

Les Protéines : c'est compliqué!

Les cibles de croissance du rapport Barton, la croissance de la qualité et « la guerre » des protéines

Don Buckingham, PDG, ICPA

“Les perspectives agroalimentaires” du CRAAQ
Drummondville, Québec
le 2 avril 2019

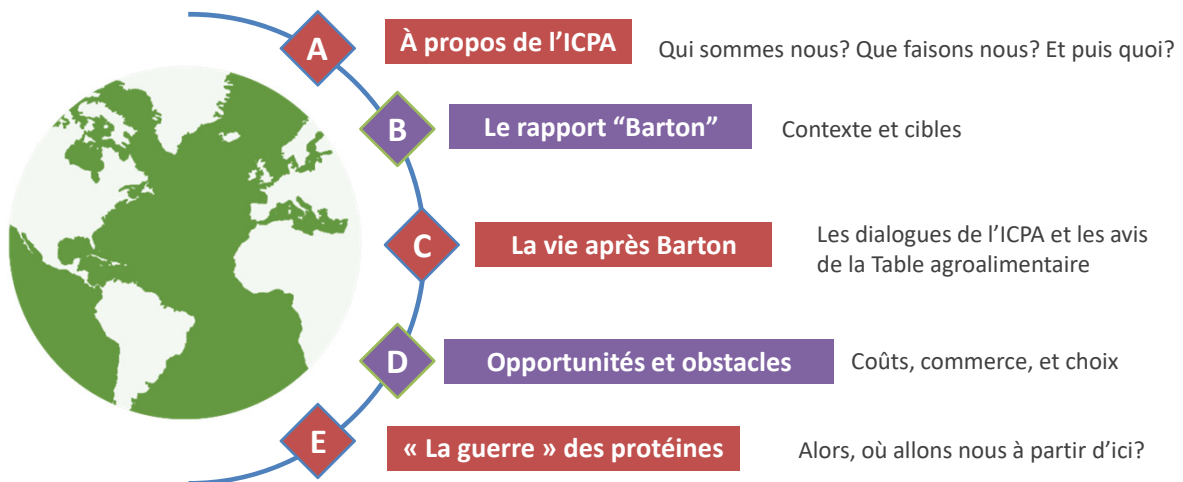
Mes racines agricoles ...



Ma florison agricole et agroalimentaire ...



Ma présentation




Qui est ICPA?

- FONDÉE en 2004 comme groupe de réflexion sur les politiques agricoles indépendant et neutre consolidant des recherches éclairées et stimulant les réflexions sur les enjeux des politiques pour un secteur agroalimentaire canadien plus viable
- VISION : Chef de fil mondial en matière d'agriculture et de systèmes alimentaires durables afin d'améliorer la santé, la prospérité et le bien-être des Canadiens et Canadiennes
- MISSION : Initier, catalyser et coordonner des analyses stratégiques indépendantes sur des questions relatives aux problématiques agroalimentaires émergentes afin de favoriser le dialogue et influencer les politiques publiques

Comment opère-t-on?

- Le noyau est composé de personnel professionnel (à Ottawa)
- Conseil d'administration (ayant une expérience profonde et expertise dans toutes les facettes de la chaîne de valeur agroalimentaire)
- Comité consultatif (principalement du secteur de l'industrie et des associations d'industries)
- Conseillers spéciaux (avec des compétences particulier)
- Chercheurs supplémentaires (la plupart provenant du secteur académique)

Vision de l'avenir de l'ICPA

- Concentrer nos efforts sous quatre piliers
 - * Améliorer le capital naturel
 - * Optimiser la croissance
 - * Faciliter le commerce
 - * Assurer la confiance du public
(avec une emphase sur l'innovation et l'adoption de la technologie)
 - Canaliser nos recherches en matière de politique via :
 - * La promotion du dialogue entre les intervenants du secteur agroalimentaire
 - * Synthétiser les approches sur les recherches et les politiques
 - * Compléter la recherche où il y a des lacunes
-  - Un réseau de réflexion pour le secteur agroalimentaire actif, engagé et neutre

7

La vision de Barton pour le Conseil consultatif en matière de croissance économique (CCCE) en 2017

