,7 %), les produits électriques (7,9 %) et les métaux communs, à 6,1 %.

En 2001, le Canada a exporté vers la France des produits agroalimentaires évalués à 98,2 millions de dollars, une hausse de 18,8 millions de dollars ou 23,7 % par rapport à 2000. Les principaux produits agroalimentaires exportés vers la France étaient des viandes des espèces chevaline, asine ou mulassière, pour une valeur de 27,8 millions de dollars. Viennent ensuite la préparation d'aliments nsa (8,4 millions de dollars), les pois secs (6,3 millions de dollars), les fèves soya (5,2 millions de dollars), le blé dur (5,1 millions de dollars), les lentilles sèches (4,3 millions de dollars), les fruits non cuits et les noix comestibles (4 millions de dollars), les coupes de boeuf désossées, fraîches ou réfrigérées (3,5 millions de dollars), les haricots secs (3,4 millions de dollars) et les peaux de bovins entières (3,1 millions de dollars).

La France a exporté en tout 564 millions de dollars en produits agroalimentaires pour le Canada en 2001, une hausse de 33,5 millions de dollars par rapport à 2000. Le principal produit agroalimentaire français exporté était le vin de raisin nsa, qui représentait 48,9 % de la valeur totale, pour une valeur de 275,8 millions de dollars. Viennent ensuite les spiritueux préparés à partir de vin de raisin distillé pour 34,8 millions de dollars, le fromage nsa, 32,7 millions, les eaux minérales et gazéifiées, 21,7 millions, les

vins mousseux, 21,6 millions, les vins de raisin nsa, 20,5 millions, les biscuits de fantaisie, gaufres et gaufrettes, 19,8 millions, les liqueurs et spiritueux, 18,7 millions, le vermouth et autres vins aromatisés aux herbes, 5,3 millions et enfin la farine et le tourteau de moutarde et la moutarde préparée, 5,2 millions de dollars.

L'investissement étranger direct (IED) entre le Canada et la France a augmenté de façon spectaculaire au cours des deux dernières décennies. En 1985, l'IED combiné total entre le Canada et la France n'atteignait pas 2 milliards de dollars; en 1997, il dépassait 9 milliards de dollars et ce chiffre a plus que triplé en trois ans, l'IED combiné total dépassant en 2000 les 32 milliards de dollars. En 2000, on estimait les investissements canadiens en France à 4 milliards de dollars, le gros de cet argent ayant été investi dans les télécommunications, le matériel de transport, l'agroalimentaire et le commerce. La même année, la France a investi 28,8 milliards de dollars au Canada, le gros de cet investissement ayant été fait dans la TI, les télécommunications, les finances et l'assurance, les produits chimiques, les produits électriques, la construction, l'énergie et les mines.

## Concurrence

Le marché français est très bien développé et très concurrentiel. Aussi est-il rare de trouver un débouché inexploité. Les exportateurs devraient viser un créneau précis et non l'ensemble du marché. La concurrence principale dans le marché agroalimentaire viendra des entreprises françaises. La France offre de nombreux produits compétitifs et son secteur de la transformation agroalimentaire est vaste. La concurrence viendra également d'autres membres de l'UE, dont les solides secteurs de la transformation et l'adhésion à l'UE les avantagent pour accéder au marché.

## **SURVOL DU SECTEUR AGRICOLE**

La France est le deuxième producteur et exportateur de produits agricoles et agroalimentaires dans le monde (après les États-Unis) et le plus gros producteur d'aliments transformés. Le secteur agricole français apporte une contribution considérable à l'UE qui s'intéresse particulièrement au commerce agricole et qui est le premier importateur et le deuxième exportateur de produits agricoles dans le monde. Près du tiers des terres agricoles de l'UE appartiennent à la France.

L'agriculture française emploie environ un million de personnes dans moins de 700 000 fermes. Bon nombre de ces personnes travaillent dans de petites ou moyennes entreprises familiales. L'intensification de la concurrence et la hausse des coûts et des normes, conjuguées à la normalisation, devraient obliger l'industrie à rationaliser ses activités au cours de la prochaine décennie à mesure que le nombre d'emplois diminue. Néanmoins, le secteur représente 22 % de la production agricole totale de l'UE.

L'industrie alimentaire en France s'efforce de regagner la confiance des consommateurs dans les marchés internationaux, qu'elle avait perdue à cause de l'épidémie d'ESB (maladie de la vache folle), afin d'accroître ses exportations de produits prêts à servir.

Les principaux produits agricoles français comprennent la betterave à sucre, le vin, le lait, le boeuf et le veau, les céréales et les oléagineux. La France est le deuxième producteur de betteraves à sucre et de vin dans le monde et le cinquième producteur de lait. Au sein de l'UE, la France est le premier producteur de betteraves à sucre, de boeuf et de veau, de céréales et d'oléagineux et le deuxième producteur de vin et de lait.

Les importations agroalimentaires de la France s'élevaient en 2000 à 34,4 milliards de dollars canadiens. Viennent en tête des importations les

cigarettes, le tourteau, le fromage, le café et les saveurs et parfums alimentaires. Le Brésil et les Pays-Bas sont les principaux fournisseurs de ces produits pour la France, suivis de l'Irlande.

L'Allemagne et la Belgique fournissent à la France une grande partie de ses viandes et abats, aliments en conserve, produits d'épicerie, grignotines, boissons et condiments. Les Pays-Bas sont pour la France le premier fournisseur membre de l'UE de tabac, produits laitiers et produits horticoles.

