TFO CANADA
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

Septembre 2015 / Numéro 23

EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

AFFAIRES COMMERCIALES

DANS CE NUMÉRO

1. Bienvenu à Mark Mensing
2. TFO Canada : Votre partenaire dans la collecte de renseignements commerciaux
3. Accédez au Canada : un guide pour l'exportation au Canada
4. Le marché du halal au Canada
5. Le marché canadien des meubles
6. Aperçu des activités de TFO Canada
7. Les textiles fins éthiopiens préservent la culture en créant des emplois

ACCÉDEZ AU CANADA : UN GUIDE POUR L'EXPORTATION AU CANADA

Voulez-vous exporter au Canada?

Exporter vers un nouveau marché peut s'avérer un défi de taille même pour les sociétés expérimentées. Le présent Guide vous expliquera pas à pas tous les volets de la stratégie d'exportation au Canada. Il fournit des liens vers des renseignements précieux sur le marché canadien, des données sur le commerce, des études sectorielles, et beaucoup d'autres informations pouvant vous aider à élaborer votre Plan d'entrée sur le marché de l'exportation. *Suite à la page 3*

WEBINAIRES À VENIR

Services en ligne de TFO Canada

Anglais - 22 octobre 2015 à 10 h 00 (HAE)

Espagnol - 26 novembre 2015 à 13 h 00 (HAE)

Français - 15 décembre 2015 à 8 h 00 (HAE)

www.tfocanada.ca/webinars

Webinaires enregistrés

- Grocery Innovations Canada: An Entry into the Canadian Grocery Market
- Como Exportadores pueden beneficiarse de La Corporación de Solución de Controversias sobre Frutas y Hortalizas (DRC) en Canadá

ACCÉDEZ AU CANADA

Tout en observant depuis la fenêtre de mon bureau la flambée des couleurs automnales, signe que l'hiver s'installera bientôt dans l'hémisphère Nord, je songe aux actions menées par TFO Canada en vue de fournir à nos partenaires d'importants renseignements qui leur seront utiles pour l'élaboration de leurs stratégies. À cet égard, notre Guide de l'exportation au Canada est un de nos documents de base.

Après le brillant succès qu'il a obtenu durant deux ou trois années, le temps était venu d'actualiser notre Guide de l'exportation au Canada, qui s'appellera désormais « Accédez au Canada: un Guide pour l'exportation au Canada ». Ce changement de titre est essentiellement motivé par le besoin de renseignements pratiques pouvant servir aux particuliers et aux organisations qui désirent entrer sur marché canadien.

Le Guide sera disponible en trois langues (anglais, français et espagnol) et offre aux utilisateurs inscrits sur notre site Web des données utiles sur une multitude de sujets comme : les tendances à la consommation au Canada, le marché de l'importation et les exigences y relatives, la responsabilité sociale d'entreprise, les stratégies d'entrée sur le marché, le transport et la logistique, ainsi que des idées pour vos plans d'accès au marché.

Nous espérons que les exportateurs qui envisagent d'exporter au Canada continueront à se référer à ce document. Bonne lecture!

Steve Tipman
Directeur général
TFO Canada

BIENVENU À MARK MENSING

Mark Mensing est le nouveau représentant régional de TFO Canada en Colombie-Britannique. Sa mission consiste à mobiliser les représentants des pays clients de TFO Canada établis dans la grande région de Vancouver, à coopérer avec les importateurs de la Colombie-Britannique et à travailler à l'établissement de relations commerciales entre les importateurs canadiens et les exportateurs des pays en développement.

Mark a entamé sa carrière en commerce international au sein de l'entreprise familiale de promotion de vente internationale qui exerçait ses activités au Canada, aux États-Unis et en Asie, et qui était surtout spécialisée dans l'équipement industriel et les matériaux de construction.

Mark a ainsi participé à des projets de l'ACDI dans plusieurs pays en développement et facilité des projets d'IDE en Chine, en Thaïlande, au Laos, au Vietnam, aux Philippines et en Afrique de l'Ouest. En 2008, M. Mensing figurait au nombre des lauréats du prix "Vancouver's Top 40 under 40".