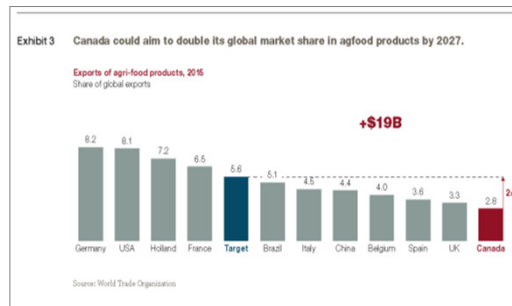
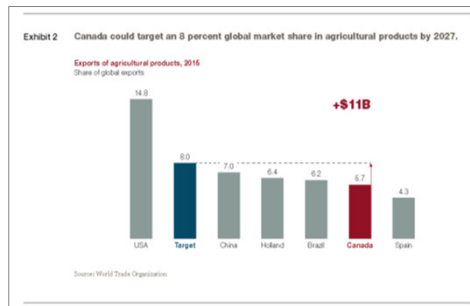


« Le Canada deviendra le chef de fil mondial de confiance des aliments sains, nutritifs et durables pour le 21^e siècle » — [et que ceci] reflétera la force de notre position de départ ainsi que les tendances mondiales que nous pouvons exploiter»

8

Le CCCE a établi des objectifs de croissance ambitieux

- Les exportations des produits agricoles et alimentaires atteindront 75 \$ milliards en l'an 2027
- La part canadienne des exportations mondiales en agriculture augmenteront à 8% de 5%, (du 5^e au 2^e)
- Les exportations canadiennes des produits agricoles et alimentaires doubleront (du 11^e au 5^e)
- Les exportations agricoles augmenteront de 11 \$ milliards en l'an 2027
- Les exportations agroalimentaires augmenteront de 19 \$ milliards en l'an 2027



9

L'ICPA a initié un dialogue avec des intervenants pendant les années 2017-2018 sur la façon d'atteindre les objectifs de croissance

1. Est-ce que ces objectifs de croissance sont réalistes étant donné des perspectives de l'accès au commerce et au marché?
2. Est-ce que le Canada peut améliorer le capital naturel tout en atteignant les objectifs de croissance?
3. Est-ce que cette croissance est compatible avec d'autres initiatives de politiques (par ex. La politique alimentaire nationale (PAN), le partenariat canadien pour l'agriculture (PCA), etc.)?
4. Est-ce que la science & l'innovation (S&I) détiennent la clé permettant d'atteindre ces objectifs?

Aider à définir la vision et la stratégie de croissance inclusive pour le secteur était aussi à l'étude par la Table agroalimentaire (TA) du CCCE



10

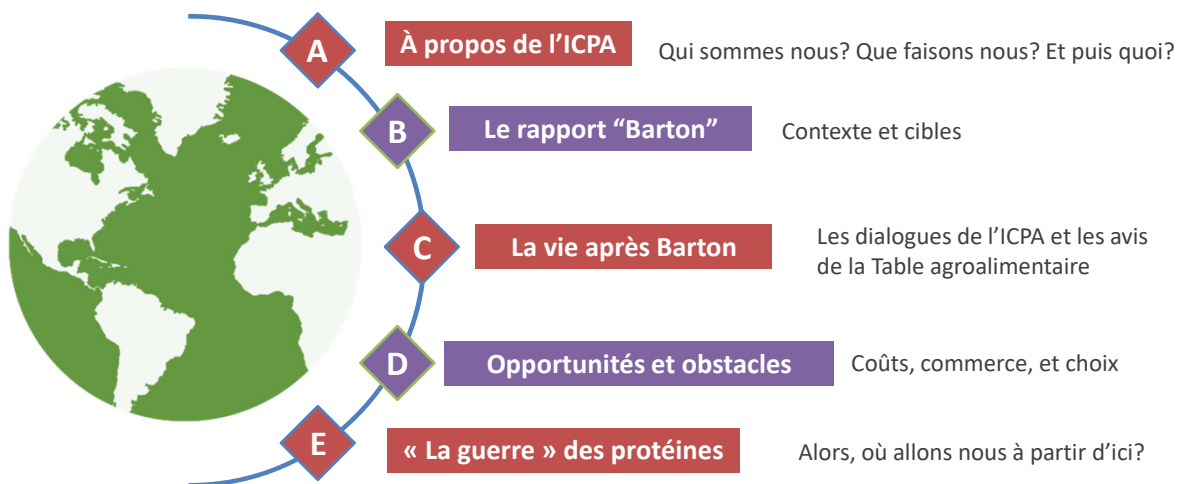
Où en sommes nous avec les cibles du Rapport Barton?