Les plus grands concurrents pour approvisionner la France en fruits et légumes (frais ou transformés) comprennent : le Sud de l'Europe (p. ex. Espagne, Italie), le Maroc, Israël, l'Amérique du Sud et l'Afrique du Sud).

### **Politique agricole**

Dans toute l'Union européenne, la production agricole est régie par la Politique agricole commune (PAC). La PAC a été adoptée en 1962 dans le but de garantir la sécurité de l'approvisionnement alimentaire à des prix stables et raisonnables, de moderniser les structures agricoles et d'assurer un niveau de vie équitable aux agriculteurs.

À cause des problèmes de surproduction, de la hausse des coûts de l'agriculture dans l'UE et des failles de la législation sur les droits à l'importation, la PAC a fait l'objet d'une réforme en 1992. D'autres réformes de la PAC ont été présentées en 1997 à l'intérieur du cadre Agenda 2000. Jusqu'ici, Agenda 2000 a été la réforme la plus radicale de la PAC et il vise à bonifier tous les éléments de la politique, notamment ceux qui touchent l'économie, l'environnement et le milieu rural. La réforme réclame des mesures pour renforcer la compétitivité des produits agroalimentaires de l'UE sur les marchés intérieurs et mondiaux; la promotion d'un niveau de vie équitable et décent pour la collectivité agricole; la création d'emplois de remplacement pour les agriculteurs; l'élaboration d'une nouvelle politique de développement rural qui deviendra le deuxième pilier de la PAC; l'intégration accrue de considérations environnementales; l'amélioration de

la qualité et de la salubrité des aliments; et la simplification de la législation ainsi que la décentralisation de son application pour rendre les règles plus transparentes et faciles à consulter.

Après une épidémie d'ESB et de fièvre aphteuse, les ministères de l'Agriculture de la France et de l'Allemagne ont émis au milieu de 2001 une déclaration conjointe réclamant d'autres réformes à la PAC pour que la politique soit plus respectueuse de l'environnement et accorde plus d'attention à l'innocuité des aliments. On aimerait changer l'orientation de la PAC, qui favorise actuellement les grandes entreprises, en faveur du développement rural et de l'agriculture extensive et qu'on accorde la priorité à l'amélioration de la qualité plutôt qu'à l'augmentation de la quantité.

Au début de 2002, la Commission de l'UE a autorisé la France à octroyer une aide nationale aux éleveurs qui avaient subi des pertes lors de la crise de l'ESB qui a duré de novembre 2000 à décembre 2001. L'aide totale représentera environ 75,5 millions FF, chaque agriculteur recevant au plus 2 000 FF. Cette aide est la seconde fois en deux ans que la France a dû fournir de l'aide pour se rétablir de la crise de l'ESB.

## **Réforme agricole**

Le secteur agricole français dépend des demandes des consommateurs et la population française réclame de plus en plus des règles plus strictes pour garantir la salubrité et la qualité de leurs aliments. Le ministre de l'Agriculture met en œuvre des programmes pour rassurer les consommateurs à propos de la qualité des produits agroalimentaires français et pour fournir des programmes de protection du revenu aux agriculteurs français. On a pris des mesures pour changer le cap de l'agriculture française et améliorer son image. Ainsi, des changements sont prévus dans les domaines de la production, de la gestion des terres, de l'emploi et de la qualité.

En 1997, la France a adopté une loi ajoutant de nouvelles prescriptions relatives à l'étiquetage de la

viande de boeuf et lancé une campagne visant à améliorer l'image de la culture française. En plus de la marque « Rouge », toute la viande de boeuf française doit maintenant porter une étiquette montrant qu'elle satisfait aux critères de qualité contrôlée (CQC). En plus de donner des renseignements sur la race et la catégorie, cette étiquette garantit que la viande de boeuf est d'origine française et qu'elle est passée par une période de maturation d'au moins sept jours. L'étiquette vise à rétablir la confiance des consommateurs dans la viande de boeuf, confiance qu'a ébranlée la récente épidémie d'ESB en Europe qui avait réduit la consommation de boeuf de 40 % dans la deuxième moitié de 2000.

Actuellement, 95 000 hectares de terre sont consacrés aux cultures biologiques en France, soit environ 0,3 % de toutes les terres cultivées. La plus grande partie de ces terres servent à la culture de grains, les fruits et légumes représentant environ 6 %. Le gouvernement vise à accroître la part du marché des produits biologiques de 0,4 % à 3 % de la consommation alimentaire totale et il accorde des subventions agricoles d'une valeur de 12,5 millions de dollars américains. Il a également offert aux agriculteurs des incitatifs financiers pour se convertir à l'agriculture biologique. Le gouvernement vise plus précisément les producteurs de fruits, de légumes et de céréales.

## **Demandes des consommateurs et tendances**

Les caractéristiques démographiques de la France changent. Ainsi, les jeunes (moins de 20 ans) représentent maintenant un pourcentage important de la population ce qui est inhabituel pour un pays industrialisé. On observe également une augmentation du nombre de familles monoparentales, de personnes âgées et de jeunes professionnels célibataires vivant seuls.

Ces changements ont entraîné un accroissement de la demande de produits prêts à servir ou de produits faciles à préparer. L'idéal que représentent les habitudes de vie saines gagne également de plus en

plus d'adeptes. Les gens font ainsi plus attention à leur régime alimentaire et à la nutrition et exigent des produits alimentaires meilleurs pour la santé. Environ le cinquième du revenu familial total en France est consacré à l'achat d'aliments et de tabac, dont 18 % pour des repas consommés à l'extérieur de la maison.

