

EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

AFFAIRES COMMERCIALES

DANS CE NUMÉRO

1. 35 ans – Une histoire glorieuse, notre avenir prometteur
2. Document d'information sur l'Initiative d'accès au marché canadien
3. Moderniser la Loi sur la salubrité des aliments au Canada
4. Marché canadien de peaux, produits en cuir et vêtements en cuir
5. Célébration du 35^e anniversaire de TFO Canada : Programme *Design Africa*
6. Aperçu des activités de TFO Canada
7. Les contacts personnels sont toujours de mise dans le monde virtuel



DOCUMENT D'INFORMATION SUR L'INITIATIVE D'ACCÈS AU MARCHÉ CANADIEN

Lancée en 2003, l'Initiative d'accès au marché canadien favorise la croissance économique dans 48 pays les moins avancés dans le monde. L'initiative accroît vos chances de conquérir des marchés au Canada en permettant à vos produits d'entrer en franchise de droits et hors quota, tout en vous donnant un avantage concurrentiel sur ces marchés.

Suite à la page 3

WEBINAIRES À VENIR

**Services en ligne de
TFO Canada**

[Anglais](#) - 22 juin 2015 à
8 h 00 (HAE)

[Espagnol](#) - 27 août 2015 à
13 h 00 (HAE)

[Français](#) - 3 septembre
2015 à 8 h 00 (HAE)

[Como Exportadores
pueden beneficiarse de La
Corporación de Solución
de Controversias sobre
Frutas y Hortalizas \(DRC\)
en Canadá](#)

(en espagnol seulement)

12 août 2015 à 11 h 00
(HAE)

35 ANS – UNE HISTOIRE GLORIEUSE, NOTRE AVENIR PROMETTEUR

Vous souvenez-vous de ce qui s'est passé il y a 35 ans? Le plus grand film sur la planète « Star Wars : L'Empire contre-attaque » est sorti, le casse-tête « Rubik's Cube » et le jeu vidéo « Pac-Man » ont été lancés pour la première fois sur le marché, CNN est devenue la première chaîne d'information à diffuser 24 heures sur 24 et le Japon a vu l'arrivée de son premier télécopieur. Il y a 35 ans, le monde entier assistait au début de la guerre entre l'Iran et l'Irak, l'ancien chanteur des Beatles, John Lennon, trouvait la mort à l'extérieur de son appartement à New York, et Ronald Reagan était élu président des États-Unis.

Tous ces événements se sont produits en 1980 et ont fait la une des journaux toute l'année. Cependant, il est important de noter qu'un autre événement est survenu en mai 1980, à savoir l'ouverture du premier bureau de TFO Canada. Le Bureau de promotion du commerce Canada (BPCC) a été créé en réponse à l'engagement pris par le Canada aux Nations Unies à la fin des années 70 d'appuyer le renforcement des capacités commerciales des pays en développement. La Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement et l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) a été le moyen pour y parvenir et TFO Canada a dressé la liste de ses clients uniquement sur la base de ceux identifiés en vertu du GATT comme des Pays moins avancés (PMA) et des pays en développement sans littoral (PDSL).

Lorsque je réfléchis aux 35 années d'existence de TFO Canada, le mandat que nous avons en 1980 de lutter contre la pauvreté mondiale en promouvant un développement économique durable à travers des échanges commerciaux avec les pays en développement est toujours de mise en 2015. Cela est particulièrement vrai étant donné que les échanges mondiaux du Canada ont subi une transformation au regard du nombre d'accords conclus, avec le premier accord de libre-échange signé avec les États-Unis qui est entré en vigueur en janvier 1989. À plusieurs égards, ces changements ont offert de plus grandes possibilités aux petites et moyennes entreprises d'analyser la viabilité du marché canadien grâce aux réductions des barrières commerciales.

En portant un regard sur l'avenir, TFO Canada continuera à jouer le rôle de partenaire stratégique qui sert les petites et moyennes sociétés d'exportation et nous les aiderons à tisser des liens forts avec les entreprises canadiennes. Nous continuerons de répondre à la question de savoir comment le commerce mondial peut être déterminant pour un développement équitable et durable. À travers nos activités de promotion du commerce, nos programmes de formation, nos services d'accès au marché et de renforcement des capacités, ainsi que les renseignements que nous fournissons aux exportateurs des pays en développement, aux importateurs canadiens, de même que les institutions de soutien au commerce, notre intention

est de leur offrir des outils pratiques qui permettront à chacun d'avoir les ressources dont il a besoin pour réussir au Canada et à l'étranger.