- Depuis la tenue des dialogues de l'ICPA, la TRA du CCCE a présentée une série de recommandations pour atteindre ces objectifs.
- Oui à l'égard de :
 - L'investissement en infrastructures
 - L'innovation
 - Capital humain
 - L'expansion des accords commerciaux avec l'Asie
- Par contre il y avait peu d'attention sur la durabilité du secteur et comment optimiser la croissance

11

Ma présentation



12

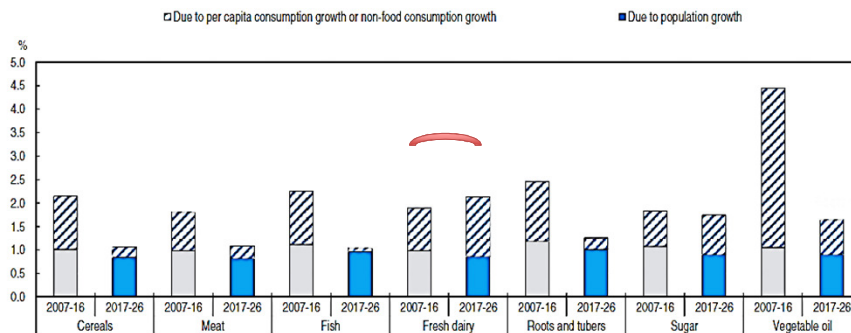
Les opportunités....



- La consommation mondiale augmente
- Le gouvernement du Canada le dit aussi
- L'accès au commerce s'améliore ou se stabilise
- Dollar canadien est toujours faible

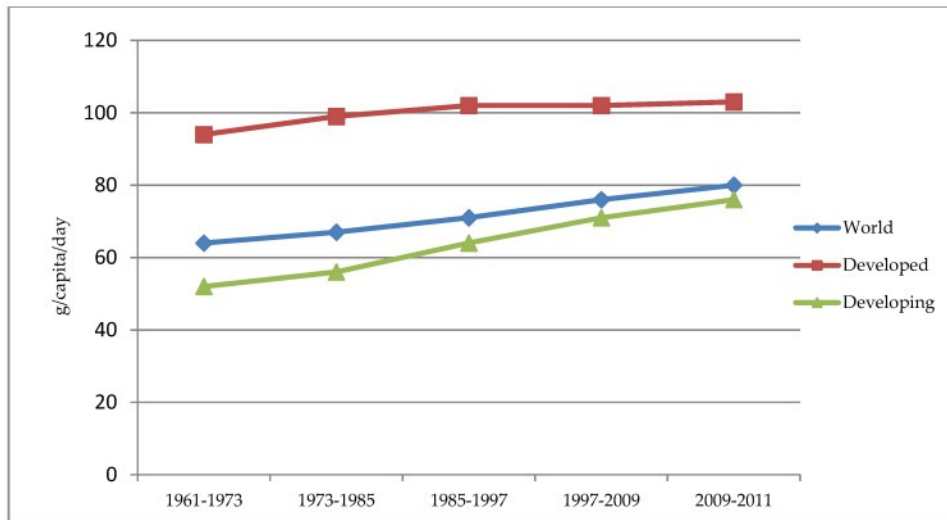
Le commerce mondial d'ici l'an 2026 continuera à augmenter mais à un rythme plus lent

L'OCDE estime la croissance en volume des échanges commerciaux, reflétant la croissance de production, à l'exception de quelques marchandises, sera beaucoup plus bas comparé à la dernière décennie.



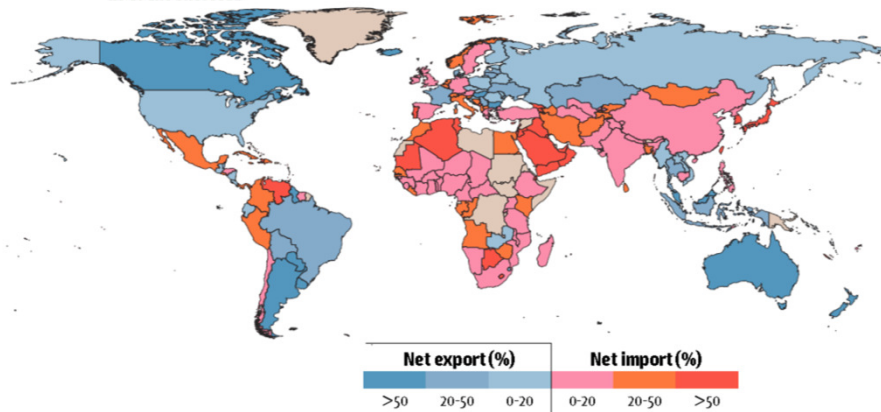
Note: The population growth component is calculated assuming per capita demand remains constant at the level of the year preceding the decade. Growth rates refer to total demand (for food, feed and other uses).
Source: OECD/FAO (2017), "OECD-FAO Agricultural Outlook", OECD Agriculture statistics (database), <http://dx.doi.org/10.1787/agr-data-en>.

