

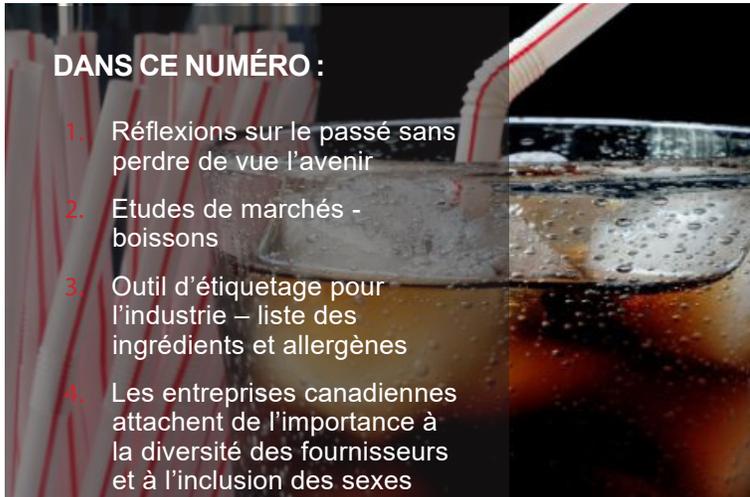
# EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

## ÉDITION BOISSONS

### DANS CE NUMÉRO :

1. Réflexions sur le passé sans perdre de vue l'avenir
2. Etudes de marchés - boissons
3. Outil d'étiquetage pour l'industrie – liste des ingrédients et allergènes
4. Les entreprises canadiennes attachent de l'importance à la diversité des fournisseurs et à l'inclusion des sexes
5. Bienvenue Marshall Gallardo Casteneda
6. Gros plan sur un projet de TFO Canada - Mise en oeuvre d'un programme de partenariat sur le café avec Tim Hortons
7. Aperçu des activités de TFO Canada
8. Mission commerciale accomplie : les superaliments pénètrent sur le marché canadien



### RÉFLEXIONS SUR LE PASSÉ SANS PERDRE DE VUE L'AVENIR

Quand je pense à tout ce que nous avons accompli ensemble, je me réjouis de l'impact positif que nous avons dans bien des parties du monde. Nous devrions être fiers de nos réalisations, même s'il y a encore beaucoup que nous pouvons et allons faire.

J'ai du mal à croire que mon arrivée à TFO Canada date d'il y a deux ans déjà. Depuis, j'ai été témoin d'un certain nombre de projets, d'événements et d'activités extraordinaires, qui ont tous pour but d'améliorer les conditions

### WEBINAIRES À VENIR

[7 Tips to Help you Close Deals on ConnectAmericas \(en anglais\)](#)

26 janvier 2017 at 12:00 pm

[Tools to Enhance Financial Capability to Export your Products \(en anglais\)](#)

1 mars 2017 at 10:30 am

[Services en ligne de TFO Canada \(en français\)](#)

16 mars 2017 at 9 am

[Servicios en línea de TFO Canada \(en español\)](#)

6 avril 2017 at 13:00 pm

# RÉFLEXIONS SUR LE PASSÉ SANS PERDRE DE VUE L'AVENIR

de vie grâce à des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs des pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers.

Depuis mon entrée en fonction à TFO Canada, j'ai aussi eu le privilège de rencontrer en personne un grand nombre d'entre vous. Le fait de me rendre en Amérique centrale à deux reprises m'a donné l'occasion de visiter deux nations asiatiques et j'ai récemment été dans quatre pays d'Afrique. Chaque fois, j'ai été frappé par l'esprit d'initiative qui existe dans de nombreuses parties du monde. Ensemble, nous faisons une différence et réussissons à atteindre des objectifs de développement par le biais du commerce international.

À l'avenir, vous pourrez compter sur TFO Canada pour continuer à déterminer comment le commerce international peut être un vecteur de développement équitable et durable. Notre intention est de fournir, grâce à nos activités de promotion commerciale, nos programmes de formation, nos services d'accès au marché et d'acquisition des compétences, et les renseignements que nous fournissons aux exportateurs des pays en développement, aux importateurs canadiens et aux institutions de soutien au commerce, des outils pratiques qui donnent à tous les moyens de réussir au Canada et à l'étranger.

L'équipe de TFO Canada vous souhaite de joyeuses Fêtes et une année 2017 prospère et fructueuse sur le plan du commerce international.