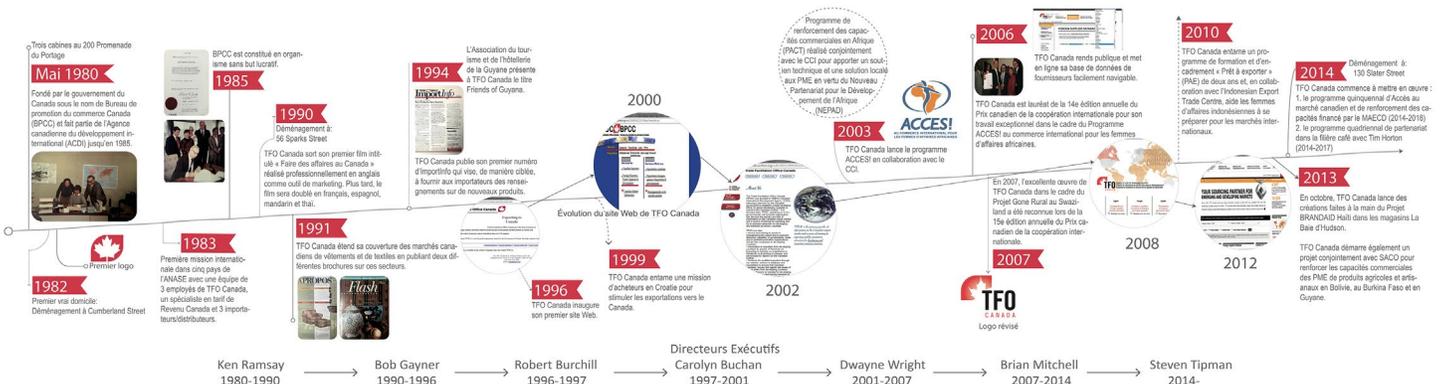
En réfléchissant aux 35 dernières années de TFO Canada, nous pouvons être fiers de ce que nous avons réalisé ensemble. En envisageant l'avenir, vous pouvez être assurés que TFO Canada poursuivra ses efforts visant à faciliter l'accès au marché canadien et partagera son savoir-faire en matière de commerce avec de plus petites sociétés d'exportation appartenant à ou gérées par des hommes ou des femmes, sans oublier les hommes et les femmes qu'elles emploient.



Steve Tipman
Directeur général
TFO Canada

CONSEILS COMMERCIAUX DE TIPMAN

« Ne sous-estimez pas le pouvoir d'Internet. Avoir un bon site Web qui présente votre société sous un aspect positif peut constituer un pas important pour faire bonne impression. Considérez le site comme votre vitrine virtuelle sur le monde. »



DOCUMENT D'INFORMATION SUR L'INITIATIVE D'ACCÈS AU MARCHÉ CANADIEN

Suite de la page 1

L'Initiative d'accès au marché canadien vous permet de :

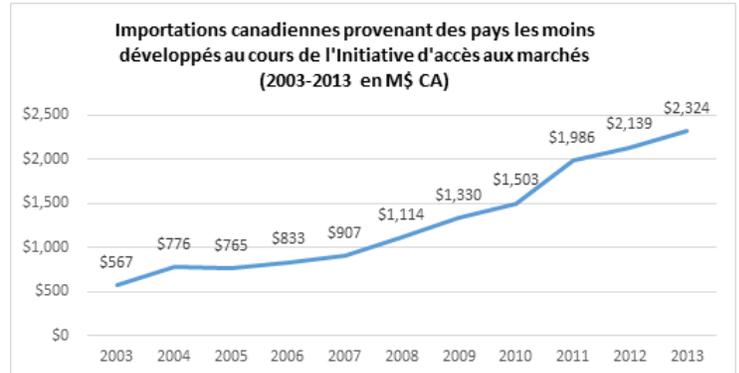
- développer et d'accroître vos activités en faisant du commerce avec le Canada
- bénéficier d'accords commerciaux favorables
- d'avoir un avantage concurrentiel sur le marché canadien
- d'entrer en contact avec des partenaires commerciaux potentiels
- d'apprendre des astuces pour réussir dans le domaine de l'exportation

POURQUOI AVOIR DES ÉCHANGES COMMERCIAUX AVEC LE CANADA?