La consommation de protéines par personne par jour augmente



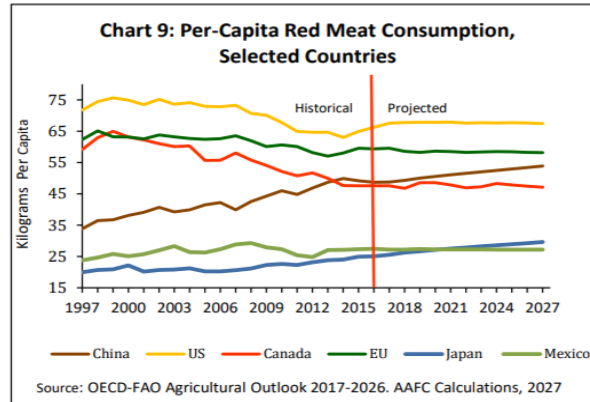
Quels seront les pays exportateurs et importateurs?

Figure 2.12 Percentage of net food imports in domestic food supply in total calories



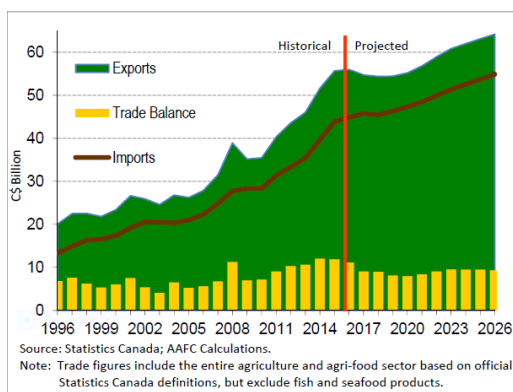
Source: FAO Global Perspectives Studies, using 2011 food balance sheets from FAO, 2016a.

La consommation de viande rouge par habitant de certains pays



- Projets d'AAC (octobre 2018) démontrant que la consommation de viande rouge par habitant restera inchangée au Canada et aux États-Unis tandis qu'elle continue d'augmenter en Chine et au Japon

En attendant, les exportations canadiennes des produits agricoles et alimentaires ont progressé donc le Canada s'apprête à atteindre assez facilement ces objectifs



- AAC estime déjà que les exportations des produits agricoles et agroalimentaires atteindront 75 \$ milliards si on y inclut les produits de la mer
- AAC estime une augmentation moyenne annuelle de 1.4% par année en moyenne et nous continuerons de créer un excédent commercial
- La Table ronde du CCCE estime des objectifs s'élevant à 85 \$ milliards en exportations

Ces deux dernières années ont été très occupées sur la scène des échanges commerciaux!



Accords plurilatéraux

- AECG
- ACEUM
- PTPGP

Accords bilatéraux

- La Chine ?
- L'Inde ?

Les obstacles



1. Limitations pour la production

- Concurrence avec la culture, les pressions récréatives et urbaines
- Changement climatique et les dégâts environnementaux nuisent
- Coûts de production montent

2. Maladies animales

- Les options de contrôle de maladies se limitent
- Les grandes menaces (ASF – peste porcine africaine)

3. Perturbations commerciales

- Qui sont de bons amis ou bien, de moins bons?

Les obstacles ...



4. Les soucis du consommateur

- Les effets néfastes sur la planète due à la production de protéines animale
- Le bien-être animal dans nos méthodes de production, de transport et d'abattage
- La santé humaine et la (sur)consommation de viande

5. Bien d'autres choix de protéines devant eux

- Des protéines en provenance de plantes, d'insectes, des algues ou de poisson
- Des nouvelles méthodes de production – l'agriculture cellulaire (lab meat)

21

« La guerre » de protéines – Vraiment?



- Les protéines végétales
- Les protéines de la mer
- Les protéines des insectes
- Les protéines de labo

22

« La guerre » de protéines – Vraiment?