En outre, la génération des jeunes exige plus des produits alimentaires qu'elle achète. Les jeunes sont intéressés par les produits novateurs qui non seulement ont bon goût, mais qui ont aussi l'image désirée.

Les questions de santé et la hausse des taxes sur les boissons alcoolisées ont stimulé la consommation de boissons de remplacement non alcoolisées.

La demande d'aliments biologiques a augmenté à un rythme de 15 à 30 % ces dernières années. Ils représentent un peu moins de 1 % des ventes totales d'aliments en France, soit environ 2,4 milliards de dollars américains. La consommation française d'aliments biologiques est la plus faible de l'UE, moins de 20 % des consommateurs achetant régulièrement des produits biologiques. Les consommateurs sont généralement prêts à payer environ 30 % de plus pour des produits biologiques, mais des écarts de prix extrêmes entre les produits biologiques et traditionnels pourraient nuire à la croissance future.

Les importations demeurent une part importante des produits biologiques vendus en France. Cette situation est due en grande partie à l'incapacité des producteurs locaux de satisfaire à la demande intérieure. La gamme des aliments biologiques disponibles en France est limitée, les fruits et légumes représentant 40 % des ventes. La viande et la volaille biologiques sont des produits encore relativement nouveaux et n'ont pas une part de marché significative. Les articles d'épicerie les plus populaires sont les biscuits, gaufrettes, pains plats, confitures, jus de fruits, céréales, farines, pâtes, riz et pains. La plupart de ces articles doivent être importés. Les importations de produits alimentaires biologiques ont augmenté de 20 % depuis 1993,

environ 60 % de ces importations provenant d'Allemagne et de Scandinavie.

Il y a des débouchés possibles pour des produits de consommation dans une variété de domaines, notamment les jus de fruits et boissons gazeuses, les fruits et légumes frais (tropicaux et exotiques), les aliments congelés, les grignotines, les produits « ethniques », les fruits de mer (en particulier le saumon), les produits diététiques ou de santé, les soupes, les céréales de petit déjeuner, les bonbons, les tablettes de chocolat et le riz sauvage. De plus, la demande d'aliments kascher est à la hausse depuis quelques années.

### **Exigences relatives à l'entrée sur le marché**

La France applique l'ensemble des règlements, tarifs et quotas employés par l'UE pour les aliments. Par conséquent, tous les aliments importés en France doivent respecter les règlements de l'UE visant les importations agroalimentaires. Ces règlements couvrent les ingrédients, l'emballage et l'étiquetage et toutes les exigences vétérinaires et phytosanitaires applicables.

### **Obstacles au commerce**

La France partage des barrières tarifaires et non tarifaires communes avec les autres membres de l'UE. Le Tarif douanier intégré des communautés européennes (TARIC) prévoit des droits pour toutes les importations en provenance de pays hors de l'UE. Tous les produits alimentaires qui entrent dans l'UE ou en France sont frappés de droits de douane variant d'un produit à un autre. La plupart des produits agricoles sont couverts par la Politique agricole commune (PAC), dont les prélèvements varient pour égaliser les prix des importations et des produits français. Bon nombre des produits transformés sont également frappés de droits à l'importation additionnels d'après leur teneur en sucre, en matières grasses du lait, en protéines du lait et en amidon. Dans certains cas, ces droits supplémentaires sont suffisamment élevés pour empêcher les produits d'entrer sur le marché.

Les produits agricoles qui entrent en France font également l'objet d'une taxe à la valeur ajoutée de 5,5 %.

### *Restrictions imposées par l'UE*

**Produits de la viande:** Toute la viande de boeuf, de porc et de cheval importée dans l'Union européenne pour l'alimentation humaine doit provenir d'établissements approuvés par l'UE. Depuis 1989, l'UE interdit l'importation de viande de boeuf traité aux hormones de croissance.

### **Produits laitiers**

Les pays qui exportent des produits à base de lait vers l'UE doivent faire état de mécanismes de contrôle sanitaire équivalents à ceux qui sont exigés par les pays membres de l'UE. Les établissements doivent également être inscrits sur la liste de l'UE.

### **Animaux vivants**

Toutes les espèces de bétail et de volaille doivent être soumises à des éprouves de dépistage des maladies et faire l'objet d'inspections vétérinaires. Pour chaque animal admissible, un certificat vétérinaire d'exportation sera délivré pour indiquer que l'animal a passé avec succès les examens vétérinaires requis par l'UE.

### **Sperme, embryons et oeufs d'incubation**

Les animaux donneurs doivent remplir les exigences de dépistage et de certification du pays importateur. L'UE exige que l'installation qui recueille le sperme et la façon dont elle procède soient inspectées et approuvées à l'avance par les vétérinaires de l'Administration canadienne.

### **Produits agricoles prêts à consommer**

Jusqu'à maintenant, l'UE a adopté des directives concernant les aliments préemballés et surgelés, l'étiquetage, les additifs alimentaires, le matériel d'emballage, le marquage de lots, les aliments diététiques et les contaminants.

Les directives sont revues et modifiées régulièrement. Ainsi, d'autres propositions touchant l'irradiation, la salubrité des aliments, les additifs, les allégations relative à la santé et les nouveaux aliments en sont à diverses étapes du processus législatif.

### **Organismes génétiquement modifiés**

L'UE s'est révélée peu disposée à approuver les produits issus de l'application de la nouvelle biotechnologie, notamment les obtentions végétales.

Dernièrement, la Commission européenne a proposé des règles plus rigoureuses en matière d'étiquetage d'aliments issus de la biotechnologie. Les nouvelles restrictions comprendraient l'identification, la traçabilité et l'étiquetage obligatoires de tous les aliments et aliments pour animaux contenant des ingrédients issus de la biotechnologie. La seule exception aux exigences de l'étiquetage s'appliquerait aux produits contenant moins de 1 % d'ingrédients issus de la biotechnologie.