Mark Mensing
Représentant régional
Colombie-Britannique

Tél.: 604-685-7823
Mobile: 778-895-7823
Courriel: mark.mensing@tfocanadaca

TFO CANADA : VOTRE PARTENAIRE DANS LA COLLECTE DE RENSEIGNEMENTS

La collecte de renseignements commerciaux est le processus de collecte d'informations, d'analyse et de réalisation d'études pour aider les entreprises dans leurs prises de décision. TFO Canada offre un éventail de services d'information en ligne visant à aider les exportateurs à réaliser leurs études de marché et préparer leur stratégie d'entrée sur le marché canadien.

Vous devez ouvrir une session sur votre compte pour avoir accès à l'intégralité de nos ressources, y compris la nouvelle édition 2015 d'*Accédez au Canada: un Guide pour l'exportation au Canada*, plus de 22 études de marché sur les principaux secteurs canadiens, les enregistrements de webinaires, etc.

Utilité de l'étude sur les renseignements commerciaux :

- Elle permet de déceler les possibilités d'importation pour vos produits ou vos services
- Elle répertorie les concurrents présents sur le marché
- Elle vous permet de vous préparer en vue des débouchés et des risques
- Elle vous permet de connaître les normes du marché et les pratiques commerciales

CONSEILS COMMERCIAUX DE TIPMAN

"Avant de commencer à mettre en œuvre une stratégie d'exportation, il est important de bien vous préparer. L'étude de marché est une étape essentielle qui vous permet de mieux cerner la culture, les pratiques commerciales, les questions juridiques, la concurrence, les consommateurs et le marché d'importation pour votre produit au Canada."

ACCÉDEZ AU CANADA : UN GUIDE POUR L'EXPORTATION AU CANADA

Suite de la page 1

TFO Canada est fier de lancer l'édition 2015 d'*Accédez au Canada : un guide pour l'exportation au Canada*.

Points saillants du Guide :

- Le marché canadien est tributaire de l'importation. En 2014, les importations ont atteint leur plus haut niveau jamais enregistré en cinq ans, avec 411 milliards de dollars (sauf les minerais), faisant ainsi du Canada le 11e marché d'importation du monde.
- L'immigration a créé un marché ethnique en plein essor et une diversité observée au niveau des préférences des consommateurs. Les détaillants ne ménagent aucun effort pour satisfaire cette demande, ce qui laisse entrevoir une augmentation des débouchés pour les produits importés.
- Le Canada offre aux pays les moins avancés un accès en franchise de droits et hors quota au marché, ainsi que des taux tarifaires plus bas que la normale à plus de 100 autres pays en développement.

FAMILIARISEZ-VOUS AVEC LE MARCHÉ CANADIEN

La première section du guide donne un aperçu du marché canadien tel que vu par un exportateur. Quels sont les pans de l'économie qui sont en croissance? Quels sont les principaux groupes de consommateurs, leurs goûts et leurs préférences? En quoi les mutations démographiques et les tendances du marché influencent-elles les habitudes de dépenses des Canadiens? En s'appuyant sur les données de l'immigration, on peut déceler des débouchés sur le marché ethnique en plein essor au Canada. Les statistiques sur les importations canadiennes sont fournies par secteur et par pays d'origine, donnant ainsi un tableau précis du paysage concurrentiel. Les profils régionaux des grands marchés de consommation du Canada vous aideront à mieux cibler les consommateurs de vos produits dans ce pays.

