



CCWG Wool Market and Business Update – Fall 2019

2018 / 19 Wool Market Update

The wool market has been experiencing quite a rough ride for the current wool marketing year. During the first quarter the market seemed to be on track for stable conditions with both fine wool and crossbred types achieving reasonable prices and demand. There were expectations at the time that good progress was being made for a new China / USA trade agreement.

This situation however was short lived from April onwards as a number of factors came into play. Traditionally the market for wool is at its best and consumer confidence is greatest when there is positive growth in global economies and a stable worldwide political environment. The current situation of widespread indecision and uncertainty has had a detrimental effect on all value chain partners within the entire wool textile industry. China is the world's largest market for woollen garments of which approximately 45% is for domestic consumption and the remaining 55% for export. The escalation of the China / USA trade conflict, with time lines for increased tariffs put in place by both sides has had a major negative impact on the market.

Wool prices have been quite volatile which has created chaotic conditions for mills and the consequences of de-valued inventories. In August the Australian market dropped by more than 35%, the market has since managed to claw back some of these losses in September and October. For several months mills in China have been operating on reduced production schedules from 30% to 60%. Due to weak demand, stocks throughout the entire wool textile pipeline have been building in China and around the globe. Cash flow has been very much restricted as a result. European processors have reported that consumer demand has dropped by more than 20 percent, again due to trade and economic uncertainty from the trade war and other problems such as Brexit and tensions in the Middle East. Due to the overall state of the global economic situation, consumers are spending less on clothing which is affecting the entire global textile sector. Consumer confidence throughout China, Europe and other major economies has been severely affected by trade and fears of a worldwide recession.

Most of the major wool producing countries have experienced declines in wool exports of approximately 10% to 15% compared to a year ago which is mostly attributable to weaker global demand for wool. In Australia there has been no relief in the severe drought conditions that have existed for quite some time. Wool production has been hit hard due to these difficult seasonal conditions as producers have been forced to de-stock due to feed shortages. Wool production in Australia has declined by 14% compared to a year ago and there has been a downward trend now for several years. In NZ sheep numbers also continue to decline and wool production is lower by 2.5% compared to a year ago.

The Nanjing Wool Market Conference was recently held in Qufu, Shandong China where 500 representatives from 26 countries attended. The conference is an annual meeting of the global wool industry that facilitates discussion on current industry issues, future developments and market opportunities. The general consensus at the conference was that wool prices are likely to remain volatile for the next few months and possibly into 2020 before a more sustained and modest improvement will occur. A bright spot for the Chinese industry has been the popularity of two new star products that utilize significant fine wool and some broader wools to a lesser degree. Double sided wool fabric and fake faux fur (replicating wool for fur) for winter coats have been selling very well in the Chinese domestic market, examples are attached to this report.

In terms of Canadian wool production, a 9.7% increase was recorded compared to the previous wool marketing year. This is a good sign and we are hopeful for stable wool production in Canada. However, continuing drought conditions in certain parts of the country is a big concern due to the associated increased feed costs and flock reductions or dispersals that have been occurring. At the time of this writing we have marketed approximately 60% of the current year's wool production. Under normal trading conditions we would expect to be further sold by this time of year. With the present difficult wool marketing conditions that prevail we will continue with a patient and disciplined wool marketing approach to our regular established markets as opportunities arise. Our top three export destinations for Canadian wool in 2019 will be China, Egypt and Czech Republic.

It is worth noting that the well prepared wool clips are always easier to market when times are tough compared to inferior quality wools that contain faults such as high vegetable matter, poor colour etc.

CCWG Livestock Supplies, the Real Wool Shop and Premier Choix Agricole represent the retail brands that have served the company well. This business continues to grow and achieve favourable results. Sales increased by 6.7% compared to the previous year and net profitability increased by 9.7%. Significant investment is being allocated to improving the companies online platform as this part of our business continues to expand. In order to maximize social media marketing opportunities and for future business planning and development, a marketing consultant will be providing recommendations for consideration on these initiatives.

We wish to recognize James McNeely, Wool Superintendent and Donna Zeman, Executive Director who are two long time company employee's that are taking well deserved retirement. On behalf of all of us we thank you for your many years of loyal and dedicated service. Best wishes to both of you for many years of happy retirement.

Sincere thanks is also expressed to all staff, directors and our loyal customers for contributing to our continued success in this our 101st year of business.

Respectfully submitted,

Eric Bjergso
General Manager

Mise à jour d'affaires et du marché de la laine de la CCWG – automne 2019

Mise à jour du marché de la laine 2018-19

Le marché de la laine a connu une période assez difficile lors de la campagne actuelle de commercialisation de la laine. Au cours du premier trimestre, le marché semblait être sur la bonne voie afin de maintenir des conditions stables pour la laine fine ainsi que la laine

grossière, lesquels atteignaient des prix et une demande raisonnables. À ce moment, on s'attendait à de bons progrès pour un nouvel accord commercial entre la Chine et les États-Unis.

Cette situation a toutefois été de courte durée, à compter d'avril, un certain nombre de facteurs sont entrés en jeu. Traditionnellement, le marché de la laine est à son meilleur et la confiance des consommateurs est la plus grande lorsqu'il y a une croissance positive dans les économies mondiales et un environnement politique mondial stable. La situation actuelle d'indécision et d'incertitude a eu un effet néfaste sur tous les partenaires dans l'ensemble de l'industrie de la laine. La Chine est le plus grand consommateur mondial pour les vêtements en laine. Environ 45 % sont destinés à la consommation à l'intérieure du pays, tandis que 55 % sont destinés à l'exportation. L'escalade du conflit commercial entre la Chine et les États-Unis, avec les délais et l'augmentation des droits de douanes mis en place par les deux parties, a eu un impact négatif majeur sur le marché.