Le système d'autorisation central, exploité par l'autorité européenne en matière d'alimentation, accorderait ou refuserait une autorisation, et cette décision s'appliquerait d'abord pour une période de dix ans. La Commission s'attend à ce que la nouvelle législation entre en vigueur au plus tard en 2003.

### **Règlements nationaux**

En plus des règlements de l'UE sur l'agriculture et les produits agroalimentaires, la France a des règlements nationaux qui restreignent ou interdisent l'importation de certains produits.

#### *Produits visés par des restrictions :*

- matériel génétique bovin,
- importations d'aliments pour animaux familiers (selon les ingrédients qu'ils contiennent).

#### *Produits interdits*

- farine enrichie de vitamines,
- volaille et oeufs des pays qui autorisent l'utilisation

d'éléments arsenicaux, antimoniaux et oestrogéniques dans les aliments composés pour volaille.

### **Documents requis à l'importation**

Les produits doivent être exportés vers la France au plus tard six mois après que toutes les dispositions financières et douanières ont été prises. Pour aider à prévenir les retards aux douanes, les documents suivants doivent accompagner toutes les livraisons faites en France :

- lettre de transport,
- facture commerciale,
- autres documents au besoin

Tous les documents doivent être rédigés en français ou en anglais avec une traduction française. Il n'y a pas de formalités consulaires à remplir pour la lettre de transport.

Il n'y a pas de formule ou de présentation spéciale pour la facture commerciale, mais celle-ci doit contenir les renseignements suivants :

- date et numéro de la facture,
- nom et adresse du vendeur,
- nom et adresse de l'acheteur,
- numéro, genre et marques du colis et sa position par ordre numérique,
- description exacte des produits,
- quantité des produits exprimée en unités coutumières au commerce international,
- prix convenu des produits (y compris coût unitaire, coût total, frais de transport et frais d'assurance),
- modalités de livraison et de paiement,
- toute l'information devrait être en français et en anglais.

En plus des documents susmentionnés, certains produits agricoles exportés vers la France pourraient nécessiter d'autres documents visant à montrer qu'ils sont exempts de maladie et/ou qu'ils respectent les normes de l'UE et les normes françaises. Pour être certain de satisfaire aux exigences les plus récentes, il est préférable de discuter de la question avec l'agent ou l'importateur français. D'autres

renseignements peuvent également être obtenus auprès d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

### **Authentification de documents**

Les documents devant être authentifiés (comme les certificats de vente et les lettres autorisant un agent local de l'exportateur ou l'importateur à agir au nom de l'exportateur) doivent avoir été notariés au Canada. L'exportateur peut faire authentifier les documents notariés sans frais en les envoyant au :

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Authentification et signification de documents (JLAC)  
125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2

Téléphone : (613) 992-6602

Télécopieur : (613) 992-2467

### ***Prescriptions relatives à l'emballage***

Les lois en matière d'emballage et d'étiquetage en vigueur dans l'UE sont très strictes, mais en même temps elles sont claires et logiques. L'emballage et l'étiquetage jouent un rôle très important dans les affaires en France parce que les entreprises s'en servent pour promouvoir leurs produits dans un marché très concurrentiel. Les clients comptent sur l'emballage pour communiquer l'information sur la qualité et l'origine des produits. Cette information peut beaucoup influencer les décisions d'achat. De nombreux produits, notamment les fromages, les vins et les spiritueux, doivent avoir une appellation d'origine, qui est une étiquette qui indique l'origine du produit.

Les prescriptions en matière d'emballage et d'étiquetage sont les suivantes :

- définition du produit - à l'aide de mots tirés d'une liste approuvée,
- tout le texte doit être en français, mais l'ajout d'autres langues est permise,
- les étiquettes doivent être claires, lisibles et permanentes,
- durée de conservation - y compris date de péremption,

- mise en garde ou instructions, au besoin,
- indication donnant le contenu, les ingrédients, les poids, les volumes, etc., en unités métriques,
- tous les additifs, agents de conservation et colorants doivent être indiqués sur l'étiquette à l'aide de leur nom de groupe spécifique ou de leur numéro E,
- pays d'origine du produit,
- numéro de lot du fabricant.

Les normes en France sont coordonnées par l'Association française de normalisation (AFNOR). L'AFNOR est la branche française du Centre européen des normes (CEN) et elle fait partie de l'Organisation internationale de normalisation (ISO). Conformément à la politique d'harmonisation de l'UE, les normes françaises (NF) sont harmonisées avec la norme ISO 9000. La certification ISO 9000 n'est pas obligatoire, mais c'est un outil de commercialisation extrêmement efficace parce qu'elle procure une valeur ajoutée et constitue un symbole de qualité bien connu. Les certifications ISO 9000 sont accordées par l'Association française pour l'assurance de la qualité (AFAQ), le registraire des systèmes qualité pour la France.

## Distribution alimentaire

La France possède un des systèmes de distribution de produits agroalimentaires les plus développés du monde. Les produits y passent de l'agriculteur au transformateur, de celui-ci au détaillant et du détaillant au consommateur par les circuits d'un réseau de transport et de distribution tel que le consommateur peut être sûr de recevoir en temps voulu un produit final de bonne qualité.

