

## **Affectation 4 (d) — Commercialisation et marketing des produits alimentaires**

Le Centre de compétence en commercialisation et marketing des produits alimentaires fournit des services au personnel du Ministère, aux producteurs, aux transformateurs de produits alimentaires et aux organismes afin de renforcer la position concurrentielle de l'industrie agricole et agroalimentaire du Manitoba dans le marché mondial. En soutien à cet objectif, le Centre de compétence a offert de l'information et des services en matière de commercialisation et de gestion d'entreprise, facilité la promotion de l'industrie par la collaboration et l'établissement d'alliances et pris part à la diversification des régions rurales du Manitoba. La prestation des programmes et des services a été soutenue par la promotion dans les médias et par divers documents de référence, publications et autres ressources.

Les activités du Centre de compétence et le développement de ressources en soutien à la valorisation et à la diversification ont compris les éléments suivants.

### **Alliances commerciales et développement industriel**

Le Centre de compétence a prodigué des conseils aux producteurs, aux transformateurs et aux entrepreneurs qui envisageaient d'ajouter de la valeur aux produits agricoles et agroalimentaires et d'en accroître les ventes. De plus, le Centre a fourni de l'aide à l'élaboration de stratégies de commercialisation en établissant des alliances intégrées et en organisant des activités de développement et d'investissement alimentées par l'industrie. Il a collaboré avec les équipes PRO à repérer les nouvelles perspectives du marché et a fourni des mécanismes de diffusion de l'information aux petites et moyennes entreprises (PME).

Le Centre a également participé à l'initiative Moving Ahead, qui vise à renforcer les liens entre la Manitoba Food Processors Association (MFPA) et le Ministère. Les champs d'intérêt comprennent la salubrité des aliments et le soutien de l'analyse des risques et de la maîtrise des points critiques (ARMPC) pour les PME, le financement de la recherche-développement sur de nouveaux produits à valeur ajoutée, le renforcement des liens entre le Centre de développement des produits alimentaires (CDPA) et la MFPA, et la promotion des produits alimentaires manitobains. Le personnel du Centre a présenté aux employés du Ministère une séance de formation sur le thème « Les voies du marché : une feuille de route pour la commercialisation des aliments fonctionnels, des produits de santé naturels et des produits finis apparentés ». Il a également coordonné des programmes de formation avec ses partenaires de l'industrie afin de sensibiliser ces derniers et les producteurs au modèle de gestion des chaînes de valeur. Le personnel a collaboré activement à certaines conférences sur le développement de l'industrie, soit la Direct Farm Marketing Conference, les journées agricoles et le Forum rural.

### **Coordination des organismes de recherche-développement**

Le personnel a travaillé avec divers organismes, tels que le Centre canadien de recherches agroalimentaires en santé et médecine (CCRASM), le Richardson Centre for Functional Foods and Nutraceuticals (RCFFN) et l'industrie des nutraceutiques, des ingrédients, des aliments fonctionnels et des produits de santé naturels. Il a établi des liens avec l'Université du Manitoba (Faculty of Agricultural and Food Sciences, Faculty of Human Ecology, Technology Transfer Office) afin de coordonner les activités liées à la commercialisation des nouveaux aliments et des aliments fonctionnels. Le personnel a collaboré avec le CDPA et la MFPA en prodiguant des conseils de direction sur la salubrité des aliments et l'ARMPC.

Le personnel a collaboré avec des organisations de produit et des groupes de producteurs afin de faciliter la création d'alliances intégrées dans l'industrie, en fournissant de l'information sur l'élaboration de stratégies sectorielles et en détectant les obstacles à la commercialisation. Le personnel a également travaillé avec des groupes de producteurs à la création de plans stratégiques qui visent à établir un cadre pour la création de chaînes de valeur au Manitoba.