## Steve Tipman

Directeur général  
TFO Canada

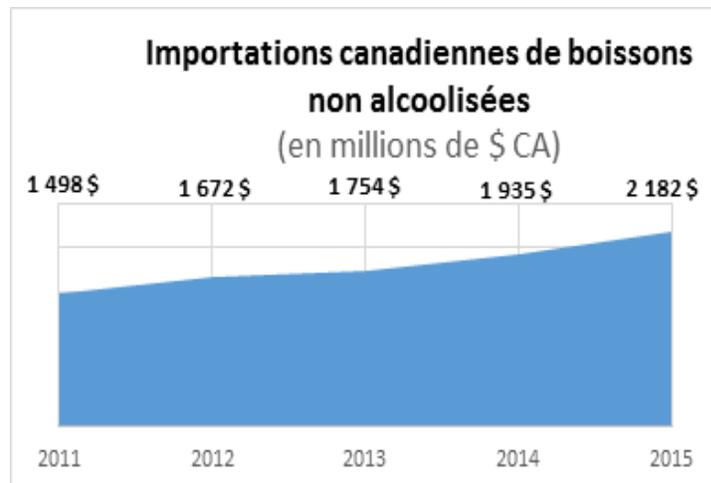


## ETUDES DE MARCHÉS - BOISSONS

Selon Statistique Canada, il s'est vendu pour plus de 10 G\$ de boissons non alcoolisées au Canada en 2015. En dépit d'une consommation élevée, les ventes de boissons au Canada ont augmenté de moins de 1 % au cours des cinq dernières années. En fait, la consommation réelle de boissons au Canada a diminué de 4 % depuis cinq ans, passant de 98 litres par personne en 2011 à 82 litres en 2015. La consommation de boissons gazeuses a particulièrement diminué

uniques et de nouveaux ingrédients. Les importations représentent environ 20 % du marché des boissons non alcoolisées au Canada. Leur valeur a augmenté de 10 % entre 2011 et 2015. Les boissons non alcoolisées importées proviennent avant tout des États-Unis, qui comptent pour environ 72 % de toutes les importations. Les cinq principaux pays en développement soutenus par TFO Canada auprès desquels le Canada s'approvisionne en boissons sont le Chili (0,7 %), les

Philippines (0,7 %), le Mexique (0,6 %), le Costa Rica (0,2 %) et l'Équateur (0,2 %). Le code SH 220290 représente la principale catégorie de boissons non alcoolisées importées, à l'exclusion des jus de fruits et de légumes qui comptent pour plus de 32 % de toutes les boissons non alcoolisées



depuis 10 ans au pays en raison du vieillissement de la population et de la demande pour des substituts plus sains et moins sucrés comme l'eau et le thé prêt à consommer. Les produits qui procurent certains bienfaits pour la santé devraient impérativement les faire valoir dans leur marketing. Au Canada, les millénaires ont tendance à être plus téméraires et à essayer des saveurs

importées au Canada. Le code SH 220290 inclut les boissons à base de soja, le vin et la bière non alcoolisés, les boissons biologiques et les breuvages chocolatés. Les importations dans cette catégorie ont affiché une progression inégalée de 20 % au cours des cinq dernières années.

Consulter le rapport complet à <http://www.tfocanada.ca/mip.php?>

### Conseil commercial de Tipman

La plupart des acheteurs qui traitent avec des fournisseurs internationaux n'aiment pas les surprises. Ils s'attendent à ce que le produit acheté corresponde exactement aux spécifications convenues ou à l'échantillon fourni. Les changements éventuels devraient être communiqués à l'avance et convenus avant que l'expédition ne parvienne aux installations des acheteurs.

## OUTIL D'ÉTIQUETAGE POUR L'INDUSTRIE – LISTE DES INGRÉDIENTS ET ALLERGÈNES

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) examine continuellement les règlements et les lois qui régissent les aliments produits et importés au Canada. L'ACIA, qui s'efforce de moderniser et de rendre plus convivial l'étiquetage des aliments, a un « outil d'étiquetage pour l'industrie » sur son site Web. Cet outil, qui se veut une référence en matière d'étiquetage des aliments, fournit entre autres des renseignements sur les produits alimentaires qui exigent une étiquette, l'étiquetage des aliments pour différents secteurs et des listes d'ingrédients. La liste des ingrédients et allergènes pourrait intéresser les fournisseurs étrangers. Elle donne des renseignements exhaustifs notamment sur les exigences, les attentes en matière de déclaration et les types d'additifs. Pour en savoir davantage sur les conditions d'étiquetage des aliments reliées aux allergènes et aux ingrédients, visitez <http://www.inspection.gc.ca/aliments/etiquetage/l-etiquetage-des-aliments-pour-l-industrie/liste-d-ingredients-et-allergene/fra/1383612857522/1383612932341>