Normalement, les produits alimentaires importés en France qui arrivent de l'Atlantique Ouest passent par Le Havre, port de la côte septentrionale française, ou par le port d'Anvers en Belgique ou le port de Rotterdam dans les Pays-Bas. Les importations provenant des pays méditerranéens et africains arrivent surtout par le port méridional de Marseille. Les importations de fruits et légumes frais provenant d'autres pays d'Europe, membres

ou non de l'Union, sont souvent transportées par camion au plus grand marché de gros de produits alimentaires du monde, situé à Rungis, au sud de Paris. Les aliments transformés sont souvent livrés directement aux grands supermarchés et aux grands grossistes. Comme une grande partie des produits alimentaires transformés vendus en France sont d'origine intérieure, il y a partout dans ce pays des marchés régionaux développés.

## Distribution de gros

Il y a en France environ 27 000 grossistes de produits agroalimentaires (denrées à l'état brut comprises). Ce secteur continue toutefois de se développer, ses entreprises ajoutant de nouveaux services à leurs activités fondamentales de commerce de gros.

Les grossistes offrent en effet aujourd'hui une palette complète de services aux détaillants et transformateurs de petite et moyenne tailles. Parmi ces nouveaux services, mentionnons par exemple la livraison aux restaurants et établissements assimilés et la distribution, contre rémunération, de produits nouveaux sur le marché.

## RUNGIS

Situé à environ 13 milles au sud de Paris, le marché de Rungis, qui offre la gamme complète des produits et services alimentaires, est actuellement le plus important marché de gros du monde.

Rungis réunit 758 grossistes, 540 producteurs / vendeurs et 470 entreprises de services, notamment des importateurs, des agents d'achat et des distributeurs. Environ 2,2 millions de tonnes de produits agroalimentaires, 4,0 millions de bottes de fleurs coupées et 17 millions d'unités de produits passent annuellement par Rungis. Les halles et entrepôts du marché s'étendent sur plus de 500 000 mètres carrés, et il emploie plus de 18 000 personnes.

Rungis a récemment commencé à se perfectionner sur le plan technique en informatisant les renseignements commerciaux et les opérations de vente.

### **Circuits de distribution de détail**

Il y a cinq grandes catégories de magasins d'alimentation de détail en France. Les quatre premières -- les maxidiscompteurs, les hypermarchés, les supermarchés et les grands magasins -- représentent le marché de gros débit. Les hypermarchés et les supermarchés représentent actuellement environ 75 % de la distribution alimentaire totale. La plupart des grandes chaînes de supermarchés telles que Carrefour, Casino et Monoprix produisent maintenant leurs propres produits sous marques maison. En outre, les hypermarchés et les supermarchés vendent des produits prêts à servir pour soutirer une part du marché aux secteurs de la restauration traditionnelle et rapide.

Le gouvernement français a adopté une loi pour limiter le nombre de nouveaux hypermarchés et supermarchés. Toutefois, pour contourner les effets négatifs que cette limitation peut avoir, ces commerces ont simplement agrandi les surfaces existantes. Des fusions parmi les principaux hypermarchés ou supermarchés ont créé les huit plus grands détaillants en France, dont les cinq bureaux d'achat centraux représentant 80 % des achats d'aliments. À la fin 1999, Carrefour et Promodes ont annoncé une alliance qui a en fait créé la deuxième chaîne de détail dans le monde, après Wal-Mart Inc.

Les produits alimentaires prêts à servir les plus demandés qu'on trouve dans les grands points de vente sont entre autres les surgelés, les préparations de poisson et fruits de mer, les céréales petit déjeuner, les aliments de santé et les aliments diététiques, et les boissons alcoolisées et non alcoolisées.

Bon nombre de supermarchés et d'hypermarchés recourent au publipostage (prospectus et catalogues) pour annoncer leurs produits.

Les principaux détaillants en alimentation présents dans le marché grand débit sont Leclerc, Carrefour, Casino, Auchan, Intermarché, SuperU, Champion et Monoprix.

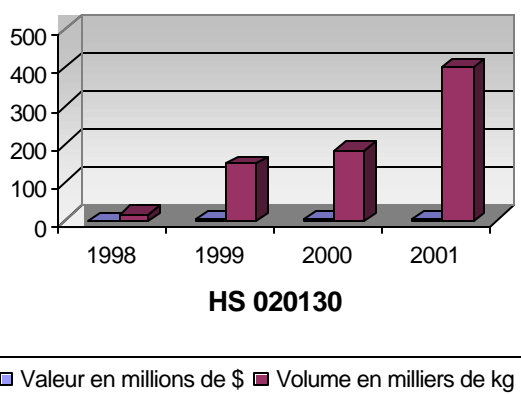
La cinquième catégorie, celle des points de vente traditionnels, inclut les magasins de quartier, les boutiques spécialisées et gastronomiques, les boulangeries, les boucheries et les marchés en plein air. La croissance des points de distribution massive menace les points de vente traditionnels qui représentent actuellement environ 20 % des ventes.

Les produits alimentaires biologiques en France sont distribués surtout dans des magasins d'aliments de santé qui représentent 39 % des ventes. Suivent les supermarchés avec 27,5 %, les marchés et les ventes directes avec 23,5 % et les coopératives avec 10 %.

## EXPORTATIONS CANADIENNES

Les dix produits suivants représentent 72,7 % des exportations agroalimentaires du Canada à destination de la France.

