

EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

ÉDITION RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

DANS CE NUMÉRO :

1. Le Rôle du Secteur Privé dans l'Aide Internationale
2. Comprendre les ententes d'équivalence relatives aux produits biologiques avec d'autres pays
3. Ressources de TFO Canada en matière de Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)
4. Études de Marché sur les aliments Biologiques, Équitables et Ethniques
5. Rôle du Canada pour la promotion d'une Éthique Responsable en Affaires
6. Aperçu des Activités de TFO Canada
7. Histoires à Succès: Caficosta "Une Solide Coopérative Colombienne Fondée sur le Bien Social"

FLORVERDE



SUSTAINABLE
FLOWERS



LE RÔLE DU SECTEUR PRIVÉ DANS L'AIDE INTERNATIONALE

Comme je travaille pour un organisme qui s'efforce de créer des partenariats durables avec le secteur privé pour les exportateurs des pays en développement voulant traiter avec des acheteurs canadiens et étrangers, on me demande souvent quel rôle les entreprises peuvent jouer lorsque vient le temps de fournir une aide internationale.

Continue à la page 2

WEBINAIRES À VENIR

Servicios en Linea de TFO Canada	TFO Canada Online Services
Avril 6, 2017 à 1pm	Mai 18, 2017 à 10:30am

LE RÔLE DU SECTEUR PRIVÉ DANS L'AIDE INTERNATIONALE

Sachant que les pays membres du Comité d'aide au développement de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) avaient un budget de 132 M\$ US en 2015¹, on s'aperçoit qu'il y a certainement des limites, en termes de ressources, aux sommes pouvant être affectés à des projets de développement international. Aux besoins permanents s'ajoutent les défis de l'aide humanitaire apportée aux populations déplacées, à la suite de catastrophes naturelles et pour les secours d'urgence.

Avec tout cela en toile de fond, force est de constater que le secteur privé peut jouer un rôle très important dès lors qu'il s'agit d'aide internationale, surtout pour instaurer une croissance économique durable dans les pays en développement. La création de partenariats public-privé (P3), ou une entreprise et une entité du secteur public (souvent une institution fédérale, provinciale ou municipale) contribuent financièrement à un projet ou un programme, gagne en popularité. De telles structures permettent, entre autres, de créer une valeur partagée – atteinte des objectifs commerciaux et du développement, injection de capitaux supplémentaires dans un projet, et mise à contribution par les deux parties de compétences différentes pour la gestion et la mise en œuvre. Tout cela permet au final d'avoir plus d'impact dans les pays en développement où l'investissement est effectué.

Certains estiment que l'investissement d'une entreprise dans des projets de développement durable s'inscrit dans leur stratégie de responsabilité sociale d'entreprise, mais nous pensons que cela vaut vraiment la peine de faire un effort supplémentaire et de l'aligner sur les objectifs commerciaux globaux, souvent dans le cadre de la gestion d'une chaîne d'approvisionnement mondiale.

L'approche adoptée par le Canada pour réduire la pauvreté, qui cadre avec ce principe, consiste à soutenir des initiatives axées sur le marché afin de permettre au secteur privé de cibler des investissements qui se traduisent par des résultats tangibles pour le développement.²

Steve Tipman

Directeur Général
TFO Canada



¹“Development aid in 2015 continues to grow despite costs for in-donor refugees” OECD. 13 April 2016
 From Global Affairs Canada's website: “Private Sector as Partners in Development”

Comprendre les ententes d'équivalence relatives aux produits biologiques avec d'autres pays

Tous les produits agricoles importés doivent être certifiés en vertu du Régime Bio-Canada, selon les mêmes normes et règlements stipulés dans les normes canadiennes sur l'agriculture biologique et le Règlement sur les produits biologiques (2009). Les produits importés certifiés biologiques doivent donc être évalués selon les mêmes processus et évaluation de certification que n'importe quel autre produit biologique fabriqué au Canada. Les produits agricoles importés peuvent aussi être certifiés en vertu d'une entente d'équivalence conclue entre le Canada et le pays exportateur. Ce type d'entente est uniquement instauré lorsque le Canada évalue et compare le système réglementaire du pays exportateur et le sien, afin de s'assurer que les normes et les principes sont uniformes. Dans le cas d'une entente d'équivalence, les produits sont évalués et certifiés dans le cadre du système de certification biologique du pays exportateur, qui est considéré équivalent aux normes et aux règlements canadiens, et ce pays peut donc commercialiser son produit comme étant biologique lorsqu'il est exporté au Canada. Les produits des pays qui n'ont pas actuellement une entente d'équivalence avec le Canada doivent remplir les exigences du pays importateur et celles du Régime Bio-Canada pour pouvoir être commercialisés comme étant biologiques au Canada. Pour en savoir davantage sur les règlements qui s'appliquent aux produits agricoles biologiques importés, visitez [“Organic Equivalency Arrangements with Other Countries”](#)