Agence canadienne  
d'inspection des aliments

Canadian Food  
Inspection Agency

RESSOURCE POUR L'INDUSTRIE

### ÉTIQUETAGE DES ALLERGÈNES ALIMENTAIRES

Si vous vendez ou produisez un **aliment emballé** contenant des **allergènes alimentaires prioritaires**, des **sources de gluten** ou des **sulfites ajoutés**, alors votre produit est probablement visé par l'**étiquetage des allergènes**.

**Comment mentionner** la présence d'allergènes :

Dans la liste des **ingrédients**

**Ingrédients** : Pommes, Pâte à tarte [Farine (blé), Shortening, Albumen liquide (œuf), Sel], Sucre, Farine, Jus de citron, Lait entier, Cannelle.  
Peut contenir des pacanes.

OU

Dans la mention « **Contient** »

**Ingrédients** : Pommes, Pâte à tarte [Farine, Shortening, Albumen liquide, Sel], Sucre, Farine, Jus de citron, Lait entier, Cannelle.  
**Contient** : Blé, Œuf, Lait.  
Peut contenir des pacanes.

## LES ENTREPRISES CANADIENNES ATTACHENT DE L'IMPORTANCE À LA DIVERSITÉ DES FOURNISSEURS ET À L'INCLUSION DES SEXES

Les PME exportatrices appartenant à des minorités et des femmes devraient se tourner vers des entreprises qui ont des programmes de diversité des fournisseurs pour les aider à exporter au Canada. Les sociétés avec des politiques d'approvisionnement qui incluent la diversité de race et de sexe peuvent voir l'intérêt d'une PME d'un pays en développement pour leurs activités. Elles retirent de la valeur en achetant des produits à des fournisseurs appartenant à des minorités et des femmes, car cela leur permet d'avoir accès à un bassin de clients plus vaste. Les PME appartenant à des femmes offrent une perspective unique aux acheteurs qui pourraient avoir été ignorés par des compagnies plus importantes appartenant à des hommes, et les PME sont habituellement plus agiles et peuvent réagir plus vite aux exigences changeantes des consommateurs.

Il existe un certain nombre d'initiatives au Canada qui encouragent la diversité des fournisseurs. [Supplier Diversity Alliance Canada](#) (SDAC) soutient les gouvernements, les entreprises et les principales parties prenantes, et les informe sur l'importance d'avoir des politiques et des pratiques d'approvisionnement inclusives grâce à la diversité des fournisseurs. Cette initiative a été lancée le 9 novembre 2016. [Supplier Diversity Canada](#) est une autre initiative qui vise à promouvoir la diversité et l'inclusion commerciales au Canada en introduisant davantage d'entreprises appartenant à des femmes, des Autochtones, et des membres des minorités et de la communauté LGBT dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises et les marchés gouvernementaux.

### BIENVENUE MARSHAL CALLARDO CASTENEDA

Marshall Gallardo Castaneda est le directeur de programme de TFO Canada et est responsable de la mise en œuvre du projet d'accès au marché canadien et de renforcement des capacités de l'organisation. Marshall apporte à TFO Canada plus de 10 ans dans le secteur sans but lucratif, où il a géré et mis en œuvre des programmes de développement économique communautaire au Canada, en Amérique latine et dans les Caraïbes. Marshall parle couramment l'espagnol, l'anglais et le français et il travaille actuellement sur l'apprentissage du japonais.

Marshall Gallardo Castaneda  
 Directeur de Programme  
 Tel: (613) 233-3925 ext. 28  
 Email: [marshall.gallardo@tfoCanada.ca](mailto:marshall.gallardo@tfoCanada.ca)



# GROS PLAN SUR UN PROJET DE TFO CANADA – MISE EN ŒUVRE D’UN PROGRAMME DE PARTENARIAT SUR LE CAFÉ AVEC TIM HORTONS

## RÉUNION DU COMITÉ TECHNIQUE ET VISITES SUR LE TERRAIN DANS LE CADRE DU PROGRAMME DE PARTENARIAT TFO CANADA-TIM HORTONS, GUATEMALA CITY, 3-5 OCTOBRE 2016

6 000 familles de cultivateurs de café. Le programme a notamment pour objectif d’accroître l’égalité des sexes dans les régions agricoles grâce à une plus grande participation des femmes, y compris dans des rôles de leadership et dans des organisations agricoles, et d’une plus grande sensibilisation aux enjeux liés aux sexes dans les ménages.