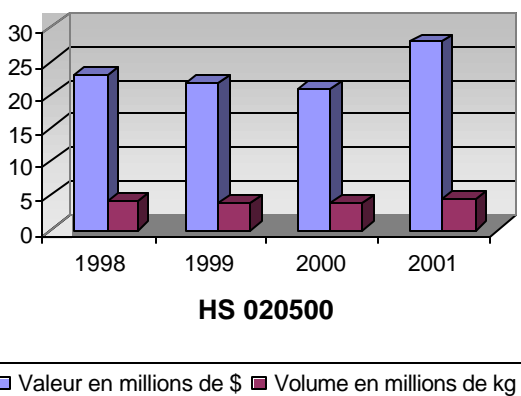
### Exportations canadiennes de coupes de bœuf désossées, fraîches ou réfrigérées



En 2001, les coupes de boeuf désossées, fraîches ou réfrigérées, représentaient 3,6 % des exportations canadiennes à destination de la France (quatrième marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de ces coupes de boeuf ont augmenté régulièrement au cours de la période de quatre ans à l'étude. Elles se chiffraient à 3,5 millions de dollars en 2001, une augmentation de 1,4 million de dollars par rapport à 2000.

### Exportation canadiennes de viande des espèces chevaline, asine ou mulassière

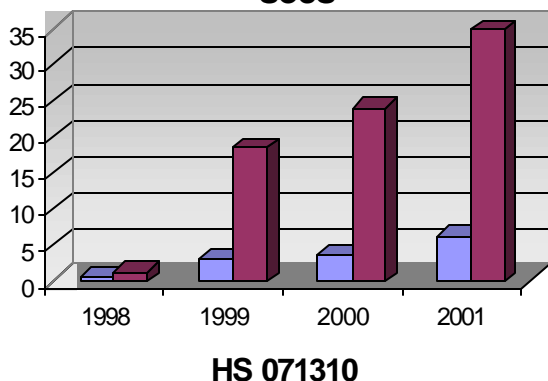


En 2001, la viande des espèces chevaline, asine ou mulassière représentait 28,3 % des exportations canadiennes à destination de la France (premier marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de viande des espèces chevaline, asine ou mulassière sont restées relativement stables au cours de la période de quatre ans à l'étude, sauf une légère diminution de 1999 à 2000. Elles se chiffraient à 27,8 millions de dollars en 2001, une augmentation de 6,9 millions par rapport à 2000.

## Exportations canadiennes à destination de la France

### Exportations canadiennes de pois secs

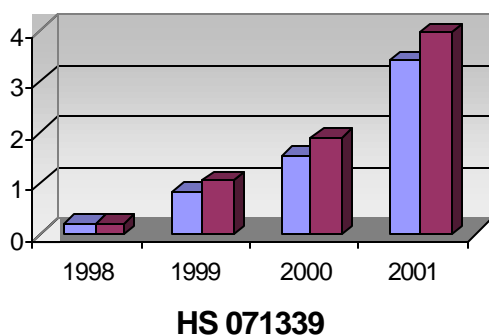


■ Valeur en millions de \$ ■ Volume en millions de kg

En 2001, les pois secs représentaient 6,4 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (11<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de pois secs ont nettement augmenté au cours de la période de quatre ans à l'étude. Elles se chiffraient à 6,3 millions de dollars en 2001, une augmentation de 2,6 millions de dollars par rapport à 2000.

### Exportations canadiennes de haricots secs



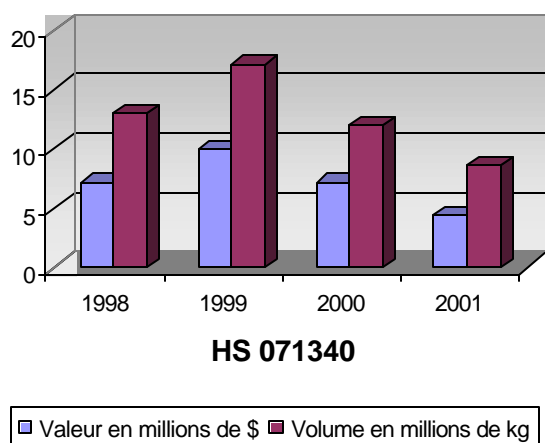
■ Valeur en millions de \$ ■ Volume en millions de kg

En 2001, les haricots secs représentaient 3,4 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (7<sup>e</sup> marché pour ce produit).

Les exportations canadiennes de haricots secs ont augmenté graduellement au cours de la période de quatre ans à l'étude. Elles se chiffraient à 3,4 millions de dollars en 2001, une augmentation de 1,8 million de dollars par rapport à 2000.

## Exportations canadiennes à destination de la France

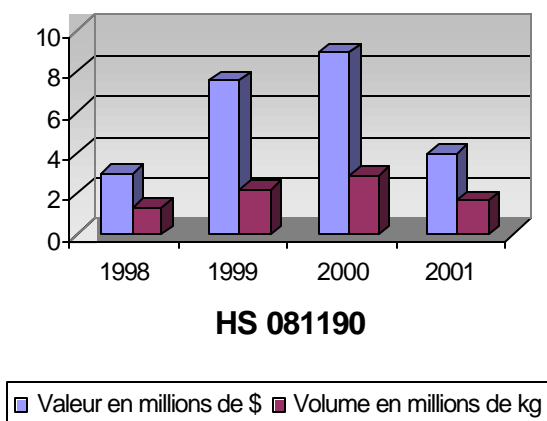
### Exportations canadiennes de lentilles sèches



En 2001, les lentilles sèches représentaient 4,4 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (19<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de lentilles sèches ont diminué depuis leur sommet en 1999. Elles se chiffraient à 4,3 millions de dollars en 2001, un recul de 2,7 millions de dollars par rapport à 2000.