COMPRENDRE LA STRATÉGIE D'ACCÈS AU MARCHÉ

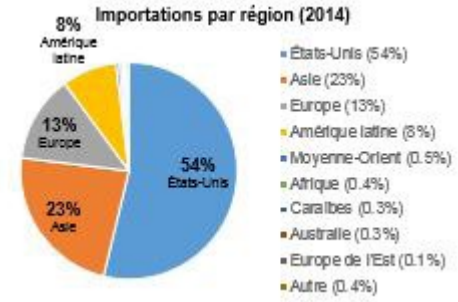
La deuxième section du guide propose des idées, des conseils et des contacts dont vous pourrez avoir besoin pour faire entrer vos produits sur le marché canadien. Elle vous explique les stratégies d'entrée sur le marché qui vous conféreront un avantage concurrentiel, comment pouvez-vous rencontrer les acheteurs? Quel est le régime d'importation dont vous devrez tenir compte, comment obtenir les informations sur les produits que les acheteurs canadiens recherchent, comment éviter les erreurs courantes et obtenir des conseils pour la signature d'un contrat d'approvisionnement à long terme. Vous y apprendrez également comment minimiser le risque de violation des règlements en vous familiarisant avec le milieu de la réglementation canadienne et les procédures d'inspection à la frontière. Assurez-vous que votre produit remplit les conditions pour les droits préférentiels et trouvez des transports routiers les mieux adaptés à vos besoins. Le Guide vous donne également un aperçu des services en ligne de TFO Canada pouvant améliorer votre étude de marché.

Table des matières :

- Partie 1 : Connaître les données démographiques sur le Canada
- Partie 2 : Connaître le marché canadien
- Partie 3 : Examiner les informations afférentes à l'entrée sur le marché canadien
- Partie 3 : TFO Canada, votre partenaire commercial

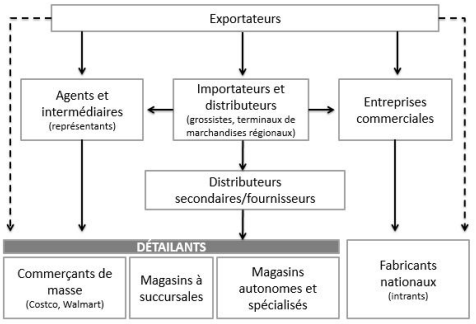
Le présent Guide peut être consulté gratuitement par les membres inscrits de TFO Canada. Le Guide est actuellement disponible en anglais et sera bientôt disponible en français. Cliquez ici pour télécharger votre copie.

Exclut les minéraux (code SH 26–27 and 71–80)
Source : Industrie Canada, Données commerciales en ligne



Source : Industrie Canada, Données commerciales en ligne

Canaux de distribution



LE MARCHÉ DU HALAL AU CANADA

Les produits halal constituent de plus en plus un segment en pleine expansion du marché canadien des différents produits ethniques. Selon Nourish Food Marketing, le marché canadien des produits alimentaires halal vaut actuellement 1 milliard de dollars canadien et augmente chaque année de 13 %. On estime à un million le nombre de musulmans vivant au Canada, dont la moitié vit en Ontario avec la plus grande concentration dans la grande région de Toronto (GTA). L'immigration influe sur les magasins de vente au détail où des allées entières sont réservées aux produits halal, et en particulier aux viandes. Lors du Festival des aliments halal organisé l'an dernier à Toronto, les organisateurs Halal & Co Media ont enregistré les résultats suivants recueillis grâce à un sondage réalisé auprès de leurs acheteurs de produits halal :

- 40 % dépensent plus de 100 $ par semaine pour l'épicerie
- 80 % achètent des produits halal trois fois par semaine
- 25 % recherchent des confiseries et des collations halal
- 70 % préfèrent les magasins locaux aux magasins au détail à succursales

Clarecia Christie, la gestionnaire de projet des Services d'information commerciale de TFO Canada a participé à l'édition 2015 du festival où elle a fait le constat suivant :

Segments de marché : produits laitiers, viandes, aliments transformés, chocolats et confiseries, thés, produits d'abeille, produits de boulangerie-pâtisserie, aliments prêts à servir/prêts-à-manger, produits nutraceutiques, produits cosmétiques (baumes pour les lèvres), restauration, restaurants (Dine-In & restauration rapide), parfums