Lidia Karamaoun, notre gestionnaire principale de projet, a été à Guatemala City du 3 au 5 octobre 2016 pour assister à la troisième réunion du comité de travail technique et effectuer des visites sur le terrain. La réunion, qui était organisée et présidée par TFO Canada sous l’égide de Volcafe, s’est tenue à Guatemala City le 3 octobre. De nombreux employés locaux de HRNS et Technoserve, les deux partenaires de mise en œuvre, et de Volcafe y ont pris part. Maintenant que le programme est à moitié implanté, les partenaires ont échangé des renseignements, expériences, résultats, jalons et leçons apprises sur les progrès de la mise en œuvre sur le terrain et des approches différentes. Il a été notamment question de formation en agronomie (rendements, qualité, PAB), gestion environnementale, en mettant particulièrement l’accent sur les pratiques d’adaptation aux changements climatiques, le soutien du développement organisation-

nel des agriculteurs, la formation des jeunes et la préparation sur l’égalité des sexes.

Lidia a eu l’occasion, pendant ses visites sur le terrain au Guatemala, de constater par elle-même les progrès de l’objectif en matière d’égalité des sexes, entre autres : 43 % des femmes formées sont des jeunes, 47 % des organismes agricoles ont des femmes à des rôles de leadership et la formation des hommes sur « la masculinité » qui est bien reçue. Lidia a pu observer le personnel technique et les agriculteurs qui bénéficient du programme et interagir avec eux. Les visites des communautés agricoles dans les deux régions visées par le projet – El Progreso and Chimaltenango – ont été organisées par les partenaires locaux. La visite de San José Poaquil et Comalapa, dans le Chimaltenango, a été organisée par HRNS, Llano Largo et Los Planes, dans la région de El Progreso, par Technoserve.

La réunion du comité technique et les visites sur le terrain ont été une excellente occasion de surveiller le projet, en discutant en personne et en apprenant des personnes directement impliquées dans la mise en œuvre sur le terrain, et de rencontrer les bénéficiaires pour avoir leur rétroaction sur les résultats du programme.



Producteurs de café à la pépinière de la communauté Parexchej au Guatemala

TFO Canada est en train de mettre sur pied avec Tim Hortons un programme de partenariat sur le café au Guatemala et au Honduras; voyez les détails ici. Le programme bénéficie du soutien financier du gouvernement canadien par l’intermédiaire d’Affaires mondiales Canada et de contributions financières permanentes de Tim Hortons. Le projet de quatre ans (2014-2018) va fournir une assistance technique et une formation à

## APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

### TOURNÉE ARTISAN HUB

3-5 OCTOBRE, 21 OCTOBRE ET 14-16 NOVEMBRE 2016

Amandine Gakima, Zaki Munshi, Stéphanie O’Brien et l’associé Jacques Nadeau de TFO Canada ont présenté le salon Artisan Hub à Montréal, Toronto et Vancouver.

À Montréal, le salon s’est tenu à ETHIK BGC où plus de 30 designers et importateurs locaux ont assisté à l’événement de trois jours pour voir les offres, les compétences et le savoir-faire traditionnels uniques, pour se renseigner sur le projet et pour donner leur avis sur les échantillons.

À Toronto, les échantillons ont été exposés au Musée du textile le 21 octobre 2016. M. Nadeau a présenté le projet, les pays sélectionnés et les compagnies participantes à plus de 30 importateurs et designers canadiens dont Robin Kay, La Baie, Far & Wide Collective et la Seneca School of Fashion, qui ont donné aux organisateurs une rétroinformation utile sur les produits.

Le dernier salon s’est tenu au Terminal City Club de Vancouver. Le 14 novembre, une conférence a aussi été organisée en collaboration avec la Fondation Asie-Pacifique du Canada et le Centre de recherches pour le développement international (CRDI) afin de présenter le projet Artisan Hub. À cette occasion, le Dr Rafat Alam, chercheur au CRDI et professeur à l’Université McEwan, a parlé des défis et des débouchés de l’exportation de tissus spécialisés du Bangladesh au Canada.