### Exportations canadiennes de fruits et noix comestibles

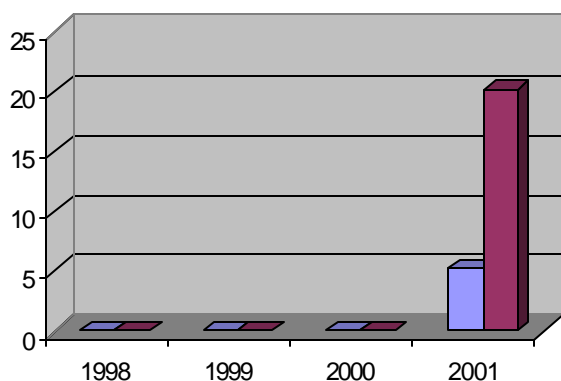


En 2001, les fruits et noix comestibles représentaient 4 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (6<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de fruits et noix comestibles ont atteint un sommet en 2000 puis elles ont chuté de façon spectaculaire en 2001. Elles se chiffraient à 4 millions de dollars en 2001, un recul de 4,9 millions de dollars par rapport à 2000.

## Exportations canadiennes à destination de la France

### Exportations canadiennes de blé dur



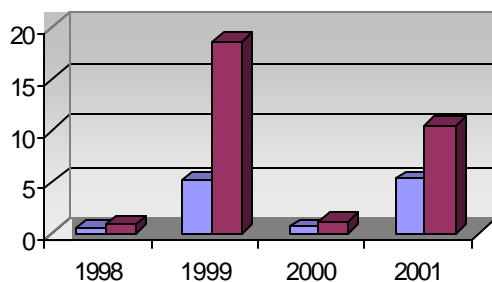
HS: 100110

■ Valeur en millions de \$ ■ Volume en millions de kg

En 2001, le blé dur représentait 5,2 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (15<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

2001 a été la première année depuis 1996 où le Canada a exporté du blé dur vers la France, en raison d'une mauvaise récolte de blé en France. Les exportations canadiennes de blé dur se chiffraient à 5,1 millions de dollars en 2001.

### Exportations canadiennes de fèves soya



HS 120100

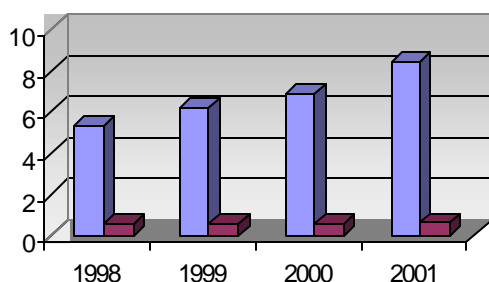
■ Valeur en millions de \$ ■ Volume en millions de kg

En 2001, les fèves soya représentaient 5,3 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (9<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de fèves soya ont fluctué au cours de la période de quatre ans à l'étude. Après avoir atteint un sommet de 5 millions de dollars en 1999, les exportations ont chuté à un peu plus de 500 000 \$. Elles ont augmenté de nouveau en 2001 de 4,7 millions de dollars pour se chiffrer à 5,2 millions de dollars.

## Exportations canadiennes à destination de la France

### Exportations canadiennes de préparations alimentaires nsa



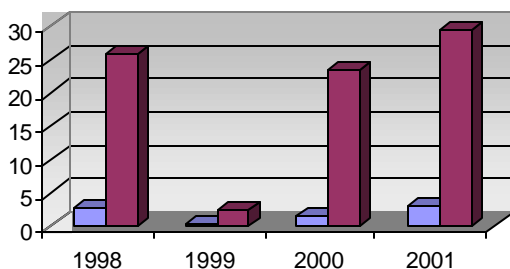
HS 210690

■ Valeur en millions de \$ ■ Volume en millions de kg

En 2001, les préparations alimentaires nsa représentaient 8,6 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (2<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de préparations alimentaires nsa ont régulièrement augmenté au cours de la période de quatre ans à l'étude. Elles se chiffraient à 8,4 millions de dollars en 2001, une augmentation de 1,6 millions de dollars par rapport à 2000.

### Exportations canadiennes de peaux de bovins, entières, fraîches ou en saumure



HS 410121

■ Valeur en millions de \$ ■ Quantité en milliers

En 2001, les peaux de bovins, entières, fraîches ou en saumure représentaient 3,2 % des exportations agroalimentaires canadiennes à destination de la France (7<sup>e</sup> marché du Canada pour ce produit).

Les exportations canadiennes de peaux de bovins entières ont augmenté depuis le creux qu'elles avaient enregistré en 1999. Elles se chiffraient à 3,1 millions de dollars en 2001, une augmentation de 1,7 millions de dollars par rapport à 2000.