En tant que 13^e importateur mondial, le Canada constitue un gros marché pour vos produits. La part de l'activité économique du Canada qui dépend du commerce mondial est plus élevée que celle de tout autre pays du G7. Par rapport au nombre d'habitants, les Canadiens importent deux fois autant que les Américains. Le Canada est également un pays bilingue, qui offre des ressources aux exportateurs dans les deux langues officielles, l'anglais et le français.

PRODUITS ADMISSIBLES

La quasi-totalité des produits qui entrent au Canada en provenance des 48 pays en vertu de cette initiative peut entrer en franchise de droits et hors quota. Les seules exceptions sont les produits laitiers, avicoles et d'œufs crus et non transformés.



Sauf les produits minéraux (Codes SH2 26-27 et 71-80)

Source: Industrie Canada, Données sur le commerce en direct, 2014

RÉSULTATS

Le flux des échanges commerciaux avec les 48 pays admissibles a augmenté de manière considérable depuis le lancement de l'Initiative d'accès au marché canadien il y a plus de dix ans. La majorité des importations englobe les marchandises, l'huile brute, le minerai d'aluminium et le caoutchouc. En dehors des minerais, les importations de biens de consommation elles aussi sont en constante augmentation, et ont atteint 2,3 milliards de dollars en 2013. Les biens de consommation les plus populaires sont les textiles, les vêtements, les produits alimentaires, les articles de table, les articles de cuisine, les garnitures de têtes, les tapis, les équipements électriques et électroniques, les articles de sport et les bijoux.

Ces données proviennent du Document d'information sur l'Initiative d'accès au marché canadien de TFO Canada. Les membres inscrits peuvent télécharger l'intégralité du document à www.tfoCanada.ca/mip.php.

MODERNISER LA LOI SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS AU CANADA



L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) s'efforce de moderniser la réglementation sur la salubrité des aliments au Canada au moyen d'une nouvelle Loi sur la salubrité des aliments au Canada. Dans le cadre de cette initiative, l'ACIA regroupera trois lois afférentes à l'inspection en un seul lot de règlements qui s'appliqueront à tous les aliments importés, exportés ou préparés destinés commercial interprovincial au Canada.

La réglementation ciblera quatre principaux volets :

1. l'identification et la délivrance de permis aux sociétés d'alimentation pour leur permettre de mener certaines activités
2. l'amélioration de la surveillance de la salubrité des aliments, en insistant sur la prévention, les bonnes méthodes de fabrication et la certification HACCP
3. la rédaction d'un Plan de contrôle préventif (PCP) pour faire état des dangers et des contrôles préventifs prouvant que les exigences en matière de salubrité des aliments sont respectées
4. la traçabilité afin de suivre l'évolution les aliments en amont et en aval de la chaîne d'approvisionnement

Le Canada est le 6^e importateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires. Durant la dernière décennie, quelques décès causés

par des [aliments ayant fait l'objet d'un rappel](#) ont été répertoriés au Canada, y compris les rappels de produits contenant des épinards contaminés par la salmonelle en 2013. L'ACIA a également noté une augmentation de la présence d'allergènes non déclarés dans les produits alimentaires. L'élimination de ces risques est un facteur clé de la modernisation de la Loi sur la salubrité des aliments au Canada entreprise par l'ACIA. L'Agence a mené des consultations ciblées avec les micros et petites entreprises du Canada, du 17 avril au 30 juin 2015. Selon les prévisions, la nouvelle Loi devrait prendre effet après 2016.

Pour en savoir davantage sur cette initiative et les activités y afférentes, consultez le [site Web](#) de l'ACIA.

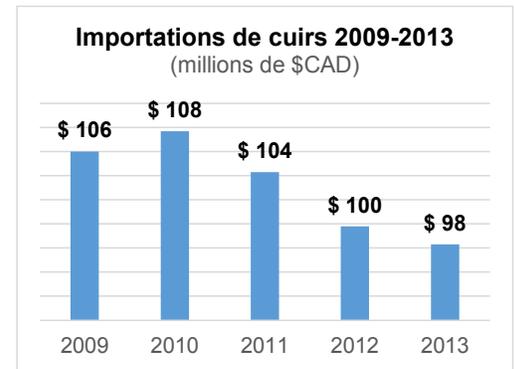
MARCHÉ CANADIEN DE PEaux, PRODUITS EN CUIR ET VÊTEMENTS EN CUIR

Connu pour sa douceur, sa durabilité et l'image de luxe qu'il projette, le cuir est redevenu une tendance de mode au cours des dernières années, qui s'affiche aussi bien sur les podiums que sur les tablettes des détaillants canadiens. Même si les articles classiques comme les vestes, les ceintures et les sacs en cuir sont toujours monnaie courante, de nouvelles créations sont proposées pour toutes sortes d'articles, y compris les robes, les pantalons et les chemises habillées, ainsi que des tons plus subtils de cuir, tels que les manches de manteau ou de pull. Une large gamme de couleurs, de motifs et de textures sont proposés. Cependant, la couleur noire et les couleurs neutres demeurent les plus recherchées.