Artisan Hub à Toronto 21 Octobre 2016

## APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA CONTINUÉ

### FORMATION TECHNIQUE POUR LES FORMATEURS : ATELIERS AU CANADA POUR LES INSTITUTIONS QUI SOUTIENNENT LES RELATIONS COMMERCIALES DANS LE CADRE DE L'ALLIANCE DU PACIFIQUE

OTTAWA, 24-28 OCTOBRE 2016



Dans le cadre du projet Améliorer l'accès aux marchés et la préparation aux exportations des PME de l'Alliance du Pacifique, TFO Canada a donné un séminaire technique à 20 agents commerciaux représentant PROCHILE, PROCOLOMBIA, PROMEXICO et PROMPERU.

Le séminaire comprenait cinq ateliers d'une journée portant sur différents thèmes reliés à l'accès au marché canadien, aux règles et aux sujets essentiels comme l'inclusion des sexes, la responsabilité sociale d'entreprise, les normes de travail et une bonne intendance environnementale. Des représentants gouvernementaux, consultants et experts ont tenu des séances pratiques pendant la semaine de formation.

### SÉMINAIRE SUR LE MARCHÉ CANADIEN, SAN PEDRO SULA

HONDURAS, 23 NOVEMBRE 2016



La Camara de Comercio e Industrias de Cortes en Honduras a donné des présentations sur le module 1 « Les services de TFO Canada et le marché canadien » de la formation « Accès des exportateurs au marché canadien » aux exportateurs honduriens de café, cacao et chocolat, marmelade et confitures, collations et sauces.

### APERÇU DU SÉMINAIRE CANADIEN SUR LE MARCHÉ DU THÉ ET OUTILS D'INFORMATION POUR LE COMMERCE

16 NOVEMBRE, 2016

Le 16 novembre, Alma Farias et Clarecia Christie de TFO Canada ont accueilli plus de 14 représentants commerciaux de 13 pays : Malaisie, Équateur, Pérou, Jamaïque, Indonésie, Colombie, Costa Rica, Sri Lanka, Vietnam, Mongolie, Philippines, Afghanistan et Thaïlande. Il s'agissait d'un séminaire sur le marché du thé au Canada avec une séance de navigation sur les services d'information commerciale en ligne de TFO Canada.



### SÉMINAIRES SUR L'EXPORTATION AU CANADA EN OUGANDA, EN ZAMBIE ET AU MOZAMBIQUE

30 NOVEMBRE-8 DÉCEMBRE 2016

Les exportateurs en Ouganda, en Zambie et au Mozambique ont reçu de l'information sur le marché canadien et la façon d'y accéder avec leurs produits. Il a aussi été question des mesures incitatives proposées dans le cadre de l'initiative d'accès au marché canadien comme l'accès franc de droits et sans contingents dont ces pays jouissent et qui donnent aux fournisseurs un avantage sur la concurrente.

Le directeur général et la gestionnaire de projet, Afrique de TFO Canada ont tenu ces séminaires dans les villes et aux dates suivantes :



1. Kampala, Ouganda, 30 novembre, en présence de 54 exportateurs et institutions de soutien au commerce
2. Lusaka, Zambie, 5 décembre, en présence de 40 exportateurs et institutions de soutien au commerce
3. Maputo, Mozambique, 8 décembre, en présence de 20 exportateurs et institutions de soutien au commerce

### TOURNÉE PÉRUVIENNE SUR LE COMMERCE ET LES INVESTISSEMENTS

26 OCTOBRE 2016

Alma Farias, la représentante régionale de TFO Canada à Toronto, a assisté à une tournée péruvienne le 26 octobre et a fait à cette occasion une présentation sur les services d'information de l'organisme.