## RENSEIGNEMENTS UTILES

### CONTACTS CLÉS ET SERVICES DE SOUTIEN

<b>Contacts canadiens</b>	
<b>Agriculture et Agroalimentaire Canada</b> Édifice Sir-John-Carling 930, avenue Carling Ottawa (Ontario) K1A 0G2 Tél. : (613) 995-7662 Télééc. : (613) 944-1604	<b>Ambassade canadienne</b> Lucie Tremblay Commissaire au commerce 35, avenue Montaigne 75008 Paris Téléphone : 011-33-1-44-43-28-10 Télécopieur : 011-33-1-44-43-29-98 Courriel : <a href="mailto:lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca">lucie.tremblay@dfait-maeci.gc.ca</a>
<b>Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international</b> Service des renseignements sur les marchés internationaux Tél. : 1-800-267-8376	<b>Banque de développement du Canada</b> 5, Place Ville Marie, bureau 400 Montréal (Québec) Tél. : <b>1-888-463-6232</b> Télééc. : (514) 283-0617 Internet: <a href="http://www.bdc.ca">http://www.bdc.ca</a>
<b>Société pour l'expansion des exportations</b> 151, rue O'Connor Ottawa (Ontario) K1P 5T9 Tél. : (613) 598-2500 Télééc. : (613) 598-2503 Internet: <a href="http://www.edc.ca">http://www.edc.ca</a> Courriel : <a href="mailto:export@edc4.edc.ca">export@edc4.edc.ca</a>	<b>Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada</b> Principal réseau d'affaires du Canada 1, rue Nicholas, bureau 1500 Ottawa (Ontario) K1N 7B7 Tél. : (613) 238-8888
<b>Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international - Division de l'Europe du Nord (REN)</b> 125, prom. Sussex Ottawa (Ontario) K1A 0G2 Tél. : (613) 995-9401 Télééc. : (613) 995-6319 Internet: <a href="mailto:ren@dfait-maeci.gc.ca">ren@dfait-maeci.gc.ca</a>	<b>Corporation commerciale canadienne</b> 50, rue O'Connor, 11 <sup>e</sup> étage Ottawa (Ontario) K1A 0S6 Tél. : (613) 996-0034 Télééc. : (613) 995-2121 Internet: <a href="http://www.ccc.ca">http://www.ccc.ca</a> Courriel : <a href="mailto:info@ccc.ca">info@ccc.ca</a>

## Contacts français

### **Ambassade de France**

42, promenade Sussex

Ottawa (Ontario)

Téléphone : (613) 789-1795

Télécopieur : (613) 789-3484

### **Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)**

195, rue de Bercy

75012 Paris

France

### **Mission investir en France**

Ministère de l'Économie et des Finances

139, rue de Dercy

75572 Paris Cedex 12

France

Téléphone : (33) 1-44-87-70-21/23/28

Télécopieur : (33) 1-44-87-70-36/26

### **Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (D.A.T.A.R.)**

1, avenue Charles-Floquet

75007 Paris

France

Téléphone : (33) 1-40-65-10-06

Télécopieur : (33) 1-40-65-12-40 Agence de coopération

## Gouvernement français

### Agence française de la consommation

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

3-5, boulevard Diderot

75572 Paris

France

Téléphone : (33) 1-44-87-17-17

Télécopieur : (33) 1-45-55-60-97

### Association française de normalisation - AFNOR

Tour Europe

92049 Paris-La Défense

France

Téléphone : (33) 1-42-94-55-65

Télécopieur : (33) 1-42-93-59-30

### Sous-direction de l'hygiène alimentaire

Service de la qualité alimentaire et des actions vétérinaires et phytosanitaires

Direction générale de l'alimentation

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche

175, rue de Chevaleret

75646 Paris Cedex 13

Téléphone : (33) 1-49-55-84-17

Télécopieur : (33) 1-49-55-51-06

### Laboratoire national d'essai - L.N.E.

1, rue Gaston-Boissier

75015 Paris

France

Téléphone : (33) 1-40-43-37-00

Télécopieur : (33) 1-40-43-37-37

### Développement de l'Île de France

61, rue de Babylone

75007 Paris

France

Téléphone : (33) 1-53-85-62-00

Télécopieur : (33) 1-53-85-62-09

### Agence française de contrôle des investissements étrangers

Ministère de l'Économie, des Finances et du Budget,  
Direction du Trésor

Service des participations et des financements

Sous-direction D des financements

Bureau D3 Investissements étrangers en France

Teledoc 267

139, rue de Berct

75572 Paris Cedex 12

France

Téléphone : (33) 1-40-04-04-04

### Agence nationale pour la valorisation de la recherche - ANVAR

43, rue Caumartin

7509 Paris Cedex 09

France

Téléphone : (33) 1-40-17-38-00

Télécopieur : (33) 1-40-17-83-19

### Centre français du commerce extérieur (CFCE)

Direction des produits alimentaires (DPA)

10, avenue d'Iéna

75116 Paris

Téléphone : (33) 1-40-73-30-00

Télécopieur : (33) 1-40-73-35-82 Douanes françaises

### Centre de renseignements des douanes

Ministère de l'Économie et des Finances

Bat H1

238, quai de Bercy

75572 Paris Cedex 12

France

Téléphone : (33) 1-40-24-65-20

Télécopieur : (33) 1-40-24-65-30

## Associations commerciales

### SOPEXA

43-45, rue de Naples

75008 Paris

Téléphone : (33) 1-44-69-40-00

Télécopieur : (33) 1-44-69-40-71

### Chambre de commerce et d'industrie de Val D'Oise-Yvelines

Directeur , Commerce international

21, avenue de Paris

780221 Versailles Cedex

France

Téléphone : (33) 1-30-84-79-79

Télécopieur : (33) 1-30-38-57-34

### Chambre de commerce et d'industrie de Paris

Responsable du secteur de l'Amérique du Nord

2, rue de Viarmes

75001, Paris

France

Téléphone : (33) 1-45-08-36-00

Télécopieur : (33) 1-45-08-35-80

### American Chamber of Commerce

21, avenue George V

75008 Paris

France

Téléphone : (33) 1-40-73-89-90

Téléphone : (33) 1-47-20-18-62

## Foires commerciales

Eurokosher 2002

4-5 juin 2002, Paris

Salon international des terroirs du monde

10-11 juin 2002, Porte de Versailles, Paris

Health Ingredients Europe 2002

17-19 septembre 2002, Paris/Villepinte

SIAL Paris 2002

20-24 octobre 2002, Paris

Natexpo (anciennement Dietexpo)

18-20 octobre 2003, Porte de Versailles, Paris