Les fabricants nationaux de produits en cuir du Canada ont rapporté les ventes les plus importantes qu'ils aient jamais enregistrées en cinq ans en 2013, atteignant un montant total de 430,7 millions de dollars. En outre, le Canada, a importé pour 98,3 millions de dollars de peaux de cuir durant la même année, avec en tête le cuir de bovin tanné (9,2 millions de dollars), les peaux de bovins brutes ou traitées

par saumure (4,3 millions de dollars), les peaux de mouton ou d'agneau tannées (2,1 millions de dollars) et le cuir verni ou métallisé (1,0 million de dollars). Les importations canadiennes de produits en cuir finis et de vêtements ont considérablement augmenté entre 2009 et 2013, atteignant 303 millions de dollars et 267 millions de dollars respectivement. Les produits les plus prisés sont les sacs à main (163 millions), les vêtements (90 millions), les gants (111 millions) et les articles de sports (71 millions) en cuir.

L'Italie demeure le principal fournisseur de cuir des détaillants de produits de luxe, tandis que la Chine se positionne comme une option à faibles coûts. Il existe de bons débouchés pour les exportateurs d'autres pays, au regard des bénéfices enregistrés récemment sur le marché par le Vietnam, l'Indonésie et la Colombie. Bien que les exportateurs doivent respecter une réglementation stricte sur les importations imposée par le Canada en ce qui a trait à l'importation de produits d'origine animale, la plupart des produits en cuir fini et en cuir brut bien traité peuvent entrer dans le pays après une inspection visuelle aux frontières.



Source: Industrie Canada, Données sur le commerce en direct, 2014

Ces données proviennent de l'Étude de marché « Cuir, produits en cuir et vêtements en cuir », réalisée par TFO Canada. Les membres inscrits peuvent télécharger l'intégralité de l'étude à www.tfocanada.ca/mjp.php.

CÉLÉBRATION DU 35E ANNIVERSAIRE DE TFO CANADA : PROGRAMME DESIGN AFRICA



Kpando Pottery, Ghana

Alors que TFO Canada se remémore ses 35 ans de promotion d'un développement économique durable par le biais d'échanges commerciaux avec les pays en développement, le programme *Design Africa* se positionne comme un jalon important. Ce programme a été lancé en 2006, en vue d'aider les artisans et les fabricants d'objets de décoration d'intérieur africains à accroître leurs activités en accédant aux marchés canadiens et internationaux. En ciblant les petites et les moyennes sociétés de sept pays

africains, le programme a offert des séminaires, des formations et des conseils pratiques sur la création de designs destinés à séduire les marchés internationaux. Le programme *Design Africa* doit en partie son succès à la popularité grandissante des créations africaines à travers la planète. Sollicités pour les matériaux naturels qu'ils utilisent, la beauté de leurs finitions et l'attrait haut de gamme de leurs produits, les créateurs africains sont réputés pour la qualité et l'originalité de leur travail. Selon les sociétés ayant participé au programme, la préservation de la riche tradition de design de leurs pays d'origine et un facteur central d'inspiration. Fervents défenseurs de ce patrimoine culturel, les créateurs africains innovent par des effets modernes qui attirent les acheteurs internationaux. Les techniques de tissage à la main des artisans

locaux sont couplées aux formations professionnelles pour améliorer les résultats visés par les collectivités locales, en général, et des femmes, en particulier, à travers leurs sources de revenus. Le programme *Design Africa* a également offert une formation sur le processus de commercialisation d'objets de décoration d'intérieur au Canada. Plusieurs de ces sociétés ont pu exposer leurs produits pendant des salons canadiens consacrés au design, à Montréal et à Toronto, durant lesquels TFO Canada a organisé des rencontres avec les importateurs et les grossistes intéressés à trouver des fournisseurs en Afrique.