- Les protéines végétales
- Mode d'emploi
- Les avantages
- Les inconvénients

23

« La guerre » de protéines – Vraiment?



- Les protéines de la mer
- Mode d'emploi
- Les avantages
- Les inconvénients

24

« La guerre » de protéines – Vraiment?



- Les protéines des insectes
- Mode d'emploi
- Les avantages
- Les inconvénients

« La guerre » de protéines – Vraiment?



- Les protéines de labo
- Mode d'emploi
- Les avantages
- Les inconvénients

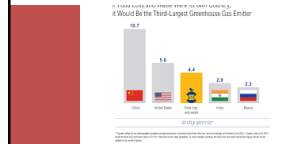
Je choisis ... pour l'empreinte GES agricole et alimentaire



Émissions totales de GES mondiales
45.3 milliards de tonnes (gigatonnes) de CO₂e

Agriculture – 5 milliards de tonnes

- Électricité et chauffage – 14 milliards de tonnes
- Transport – 7 milliards de tonnes
- Production et Const – 6 milliards de tonnes



La perte alimentaire
3-4 billion tonnes of CO₂e

De l'Amérique du nord – .2 billion tonnes

- Les EU – 75%
- Le Mexique – 15%
- Le Canada – 10%



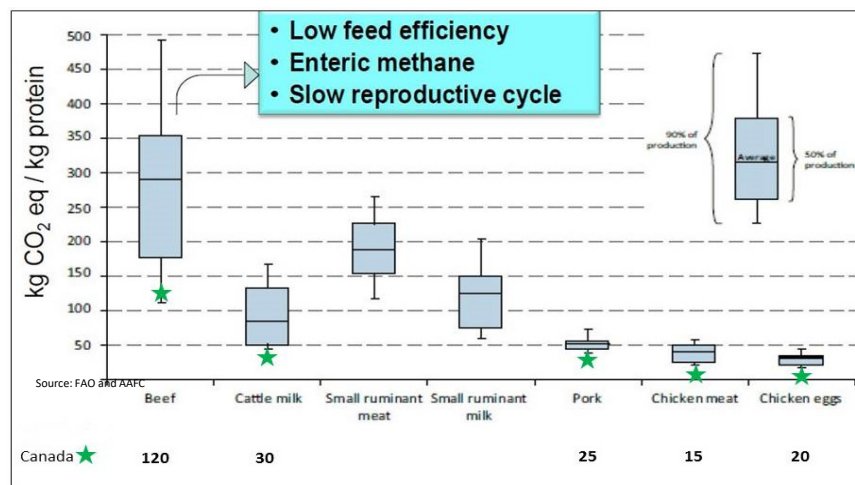
Le profil du Canada

Le total du Canada – .7 billion tonnes

Provenant de l'agriculture – .07 billion tonnes

- Les bétails – 55% (fermentation et fumier)
- Les cultures – 45% (les engrais et les pertes du sol)

Le Canada est parmi les pays producteurs les plus efficaces en termes des émissions GES par kilogramme de viande produite

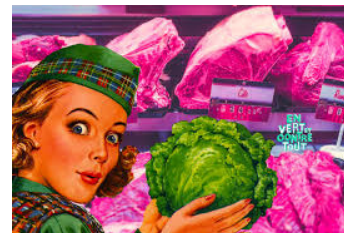


Mais il existe toujours ces publicités



*Je choisis ... pour
la santé humaine*

- *La viande pour la santé*
- *La viande contre la santé*



Je choisis ... pour le bien-être animal

- Le bien-être animal est bien possible
- Le bien-être animal n'est pas possible



« La guerre » de protéines – Vraiment?



- **Pour digérer**
 - Le marché courant mondial pour les substitutions de protéines animal est en-dessous de 1%, mais en croissance
 - Les nouvelles technologies de production cellulaire doivent faire face à des obstacles réglementaires et techniques
 - Mais le mouvement sur les médias sociaux est fort contre la viande
- **Les obstacles pour les nouveaux product**
 - Le goût et le texture
 - Les ingrédients
 - L'empreinte verte de production
 - Les technologies impliquées

Mais le consommateur est roi (ou reine)