Les prix de la laine ont été assez instables, ce qui a créé des conditions chaotiques pour les moulins et a entraîné une dépréciation de la valeur des inventaires de laine. En août, le marché australien a chuté de plus de 35 %. Le marché a réussi à récupérer une partie de ces pertes en septembre et en octobre. Depuis plusieurs mois, les usines chinoises ont réduit leurs productions de 30 à 60 %. En raison de la faible demande de laine, les inventaires se sont accumulés dans l'ensemble du réseau des textiles en Chine et à travers le monde entier. Par conséquent, les flux de trésorerie ont été très limités. Les transformateurs européens ont signalé que la demande des consommateurs a chuté de plus de 20 %, encore une fois en raison de l'incertitude commerciale et économique découlant de la guerre commerciale et d'autres problèmes comme le Brexit et les tensions au Moyen-Orient. En raison de l'état général de la situation économique mondiale, les consommateurs dépensent moins sur l'habillement, ce qui affecte l'ensemble du secteur mondial des textiles. La confiance des consommateurs en Chine, en Europe et dans les autres grandes économies, a été gravement affectée par le commerce et les craintes d'une récession mondiale.

La plupart des principaux pays producteurs de laine ont connu des baisses d'exportations de laine d'environ 10 à 15 % par rapport à l'an dernier, ce qui est principalement attribuable à la baisse de la demande mondiale de la laine. En Australie, il n'y a eu aucun répit des conditions sévères de sécheresse qui persistent depuis un bon bout de temps. La production de laine a été durement touchée en raison de ces conditions saisonnières difficiles; les producteurs ont été forcés de diminuer leurs cheptels en raison de la pénurie d'aliments pour les animaux. La production de laine en Australie a diminué de 14 % par rapport à l'an dernier. Cette tendance à la baisse ce produit depuis plusieurs années. En Nouvelle Zélande, le cheptel ovin continu également à diminuer et la production de laine est de 2,5 % inférieur à l'année précédente.

La conférence du marché de la laine de Nanjing a récemment eu lieu à Qufu, Shandong, en Chine, où 500 représentants de 26 pays ont participé. La conférence est une réunion annuelle de l'industrie mondiale de la laine qui facilite la discussion sur les enjeux actuels de l'industrie, les développements futurs et les débouchés commerciaux. Le consensus général à la conférence a été que les prix de la laine sont susceptibles de rester instables pour les prochains mois et peut-être jusqu'en 2020 avant qu'une amélioration plus

soutenue et modeste se produira. Un bon point pour l'industrie Chinoise a été la popularité de deux nouveaux produits vedettes qui utilisent beaucoup de laine fine et un peu de laine grossière. Du tissu de laine double face et de la fausse fourrure (réplication de laine pour de la fourrure) utilisés pour manteaux d'hiver se vendent très bien sur le marché intérieur chinois. Des exemples sont joints au présent rapport.

En ce qui concerne la production de la laine canadienne, une augmentation de 9,7 % a été enregistrée par rapport à l'année de commercialisation précédente. C'est un bon signe et nous espérons que la production de laine sera stable au Canada. Toutefois, les conditions de sécheresse persistantes dans certaines régions du pays sont très préoccupantes en raison de l'augmentation des coûts des fourrages et de la réduction ou de la dispersion des troupeaux. Au moment de la rédaction de ce document, nous avons commercialisé environ 60 % de la production de laine de l'année en cours. Dans des conditions commerciales normales, on aurait vendu d'avantage à cette période de l'année. Compte tenu des conditions actuelles difficiles de commercialisation de la laine qui prévalent, nous continuerons d'adopter une approche patiente et disciplinée de commercialisation de la laine sur nos marchés établis au fur et à mesure que des occasions se présenteront. Les trois principales destinations de la laine canadienne en 2019 seront la Chine, l'Égypte et la République de Tchèque. Il est bon de noter que les toisons de laine bien préparées sont toujours plus faciles à commercialiser lors de moments plus difficiles par rapport aux laines de qualité inférieure qui contiennent beaucoup de matière végétale, une couleur foncée, etc.

La CCWG Livestock Supplies, the Real Wool Shop et Premier Choix Agricole représentent les marques de détail qui ont bien servi l'entreprise. Cette entreprise continue de croître et d'obtenir des résultats favorables. Les ventes ont augmenté de 6,7 % par rapport à l'année précédente et la rentabilité nette a augmenté de 9,7 %. Des investissements importants sont consacrés à l'amélioration du site Web en ligne car cette section de nos activités continue de prendre de l'expansion. Afin de maximiser les occasions de marketing dans les médias sociaux et pour la planification et le développement des activités futures, un conseiller en marketing formulera des recommandations à l'égard de ces initiatives.

Nous tenons à rendre hommage à James McNeely, surintendant de la laine, et à Donna Zeman, directrice exécutive, qui sont deux employés de longue date de l'entreprise qui prennent leur retraite bien méritée. Au nom de tous, nous vous remercions pour vos nombreuses années de services, votre loyauté et votre dévouement. Meilleurs souhaits à tous les deux pour de joyeuses années de retraite.

Des remerciements sincères sont également adressés à tout le personnel, aux directeurs et à nos clients fidèles pour avoir contribué à notre succès continu en cette 101^e année d'affaires.

Respectueusement soumis,

*Eric Bjergso
Directeur général*