Ressources de TFO Canada en matière de Responsabilité Sociale D'entreprise (RSE)

À travers notre catalogue d'information commerciale, nous fournissons un certain nombre de ressources pour guider les exportateurs potentiels et exportateurs confirmés dans leurs démarches en vue d'intégrer les processus de responsabilité sociale d'entreprise dans tous les aspects de leurs opérations. Cela vaut aussi pour l'intégration des systèmes de gestion environnementale dans les organisations. TFO Canada offre les ressources suivantes :

1. Guide de la responsabilité sociale d'entreprise
2. Management environnemental pour les exportateurs
3. Webinaire A Guide to Corporate Social Responsibility (en anglais)

Connectez-vous à votre profil sur www.tfocanada.ca à l'aide de votre nom d'utilisateur et de votre mot de passe pour accéder aux deux guides. Si vous n'avez pas de compte, inscrivez-vous sur notre site Web pour avoir accès à ce riche contenu.

Conseil commercial de Tipman

Lorsqu'on mène des activités internationales, il ne faut pas sous-estimer l'importance de comprendre la culture d'affaires du client. Si vous traitez avec un acheteur canadien, vous remarquerez qu'il commence généralement la relation d'une façon formelle, en disant Monsieur ou Madame suivi du nom de famille de la personne, après quoi il utilise très vite le prénom. C'est aussi souvent le cas dans d'autres « cultures plus jeunes » comme aux États-Unis d'Amérique et en Australie.

ÉTUDES DE MARCHÉ SUR LES ALIMENTS BIOLOGIQUES, ÉQUITABLES ET ETHNIQUES

Le Canada est le quatrième marché d'aliments biologiques au monde. Ce marché a triplé de valeur depuis 2006 et représente à présent plus de 4 G\$ CA par année. Plus de 20 millions de Canadiens, soit plus de la moitié de la population du pays, achètent des produits biologiques toutes les semaines. Le marché des aliments biologiques ne représente par ailleurs que 4,7 % de tous les aliments vendus au Canada. La Colombie-Britannique est le principal marché de produits biologiques au Canada en termes de consommation, 66 % des habitants de la province achetant des produits biologiques chaque semaine. C'est toutefois l'Ontario qui constitue le plus important marché du Canada pour les aliments biologiques, soit plus de 1 G\$ de ventes annuelles.

Aperçu des produits

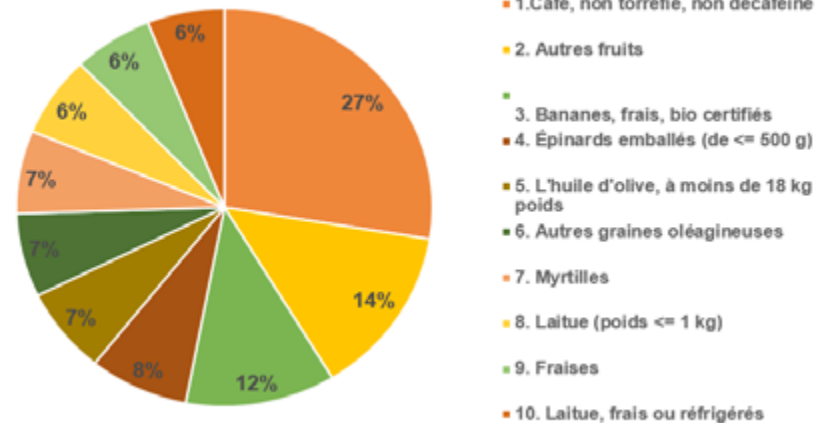
Le tableau ci-dessous montre les 10 principaux produits biologiques importés au Canada en 2015. De 2014 à 2015, les bleuets biologiques ont affiché la plus forte croissance (38,3 %), suivis des bananes biologiques (31,4 %). Les produits dont l'augmentation en poids (kg) a été la plus marquée ont été les autres graines oléagineuses biologiques (22 %) et, encore une fois, les bananes biologiques (17,5 %). La laitue a enregistré le plus fort recul, soit une baisse de 18,8 % entre 2014 et 2015.