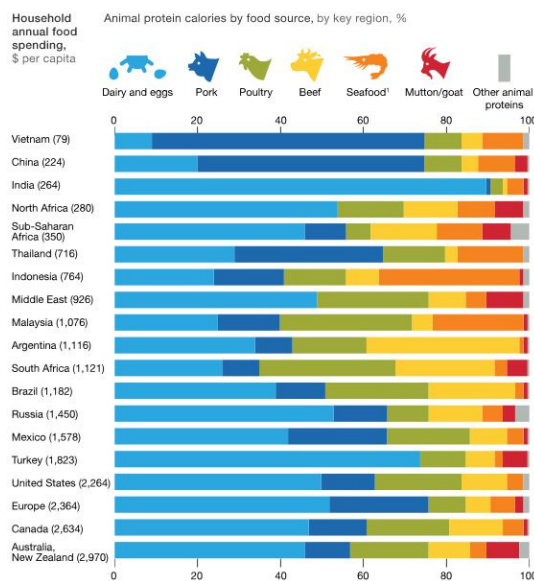
Dis-moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es.

- Jean Anthelme Brillat-Savarin

Je choisis ... par tradition.



Local preferences across protein categories point to the need for a region-specific strategy for capturing growth.

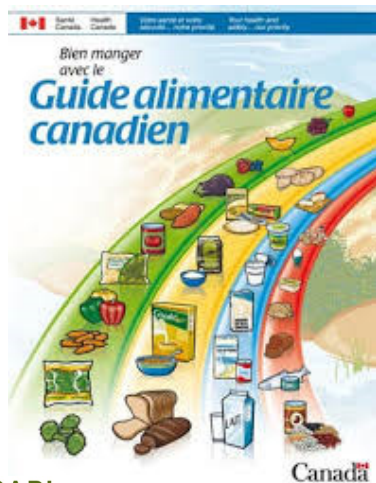


McKinsey&Company

33

Mais les traditions changent : Guide alimentaire canadien

Avant (2007)



Aujourd'hui (2019)



L'avenir?



34

Mes conclusions

1. Dans l'avenir, il y aura toujours la demande pour les steaks de veaux de Mooana.
2. Mais les demandes du consommateur changent.
3. Le consommateur aura plus de choix de protéines "pur" et en "combo".
4. Il faut faire de la place pour toute protéine à table.
5. Et alors, il sera difficile de continuer le "business as usual".
6. L'innovation et l'investissement seront nécessaires de valider les caractéristiques requises par le consommateur.
7. Le Canada doit maintenir et monétiser ces avantages compétitifs dans le secteur des protéines animales.



35



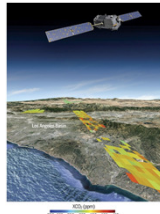
**L'ICPA – pourrions-nous
vous aider?
Je vous remercie de votre
attention.**

✉ buckinghamd@capi-icpa.ca

🌐 www.capi-icpa.ca 🐦 @CdnAgriFood 📘 @CdnAgriFood



Monetizing “trust” will require accountability, transparency & authenticity throughout the production system



Traceability

- unlocks value in provenance, ethics, health & sustainability
 - Maple Leaf Foods multi-year trial of DNA traceability – only imported branded pork in a major Japanese supermarket at the time

Identity and authenticity

- Reduces food fraud & specific pathogen ID & tracks new life forms
 - linked to International Bar Code of Life in use by Canadian Food Inspection Agency

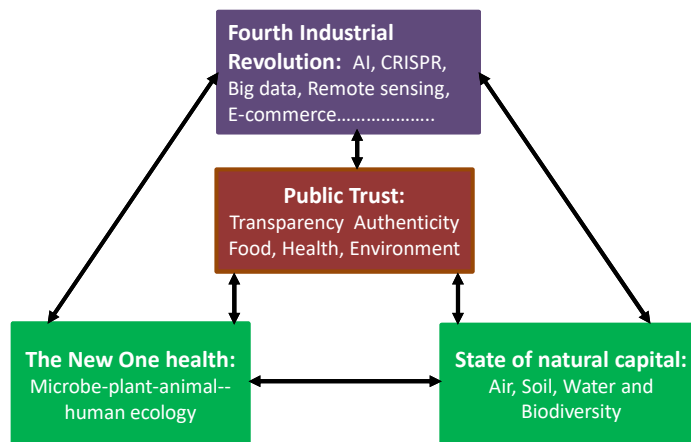
Transparency

Remote sensing provides field level results for GHG production or mitigation

- Will lead to a value for sustainability

37

The road to clean growth: Integration of science and policy research and industry practices



38