Acteurs du marché : certifieurs, grossistes, détaillants, exportateurs (Moyen-Orient), sociétés de restauration,

Services au marché : livraison porte-à-porte, revues sur les produits halal, sociétés de restauration rapide offrant des produits alimentaires halal, les sociétés de biens de consommation courante qui proposent des produits halal, tels que les bouillons Knorr

Certifieurs : Conseil canadien des imams, Halal Advisory Group, Halal Monitoring Authority

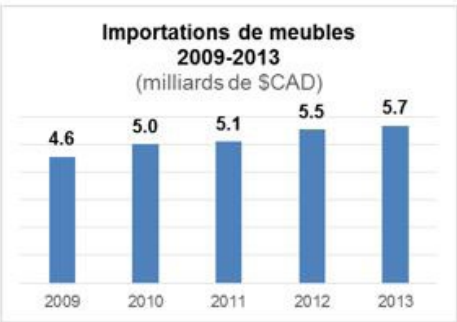
Ressources potentielles pour les exportateurs de TFO Canada :

(1) Approvisionnement des fabricants canadiens de produits halal en additifs alimentaires halal, tels que la gélatine halal pour les yaourts et les produits nutraceutiques (suppléments nutritifs), les agents de conservation.

(2) Produits de santé naturels tels que les produits de toilette et les produits cosmétiques.

LE MARCHÉ CANADIEN DES MEUBLES

Le marché canadien des meubles a été estimé à 10,1 milliards de dollars en 2014 et devrait enregistrer une hausse annuelle de 2,1 % au cours des cinq prochaines années (2014-2018). À l'instar des autres biens de consommation, les ventes des magasins de meubles ont fléchi durant la récession de 2008, mais ont depuis lors repris, enregistrant une croissance positive grâce à une demande plus élevée et au revenu dont disposent de plus en plus les Canadiens.



Source : Industrie Canada, Données commerciales en ligne

IMPORTATIONS

Le marché canadien des meubles est très mondialisé et les importations satisfont plus de la moitié de la demande sur le marché. Les importations de meubles ont atteint leur plus haut niveau jamais enregistré en cinq ans avec 5,7 milliards de dollars en 2013, avec en tête les éléments de rayonnage (1,9 million de dollars), les meubles capitonnés (982 000 $) et les meubles en bois (929 000 $). Cet afflux de produits importés étrangers, en particulier de la Chine exacerbe la concurrence des prix entre les 3 500 magasins de meubles du Canada.

SEGMENTS DE MARCHÉ

Les ventes d'ameublement d'habitation pour la chambre, le salon et la salle à manger représentaient près de 70 % des ventes en 2014, suivi du mobilier de bureau (27 %) et du mobilier d'extérieur (4 %). Sans surprise, les Canadiens en âge de travailler (25 à 44 ans) constituent le plus grand groupe de consommateurs de mobilier, et représentent 40 % des ventes. Les baby-boomers (46 à 64 ans) constituent 27 % des acheteurs de meubles, suivi de la génération des post-boomers (24 ans et moins) avec 10 %.

TENDANCES À LA CONSOMMATION

En général, les Canadiens recherchent surtout des pièces durables et inusables, alors que de plus petits marchés à créneaux destinés aux meubles haut de gamme existent dans les centres de conception de Toronto et Montréal. Les consommateurs associent souvent les meubles de qualité aux designs bon marché proposés par les magasins à la mode pour changer leurs préférences en matière de style plus fréquemment. Les innovations de l'industrie sont stimulées par l'explosion du nombre de copropriétés au Canada, outre les nouvelles gammes de meubles compacts et à usages multiples, ainsi que les matériaux écologiques qui attirent la génération des post-boomers.

VOIE D'ACCÈS AU MARCHÉ

Les exportateurs doivent respecter les règlements stricts imposés par le Canada en matière d'inflammabilité et ils peuvent être tenus de présenter un certificat phytosanitaire pour prouver que leurs articles sont bien désinfectés en ce qui concerne certains produits en bois. La distribution des meubles de maison au Canada est axée surtout sur la livraison directe du fabricant, au transitaire jusqu'à l'importateur qui dans certains cas peut être le détaillant.