Aperçu des pays

Les États-Unis sont le premier exportateur d'aliments biologiques au Canada, en termes de dollars canadiens et de poids total ; ils ont exporté pour 386 177 092 \$ et 121 187 940 kg en 2015, mais plus de 100 pays exportent des aliments biologiques au Canada. De 2014 à 2015, le Honduras est celui où la demande de produits biologiques destinés au Canada a augmenté le plus, soit 86,5 % en dollars canadiens et 63,9 % en poids (kg). La demande de produits biologiques venant du Chili a aussi connu, de 2014 à 2015, une croissance exponentielle de 57,1 % en dollars canadiens, suivi du Pérou dont la croissance en poids (kg) a bondi de 40,1 % pendant la même période.

Consulter le rapport complet après Avril 9th, 2017 à www.tfocanada.ca/mip.php.

Les 10 principaux produits biologiques importés par valeur en dollar canadien, pour 2015



RÔLE DU CANADA POUR LA PROMOTION D'UNE ÉTHIQUE RESPONSABLE EN AFFAIRES

Depuis longtemps, l'impact social, économique et environnemental des multinationales sur les sociétés où elles mènent leurs activités est un enjeu international. Les préoccupations des différentes parties prenantes fournissent une perspective différente des responsabilités sociales de l'ensemble des entreprises, et ont amené les citoyens et les ONG qui agissent en chiens de garde à leur demander de rendre compte de leurs actes et de leur inaction en ce qui concerne les impacts négatifs d'une éthique d'affaires sur une société.

En tant qu'organisme de supervision international, l'Organisation pour la coopération et le développement économiques (OCDE) a mis en place à l'intention des multinationales des Principes directeurs concernant la responsabilité sociale d'entreprise. L'OCDE fournit des principes directeurs sur la bonne diligence ; il en existe actuellement un certain nombre qui sont spécifiques à certaines industries, notamment :

1. Secteur du vêtement et de la chaussure
2. Secteur financier
3. Chaînes d'approvisionnement agricole

Affaires mondiales Canada préside un comité interministériel appelé Point de contact national (PCN) du Canada pour les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. La principale raison d'être du PCN est d'amener les milieux d'affaires, les organisations syndicales et les autres parties intéressées à connaître les Principes directeurs. Le PCN le fait en organisant des forums et des consultations avec ces parties intéressées. Pour en savoir davantage sur le rôle du Canada dans en rapport aux Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales, cliquez [ici](#).

APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

FORMATION POUR LES REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX D'OTTAWA

22 & 23 MARS 2017

TFO Canada a organisé une formation pour les représentants commerciaux d'Ottawa le 22 mars (en anglais) et le 23 mars (en français). Marysabel Gonzalez et Amandine Gakima, gestionnaires de projets de TFO Canada, ont animé des séances interactives sur « la préparation à l'exportation ». L'Agence canadienne d'inspection des aliments a soutenu l'événement en effectuant une présentation sur la « modernisation de l'étiquetage des aliments au Canada ». Représentants commerciaux d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine et des Antilles ont assisté à l'événement

Représentants Commerciaux (Anglais)



Directeur Marshall Gallardo parle avec les représentants commerciaux

Nancy Lemieux, CFIA, présentant "Modernisation d'Etiquetage Alimentaire Canadien"

Représentants Commerciaux (Français)



9 représentants du commerce des pays francophones assiste à l'événement

Chef de projet Amandine Gakima présentant "Aptitude à l'exportation"



Chef de projet Marysabel Gonzalez présentant "Aptitude à l'exportation"



Directeur Marshall Gallardo présentant pour les représentants commerciaux

LE POINT SUR ARTISAN HUB

TFO CANADA PARTNERS WITH APPAREL TEXTILE SOURCING CANADA (ATSC)