Cet extrait est un résumé de l'article consacré au programme *Design Africa* par le Magazine de l'OMPI en août 2008 que vous pouvez consulter à partir du lien suivant : ["Le marché international de la décoration d'intérieur séduit par les créateurs africains"](#)

APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

PROGRAMME D'ÉTUDE AFFÉRENT À L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ CANADIEN : COMMUNICATIONS FINALES

AVRIL 2015

Avec le semestre d'hiver qui prendra fin en avril prochain, TFO Canada a présenté les communications finales d'étudiants de trois universités ayant pris part au programme d'étude afférent à l'entrée sur le marché canadien. Deux équipes d'étudiants en MBA de l'Université Wilfrid Laurier ont participé cette année. La première a présenté les débouchés qui s'offraient à un groupe de producteurs de mangues de la République dominicaine au Canada, tandis que la deuxième équipe a travaillé avec un producteur bolivien de couvertures en tissu d'alpaga pour lui faire des recommandations sur mesure pour son entrée sur le marché canadien. Les étudiants de l'Université de Victoria ont complété les communications de ce semestre, en élaborant une stratégie d'entrée sur le marché pour une société hondurienne spécialisée dans le café.



Présentation des étudiants MBA de l'Université Wilfrid Laurier sur les couvertures en alpaga

MISSION PÉRUVIENNE À L'ACDFL 2015 DE MONTRÉAL

13 AU 17 AVRIL 2015

En collaboration avec l'Association des exportateurs au Pérou (ADEX) et l'Office du commerce du Pérou au Canada (OCEX), basé à Toronto, TFO Canada a organisé une mission d'exportateurs au plus grand salon professionnel du pays consacré aux produits frais, l'ACDFL 2015, à Montréal. Trois sociétés péruviennes ont participé à la mission durant laquelle elles ont proposé une gamme de produits, y compris du gingembre biologique, du curcuma, des avocats de la variété Hass, des grenades, des raisins, des patates douces et des bananes biologiques. La mission a démarré par une tournée chez les grands épiciers et distributeurs de la région de Montréal pour permettre aux participants de

se familiariser avec le marché. Les exportateurs ont eu également droit à une communication de la Corporation de règlement des différends dans les fruits et légumes, ainsi qu'à 45 rencontres interentreprises avec des acheteurs canadiens potentiels.

DEUXIÈME TABLE RONDE D'INFORMATION DES REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX DE TORONTO

23 AVRIL 2015

Sous la présidence d'honneur de la consule générale de la Grenade, l'Honorable Mme C. J. Augustine-Kanu, la représentante régionale de TFO Canada en Ontario, Alma Farias, a organisé la deuxième table ronde d'information des représentants commerciaux basés à Toronto. Clarecia Christie, gestionnaire de projet et responsable des services d'information commercial de TFO Canada, a expliqué la nécessité de se servir des données commerciales pour accéder au marché canadien dans un exposé intitulé « Services d'information commerciale : le commerce mondial à l'ère numérique ». Les participants ont pris part à une rencontre de rétroaction sur les services en ligne de TFO Canada visant à proposer des idées judicieuses pour mieux servir les exportateurs. La table-ronde a enregistré la présence de délégués des pays suivants : Mongolie, Afrique du Sud, Chili, Pérou, Indonésie, Mexique, Grenade, Sri Lanka, Argentine, Équateur, Jamaïque, Uruguay et Vietnam.

MISSION D'EXPORTATEURS AU SIAL 2015 DE TORONTO

26 AU 30 AVRIL 2015

Lors du SIAL 2015 qui s'est déroulé à Toronto, TFO Canada a organisé une mission d'exportateurs fructueuse qui regroupait 70 sociétés venues exposer plus de 193 produits de la Bolivie, de l'Équateur, du Salvador, de l'Indonésie, la Jordanie, le Maroc, Sainte Lucie et la Tunisie au Canada. Les activités englobaient des visites dans 8 points de vente, auxquelles participaient 102 personnes représentant 55 sociétés, ainsi qu'une séance d'information sur le marché des aliments transformés qui s'est caractérisée par les communications de Daniel Miller, directeur exécutif de la Direction de l'importation/l'exportation d'aliments et

de la protection des consommateurs de l'ACIA et de Nugroho Iskandar, directeur régional des opérations aux Canada et les États-Unis de Indofood CBP, Sukses Makmur TBK. TFO Canada a également programmé 256 rencontres interentreprises pour les exportateurs avec 25 importateurs.