# UNE ENTREPRISE DOMINICAINE INTRODUIT DES PRODUITS ALIMENTAIRES EXOTIQUES À VALEUR AJOUTÉE SUR LE MARCHÉ CANADIEN

À mesure qu'un nombre croissant de personnes adoptent un mode de vie plus sain, on observe un changement au niveau des régimes alimentaires qui incluent désormais des aliments, tels que le quinoa, qui procurent de meilleurs nutriments à l'organisme. Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le quinoa est la céréale qui procure le plus de nutriments par 100 calories, qui ne contient pas de cholestérol et qui ne provoque aucune allergie. Il est sans gluten et a une teneur relativement faible en matières grasses. Le quinoa est considéré comme un superaliment, à tel point que l'année 2013 a été célébrée comme « l'Année internationale du quinoa. » La Bolivie et le Pérou sont les principaux producteurs de quinoa, avec 95 % de la production mondiale. Cela fait du quinoa un excellent produit pour le commerce international. En restant fidèle à sa mission d'amener les importateurs et les exportateurs à faire des affaires ensemble, TFO Canada a proposé son aide à la société Irupana Andean Organic Foods en vue de lui permettre de participer au SIAL 2015 de Toronto, dans le cadre du Mécanisme réactif de TFO Canada. Pour accroître les chances de réussite d'Irupana à ce salon professionnel, TFO Canada a organisé douze rendez-vous avec des importateurs canadiens pour le compte de la société. Irupana Andean Organic Foods est une société exportatrice de quinoa bolivien qui a un grand sens de la responsabilité sociale. Elle fabrique et vend des aliments naturels et biologiques cultivés par les petits exploitants agricoles des communautés indigènes installées dans les régions montagneuses, les vallées et les régions tropicales de la Bolivie.

Outre le fait d'aider les agriculteurs à trouver des marchés pour leurs produits à l'échelle locale et internationale, Irupana leur apprend à cultiver des denrées biologiques. La société est une pionnière en matière de produits biologiques et naturels en Bolivie, et ses activités sont axées sur le quinoa et les produits à valeur ajoutée à base de quinoa, de cañahua et d'amarante. Lorena Nina Jimenez,

représentante d'Irupana à la mission commerciale organisée par TFO Canada pour le SIAL 2015 à Toronto, affirme avoir vécu une expérience unique : « C'était ma première

visite au Canada, et grâce à TFO Canada, j'ai entendu parler du dynamisme du marché canadien et des possibilités d'affaires qui s'y offraient pour mon pays. Un des aspects les plus enrichissants de la mission commerciale a été la chance que nous a accordée TFO Canada de rencontrer directement des acheteurs, afin que nous puissions cerner leurs besoins. Ç'a été une expérience très fructueuse. » TFO Canada a animé une séance d'information sur le marché canadien de l'alimentation à laquelle a assisté Lorena Nina Jimenez. Elle a appris l'existence d'un marché spécial en expansion où les acheteurs sont prêts à payer pour avoir les produits qu'ils recherchent. Elle a également su qu'il était possible pour les entreprises spécialisées dans les produits alimentaires de vendre à ces acheteurs. Un autre aspect

important de l'information qu'elle a retenu concernait la réglementation sur la qualité et l'étiquetage des produits. Jimenez considérait qu'il s'agissait là de renseignements précieux pour elle. Lorsqu'on lui a demandé de livrer ses impressions concernant TFO Canada, elle a répondu sans hésiter : « TFO Canada a un personnel professionnel, très qualifié, chaleureux et amical qui a le



sens de la coopération. Ces personnes savent exactement comment conseiller différentes sociétés, et leur faire connaître différents marchés et acheteurs. TFO Canada accueille des exposants et des acheteurs du monde entier. » L'occasion que TFO Canada a offerte à Irupana a été également bénéfique pour la société d'un point de vue financier. La société a noué des contacts avec 20 importateurs canadiens, dont quatre de la Colombie-Britannique et du Québec sont devenus ses clients. Irupana leur a déjà expédié 80 tonnes de produits. Un autre avantage important retiré par Irupana de sa participation au SIAL 2015 de Toronto est qu'elle sait minimiser les risques, car elle a désormais le Canada comme un nouveau marché regroupant diverses catégories d'acheteurs.

TFO Canada améliore les conditions de vie en tissant des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs de pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers. Nous facilitons l'accès au marché canadien et partageons l'expertise canadienne en matière de commerce avec des entreprises d'exportation appartenant ou gérées par des hommes et des femmes dans les pays en développement, et avec leurs employés. TFO Canada a été établi en 1980 en tant qu'organisme non - gouvernemental sans but lucratif.

Ce bulletin est réalisé avec l'appui financier du gouvernement du Canada par l'entremise des Affaires mondiales Canada.

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2016



Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en développement  
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

130 rue Slater, Suite 1025 Ottawa,  
ON Canada K1P 6E2  
1.613.233.3925 (tél.)  
1.613.233.7860 (fax.)  
1.800.267.9674 (sans frais)  
Courriel: newsletter@tfoCanada.ca