LE PRODUITS D'ARTISAN HUB SERONT EXPOSÉS AU SALON APPAREL TEXTILE SOURCING CANADA (ATSC) 2017

21 À 23 AOÛT 2017

INTERNATIONAL CENTRE EN TORONTO

Dans le cadre du projet Artisan Hub, 30 entreprises ont été sélectionnées en janvier dernier pour venir au Canada en 2017 afin de présenter leurs produits. Ces PME, provenant de huit pays (Bangladesh, Cambodge, Népal, Madagascar, Éthiopie, Lesotho, Ouganda et Haïti), propose un éventail unique d'articles de décoration intérieure, de vêtements et d'accessoires de mode fabriqués à la main. Ils vont participer au salon Apparel Textile Sourcing Show (ATSC), qui se tiendra à l'International Centre de Toronto du 21 au 23 août 2017. Visitez le site Web www.artisanhub.ca pour en savoir davantage sur toutes les activités organisées dans le cadre de ce projet.

APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA (SUITE)

SÉMINAIRE SUR LE MARCHÉ DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

26 JANVIER 2017

Alma Farias, représentante régionale de Toronto, a organisé avec l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL) et l'Ontario Produce Marketin Association (OPMA) un séminaire sur les "Tendances de l'Industrie et du Marché des Fruits et Légumes Frais au Canada" pour les représentants commerciaux de Toronto, qui a eu lieu le 26 janvier 2017. Quatorze représentants commerciaux de 11 pays - Malaisie, Thaïlande, Mexique, Jamaïque, Colombie, Afghanistan,



Présentation "Tendances de l'Industrie et du Marché des Fruits et Légumes Frais au Canada"

Costa Rica, Chili, Équateur, Afrique du Sud et Philippines – ont assisté au séminaire.

SÉANCE D'INFORMATION SUR LES SERVICES DE TFO CANADA

26 JANVIER 2017

Le 26 janvier 2017 Marc Germain, représentant régional du Québec, et Steve Tipman, directeur général, ont tenu une séance d'information sur les



Directeur Général Steve Tipman s'adresse aux représentants commerciaux

services de TFO Canada à l'intention de représentants commerciaux de Haïti, du Chili, de la Colombie, de l'Argentine, du

Mexique, du Honduras et de l'Équateur.

FORMATION SUR LA PRÉPARATION À L'EXPORTATION AU COSTA RICA

JANVIER - MARS, 2017

Marysabel Gonzalez, gestionnaire de projets à TFO Canada, a donné deux modules de formation sur « la recherche de marchés » et « les options d'accès aux marchés » aux exportateurs de services pendant les séances d'information organisées au Costa Rica du 28 février au 1er mars 2017. Il s'agissait d'un volet du programme La porte d'accès au commerce mis en place dans le cadre de l'initiative sur les partenaires commerciaux, à l'occasion de laquelle des séances de préparation à l'exportation dans les secteurs des services – technologies de l'information et communications, soins de santé mondiaux, services éducatifs et éducation environnementale – ont été données de janvier à mars



Gestionnaire de Projets Marysabel Gonzalez avec des exportateurs de services du Costa Rica

2017. Ces séances visaient à préparer les exportateurs nouveaux et existants au processus d'exportation.

SÉMINAIRES DE FORMATION AU MEXIQUE, EN COLOMBIE ET AU PÉROU

FÉVRIER - MARS 2017

Dans le cadre du projet Améliorer l'accès au marché et la préparation à l'exportation pour les petites et moyennes entreprises (PME) de l'Alliance pacifique, Marysabel Gonzalez, gestionnaire de projets de TFO Canada, et des agents de PROMEXICO, PROMPERU et PROCOLOMBIA ont tenu des séminaires en février et mars 2017. Ces séminaires visaient à préparer les PME

exportatrices au marché canadien de l'importation. Plus de 200 entreprises ont participé à ces rencontres où il a été question des lacunes de la logistique, des entités réglementaires, de la responsabilité d'entreprise et sociale, des systèmes de gestion environnementale, de l'inclusion des sexes et des normes de production biologique.