## **Développement des marchés et promotion**

Le Centre de compétence en commercialisation et marketing des produits alimentaires a collaboré avec le personnel de Compétitivité, Formation professionnelle et Commerce Manitoba et avec l'industrie afin de consolider les marchés existants et de développer de nouveaux marchés pour les produits agricoles et agroalimentaires cultivés et transformés dans la province. Le personnel a fourni de l'information et des consultations sur le développement des marchés aux producteurs, aux transformateurs, aux offices de commercialisation, aux groupements de producteurs spécialisés, au personnel et aux partenaires de l'industrie. Le personnel a soutenu douze missions commerciales venues de huit pays ou régions et axées sur le sarrasin, le porc et la viande, le biodiésel et les cultures spéciales.

## **Indicateurs de rendement**

Tout en mettant l'accent sur la commercialisation et l'investissement des entreprises dans le secteur des produits à valeur ajoutée, le personnel a aidé des entreprises manitobaines à participer à diverses foires commerciales : Salon international de l'alimentation (SIAL), Border Busters Food & Wine Expo, séminaire sur les investissements agroalimentaires au Japon, Health Ingredients Japan Food Show, journées agricoles et Forum rural.

Le personnel a fourni une représentation dans les projets du Conseil fédéral-provincial de développement des marchés afin de favoriser la coopération interprovinciale et nationale dans les activités de développement des marchés pour les entreprises du Manitoba. En collaboration avec Commerce Manitoba, les employés ont apporté leur contribution aux équipes des secteurs américain et européen dans la Stratégie canadienne pour le commerce international et ils ont soumis au programme national des suggestions qui reflètent les besoins du secteur manitobain de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Parmi les autres projets majeurs réalisés avec le concours du personnel, il y a eu la mise sur pied de la campagne de la marque Canada à l'intention des marchés internationaux, la tenue de tables rondes proposées par l'industrie sur les chaînes de valeur et l'aide à l'exportation à la frontière des marchés américain et mexicain.

Le personnel a soutenu le protocole d'entente sur la coopération Canada-Manitoba dans les activités économiques internationales. Le protocole favorise une approche de collaboration entre le gouvernement et l'industrie en ce qui concerne le développement du commerce au Manitoba. Les employés du Ministère ont fait preuve d'engagement dans le cadre de cette collaboration par des communications soutenues et par la coordination des calendriers, des activités et de l'utilisation des ressources.

Le personnel a travaillé avec les offices de commercialisation de la MFPA et du Promotions Committee of Manitoba à la promotion des produits alimentaires manitobains. Le personnel a offert des liens aux chefs du Manitoba et à l'association des restaurants.

Les employés ont mis à jour des documents pour le répertoire des produits alimentaires du Manitoba et ont produit un répertoire des exportateurs en version papier et électronique, ainsi que la brochure *Investment in Manitoba*, le *Vegetable U-Pick Guide* et le CD *Swine Team Task Team*. Le personnel a soutenu l'élaboration du programme d'achat au Manitoba, qui comprenait une page Web indiquant où les produits manitobains étaient offerts à la vente dans l'ensemble de la province.

#### **4 (d) Commercialisation et marketing des produits alimentaires**

<b>Dépenses par affectation budgétaire de moindre importance</b>	<b>Dép. réelles 2006-2007 (milliers de \$)</b>		<b>Dép. prévues 2006-2007 (milliers de \$)</b>	<b>Écart pos./ (nég.) (milliers de \$)</b>	<b>Note expl.</b>
		<b>ETP</b>			
(1) Salaires et avantages sociaux	454,1	10,50	704,3	(250,2)	1
(2) Autres dépenses	468,5		559,7	(91,2)	
<b>Total des dépenses</b>	<b>922,6</b>	<b>10,50</b>	<b>1 264,0</b>	<b>(341,4)</b>	

*Note explicative :*

1. *La sous-utilisation des crédits s'explique principalement par la gestion des dépenses en vue de respecter les restrictions budgétaires du gouvernement et de contrer l'accroissement des frais de fonctionnement et des programmes du Ministère.*