Ces données proviennent de l'Étude de marché « Meubles » réalisée par TFO Canada. Les membres inscrits peuvent télécharger l'intégralité de l'étude à www.tfocanada.ca/mip.php.

APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

MISSION COMMERCIALE D'EXPORTATEURS ÉQUATORIENS DE ROSES AU CANADA

14 JUILLET 2015

Le représentant régional de TFO Canada au Québec, Marc Germain, en collaboration avec le Bureau du commerce de l'Équateur au Canada, a accueilli douze exportateurs de rose équatoriens pour une mission commerciale au Canada. Monsieur Germain a présenté un exposé au groupe sur le marché canadien des roses coupées, y compris la dynamique de marché, les principaux acteurs, les conseils pratiques sur la stratégie d'entrée sur le marché. Les exportateurs ont effectué une tournée chez des détaillants à Montréal et ils ont eu l'occasion de participer à des rencontres interentreprises avec des importateurs canadiens. La mission a également effectué une visite sur place à Toronto.

Première mission commerciale au Canada pour des producteurs équatoriens de roses

VISITE DE LA VICE-MINISTRE DES RELATIONS EXTÉRIEURES POUR LES SALVADORIENS DE L'ÉTRANGER AU CANADA

9 AU 12 SEPTEMBRE 2015

La vice-ministre des Relations extérieures pour les Salvadoriens de l'étranger s'est rendue dans les trois villes canadiennes de Toronto, Montréal et Ottawa en septembre dernier.

Alma Farias, TFO Canada, rencontre avec la vice-ministre Mme Magarin

La représentante régionale de TFO Canada, Alma Farias, a présenté les services offerts par TFO Canada aux exportateurs et aux importateurs pendant sa visite à Toronto. Madame Magarin s'est informée sur les projets de TFO Canada dans le pays, ainsi que les ententes de partenariats signées par l'organisme avec COEXPORT et PROESA. Elle a offert d'appuyer et d'apporter une contribution importante aux projets dans l'avenir qui seront réalisés en collaboration avec ces organismes locaux.

PORTE D'ENTRÉE DES EXPORTATEURS SUR LE MARCHÉ CANADIEN

TFO Canada a organisé avec succès les deux premières sessions de son voyage d'information et son programme de formation sur le marché canadien à Toronto et Montréal. Les sessions de formation, qui ont duré chacune cinq jours, visaient à renforcer les capacités de nos organisations partenaires à mieux aider les exportateurs de leurs pays à accéder au marché canadien. Les participants ont reçu des informations détaillées et des outils relatifs à un éventail de sujets, dont les exigences relatives à l'importation, le transport des marchandises, et la capacité immédiate à exporter. La formation a consisté en des exposés présentés par des experts sectoriels canadiens, des visites dans les centres de distribution des importateurs et un voyage d'études chez des détaillants.

GROUPE 1 DU PROGRAMME DE FORMATION

14 AU 18 SEPTEMBRE 2015

La première session de formation a connu la participation de représentants d'institutions d'appui au commerce de Sainte-Lucie, de la Grenade, des pays de l'OECO, du Kenya et du Ghana.

Représentants commerciaux de Sainte-Lucie travaillent sur leur plan d'action

Visite de détaillants à Montréal explique tous les niveaux du marché de l'épicerie aux participants

GROUPE 2 DU PROGRAMME DE FORMATION

21 AU 25 SEPTEMBRE 2015

La deuxième session de formation a enregistré la présence de représentants d'institutions d'appui au commerce de l'Indonésie, du Sri Lanka, de la Jordanie et du Vietnam.