Agente de ProMexico, ProPeru et ProColombia, avec plus de 200 exportateurs

SÉMINAIRE TECHNIQUE SUR LA TRANSFORMATION DU CACAO AU GHANA POUR L'EXPORTATION À CANADA

22 MARS 2017

TFO Canada, en partenariat avec l'Autorité de promotion des exportations du Ghana (GEPA) et la Chambre de commerce et d'industrie nationale du Ghana (GCCCI), a organisé un séminaire technique sur le "Marché de l'Importation du Cacao Transformé au Canada" pour les petites et moyennes entreprises (PME) de l'industrie. Bertrand Wall, un associé de TFO Canada, a livré le séminaire le 22 mars à Accra, le but étant de fournir aux PME qui transforment le cacao un aperçu du



Les exportateurs Ghanéens de cacao posent pour une photo de groupe après avoir assisté au séminaire

marché canadien, de son potentiel et de ses exigences. Cet atelier est une des activités du plan d'action développé par les deux organismes lors de la formation des organismes de soutien au commerce organisé au Canada à l'automne 2015.

HISTOIRES À SUCCÈS: CAFICOSTA

UNE SOLIDE COOPÉRATIVE COLOMBIENNE FONDÉE SUR LE BIEN SOCIAL

Afin d'optimiser la contribution du Canada aux accords de libre-échange avec la Colombie, le projet Trade Partners Responsive Facility (TPRF) de TFO Canada a organisé une mission commerciale sur les produits biologiques au Canada afin d'aider les PME de la Colombie à se préparer à l'exportation. Les activités de promotion commerciale visaient à réduire la pauvreté et l'inégalité des genres, tout en augmentant le développement durable. Juan Carlos Garcia, directeur de la coopérative Caficosta, a eu l'occasion de participer à la mission commerciale au Canada, ce qui lui a permis de visiter Montréal et Toronto.

Juan Carlos Garcia sait qu'il faut déployer énormément d'efforts pour établir de solides relations. Il reconnaît que les choses peuvent aller très vite avec un contact de confiance. Grâce au projet de TFO Canada, Caficosta a pu consolider ses relations avec un importateur de café montréalais grâce à un rendez-vous organisé en personne. La rencontre avec le client a aidé la coopérative à comprendre les besoins du client et à s'y conformer, ce qui s'est traduit par une commande de 18 conteneurs de café biologique issu du commerce équitable, soit une valeur de 1 072 500 \$ US. La coopérative Caficosta représente 2 600 petits producteurs, dont 600 femmes.

TFO Canada sait que lorsque les gens peuvent se prendre en main, le monde en profite. Et c'est important pour les femmes et les hommes d'avoir les mêmes possibilités de s'extraire de la pauvreté. Un des principaux défis auxquels les PME colombiennes sont confrontées est le manque de connaissance du marché canadien de l'importation. Et même s'ils sont au courant de l'importance des produits biologiques, les producteurs ne comprennent pas le processus de certification et les gains à valeur ajoutée de la production biologique certifiée.

Afin d'assurer le succès de la mission commerciale pour les petits et moyens producteurs colombiens, les organisateurs ont planifié 150 rencontres. « Le projet m'a aidé à comprendre ce que les clients attendent de nos produits, explique Juan Carlos Garcia. Ils veulent une « qualité à la tasse » et un approvisionnement continu, en plus de la certification biologique et du commerce équitable ».

Grâce au projet, Juan Carlos Garcia a découvert qu'il existe aussi un marché pour le cacao biologique. De plus, la coopérative collabore maintenant avec les producteurs pour améliorer la qualité de leurs produits de façon à respecter les normes canadiennes.

Caficosta a conclu un marché important avec les acheteurs canadiens, mais il n'y a pas que le profit qui compte – les gens sont importants. « Pour chaque livre de café, 50 cents par dollar américain sont remis au producteur de la façon suivante : 30 cents, la « primar organica » ou prime biologique, vont directement au producteur et 20 cents, la prime pour le commerce équitable, sont administrés par la coopérative pour mettre sur pied des programmes sociaux à l'intention des producteurs ».

La coopérative Caficosta procure une assurance vie à ses producteurs. Trente-six enfants de producteurs fréquentent de grandes universités en Colombie grâce à des bourses. La coopérative a aussi des partenariats avec des fournisseurs d'engrais qui effectuent gratuitement des analyses du sol pour les producteurs que cela intéresse et elle leur offre des crédits de service à ceux qui répondent à des exigences spécifiques.

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 2017



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 Slater Street, Suite 1025
Ottawa, ON Canada K1P 6E2
1.613.233.3925 (tel.)
1.613.233.7860 (fax.)
1.800.267.9674 (toll-free)
E-mail: newsletter@tfocanada.ca