Réunions commerciales au stand de TFO Canada, SIAL Toronto 2015

35E ANNIVERSAIRE DE TFO CANADA

20 MAI 2015

TFO Canada a célébré son 35e anniversaire en compagnie de ses anciens directeurs généraux, les membres de son Conseil d'administration, son personnel, ses associés, les responsables des départements ministériels du Canada et les membres du corps diplomatique. Les allocutions de bienvenue ont été prononcées par le président du Conseil d'administration, Paul Hitchfield, suivi du directeur général, Steve Tipman. Son Excellence Sofia Cerrato, ambassadrice du Honduras, a présenté l'historique des actions que menait TFO Canada dans son pays, et le conférencier d'honneur de la soirée, Malcom Brown, sous-ministre du Développement international, des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement a souligné l'importance des programmes novateurs réalisés dans le cadre de la promotion du commerce pour le développement.



35e anniversaire de TFO Canada réunissant les anciens et nouveaux directeurs exécutifs

LES CONTACTS PERSONNELS SONT TOUJOURS DE MISE DANS LE MONDE VIRTUEL

De nos jours, quelle que soit le type d'informations qu'on recherche, on a l'impression de chercher une aiguille dans une botte de foin, et ce, surtout quand on ne sait ni ce qu'on fait ni où trouver ce dont on a besoin. Chaque jour, plus de 2,5 exaoctets de données sont créés, ce qui représente une quantité énorme de renseignements. Mantab, une société d'importation canadienne de fruits et de légumes en conserve de qualité, pense que TFO Canada a un site Web bien conçu sur lequel il est facile de naviguer et de trouver des données commerciales complètes. Martine Nepton, la principale cliente de Mantab, qui s'est rendue au Pérou dans le cadre de la mission commerciale d'Expo Alimentaria organisée par TFO Canada, affirme : « Les échanges avec Bertrand Walle ont été faciles. Nous lui avons expliqué ce que nous attendions de la mission commerciale et il a compris nos besoins. On a senti qu'il était attentif à nos besoins. Il nous a également recommandé des restaurants chics où nous avons dîné avec d'autres Canadiens vivant au Pérou. » Mantab est convaincue que l'organisme de commerce a tenu sa promesse, en faisant plus que ce à quoi pouvait s'attendre Nepton et sa collègue.

Mantab a été contactée pour participer à la mission commerciale, et cela peut s'avérer intimidant lorsque vous faites quelque chose pour la première fois. TFO Canada, à travers son Programme d'accès au marché canadien, a offert un soutien logistique qui a permis aux deux représentantes de la société de participer à l'Expo Alimentaria, au Pérou. L'entreprise reconnaît l'importance de capitaliser les opportunités qui se présentent à elle, et cette mission



Les acheteurs de Mantab discutent des opportunités d'affaires avec la Ministre du Commerce et du Tourisme du Pérou, Magali Silva, à la foire commerciale Expo Alimentaria

a été une grande opportunité pour elle, car sa participation à la mission commerciale conduite par TFO Canada à l'Expo Alimentaria, au Pérou, a permis à ses représentantes de rencontrer leurs clients péruviens qui s'y trouvaient, en plus de dénicher de nouveaux fournisseurs. D'ailleurs, les compétences des fournisseurs présents au salon étaient si exceptionnelles que Mantab a pu commander des produits chez deux fournisseurs pendant le séjour. Lorsqu'elle a reçu la commande de piments de Cayenne, elle a autorisé ses clients à goûter le produit. L'opération a remporté un si grand succès que Mantab a passé une autre grosse commande.

La plus grande leçon qu'a apprise Nepton en prenant part à l'événement est la suivante : « Tout est une question de visibilité. Si vous voulez apprendre à connaître un fournisseur, vous devez vous manifester, établir des contacts et serrer les mains. Il est important de se présenter en personne, car un courriel ne suffit pas... » La société reconnaît qu'elle a eu l'occasion de se faire connaître grâce à la mission commerciale de TFO Canada à l'Expo Alimentaria au Pérou. Cependant, les choses ne se sont pas arrêtées là. En effet, TFO Canada s'est assuré que Mantab trouve ce dont elle avait besoin en posant des questions, en ayant des réponses et en comblant les besoins de l'importateur.

TFO Canada fait face au dé de la pauvreté mondiale en favorisant un développement économique durable grâce à l'information à l'exportation, des conseils et des contacts. 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 étrangères, Commerce et Développement Canada

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2015



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