Zaki Munshi, TFO Canada, élabore la préparation des exportateurs

Gestionnaire de magasin explique les produits et les prix de détail à Montréal

SÉMINAIRE SUR « EXPORTER AU CANADA » AU CHILI

29 SEPTEMBRE 2015

Le représentant régional de TFO Canada au Québec, Marc Germain, a organisé en collaboration avec ProChile un séminaire sur « Exporter au Canada », à Santiogo, le 29 septembre 2015. Des représentants de petites et moyennes entreprises locales du Chile, ainsi que le personnel de ProChile ont participé à la session. Monsieur Germain a partagé des renseignements et des conseils pratiques sur la façon d'accéder au marché canadien. Les participants se sont familiarisés avec les services d'information en ligne et les outils de TFO Canada.

LES TEXTILES FINS ÉTHIOPIENS PRÉSERVENT LA CULTURE EN CRÉANT DES EMPLOIS

Sammy Abdella a créé Negist en 2005 avec sa mère, sa sœur et deux artisans qui travaillent dans son domicile familial en Éthiopie. Negist insuffle un nouveau dynamisme au riche patrimoine de l'Éthiopie et se spécialise dans la création des foulards, des coussins, des rideaux et les dinges de maison.

Deux ans après sa création, Negist a été une des six sociétés éthiopiennes retenues pour participer au programme Design Africa de TFO Canada. Grâce à Design Africa, Negist a reçu de l'aide pour la conception, le développement, la commercialisation et la promotion de produits. Negist a créé une marque visible et durable et Les artisans de la société ont également appris les techniques de broderie et de brochage.

Sammy a pu visiter le Canada et exposer ses produits au Salon du design SIDIM de Montréal, en 2008. Lors du salon, le directeur général de TFO Canada a offert un accompagnement visant à aider Sammy à commercialiser ses produits auprès des acheteurs canadiens. Sammy attribue sa participation à cette exposition au marché canadien et considère que les contacts établis sont d'importantes composantes de base qui permettront à sa société d'avancer et de renforcer la notoriété de la marque.

Aujourd'hui, Negist travaille avec plus de 47 artisans permanents et exporte ses produits dans le monde entier, y compris en Europe, au Japon, en Australie, en Afrique, au Moyen-Orient et bien sûr au Canada. Durant les cinq dernières années, Negist a collaboré avec IA:MM Inc., une salle d'exposition pour les designers à Toronto qui est le distributeur de la société au Canada. Durant les cinq dernières années,

Un tisseur attache un fil de chaîne sur un métier à tisser à la main. Negist travaille avec plus de 47 artisans permanents, y compris des tisseurs, des brodeurs et des fileurs de coton.

Negist a collaboré avec IA:MM Inc., une salle d'exposition pour les designers à Toronto qui est le distributeur de la société au Canada.

Avec ces relations, Negist a décroché des contrats de vente auprès de certains grands détaillants de l'industrie canadienne du design, dont Projet H de Holt Renfrew qui cible les marques socialement responsables. « Les magasins aiment raconter l'histoire des produits qu'ils offrent, » déclare Anne Izumi, la présidente d'IA :MM Inc. Sammy est d'avis que les Canadiens aiment le produit parce qu'il est unique, mais également en raison de tout le travail qui se fait en arrière-plan : « Ils savent combien il est important de travailler avec les artisans pour préserver leur culture et le talent requis pour la fabrication d'articles à la main. »

La création d'emplois durables est au cœur du modèle de gestion de Negist. Sammy se rappelle que lorsqu'il a commencé il y a 10 ans, les artisans du groupe disaient ne jamais vouloir voir leurs enfants emboîter le pas dans ce métier. En fait, ils travaillaient dur pour envoyer leurs enfants à l'école pour leur permettre d'avoir un meilleur avenir totalement différent de la vie que leurs parents avaient connue.

Aujourd'hui, l'histoire est en train de changer. « La principale chose que les gens veulent c'est travailler, » déclare Sammy. « Personne ne veut d'un échantillon gratuit. Si vous pouvez créer ce type d'environnement et trouver les bons marchés, alors les artisans commencent à se considérer comme des travailleurs autonomes et sont fiers de ce qu'ils font. »

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

TFO CANADA
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