

EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

FAIRE ÉQUIPE POUR DONNER AUX FOURNISSEURS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT LES MOYENS D'ACCROÎTRE LEURS EXPORTATIONS

DANS CE NUMÉRO

1. Un Avenir Commun
2. Étude de Marché sur les Produits de Santé Naturels
3. Les Cinq Tendances à Suivre en 2018
4. Artisan Hub: Développement du Commerce Durable par le Biais des Secteurs Traditionnels dans les Pays les Moins Avancés
5. Amélioration de l'Accès au Marché et Préparation à l'Exportation pour les Petites et Moyennes Entreprises de l'Alliance du Pacifique
6. Aperçu des Activités de TFO Canada
7. Histoires à Succès: Le Bureau commercial nouvellement ouvert du Consulat général des Philippines à Toronto a trouvé le bon partenaire auprès de TFO Canada



UN AVENIR COMMUN

Décembre est, pour beaucoup, l'occasion de faire le bilan de ce qui a été accompli pendant l'année, de célébrer les Fêtes, de passer du temps en famille et avec ceux qui nous sont chers, et de faire des projets d'avenir. Tout cela est essentiellement individuel, mais force est de constater, au vu du nombre de petites et moyennes entreprises que TFO Canada soutient, que cela s'applique souvent à la vôtre.

À TFO Canada, nous avons beaucoup réfléchi ces derniers temps au travail que nous accomplissons, au soutien que nous procurons, aux pays, organismes et entreprises avec qui nous travaillons, et à l'avenir qui nous attend. Il ressort de cet exercice quelques thèmes importants qui nous aident à échauffer nos plans d'avenir.

Nouvelle politique d'aide internationale féministe du Canada: En juin 2017, le gouvernement canadien a lancé sa nouvelle politique d'aide internationale féministe, qui va rediriger l'aide vers les États les plus pauvres, les plus vulnérables et les plus fragiles. Comme a déclaré Marie-Claude Bibeau, ministre du Développement international et de la Francophonie, « cette politique reflète les appels lancés par les intervenants et demeure fidèle aux valeurs canadiennes. La politique a été établie sur la base de données probantes et tient compte de l'expertise et des avantages concurrentiels du Canada. La politique est aussi alignée avec les objectifs de développement durable des Nations Unies, qui visent à

éliminer la pauvreté d'ici 2030 ».

Objectifs de développement durable des Nations Unies: En prenant connaissance des 17 objectifs de développement durable, on comprend très vite que TFO Canada devrait se concentrer sur quelques-uns. Nous reconnaissons aussi qu'il existe des interdépendances entre les objectifs de développement. Cela étant dit, la corrélation entre notre travail et ces objectifs est particulièrement évidente dans l'objectif no 5 - Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles – et l'objectif no 8 – Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.

Rôle des nouvelles technologies: Pour TFO Canada, le commerce électronique est un moyen de transformer le négoce mondial et le paysage commercial à une cadence sans précédent, d'ouvrir le marché international aux petites et moyennes entreprises (et aux microentreprises!). Selon le numéro de septembre 2017 de *New Pathways to e-Commerce* de l'International Trade Centre, « le commerce transfrontalier compte déjà pour 12 % du négoce mondial de marchandises et il devrait atteindre le double du taux du commerce électronique national. Mais les petites et moyennes entreprises, surtout dans les pays en développement, ont encore de gros défis à relever pour saisir le potentiel du commerce électronique ».

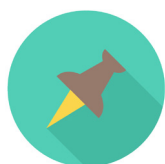
Accords de libre-échange du Canada:

Le Canada est régulièrement décrit comme un pays qui a négocié et conclu de nombreux accords commerciaux au cours des 25 dernières années. Outre les ententes commerciales passées avec des pays développés de l'Union européenne et les États-Unis, le Canada a ratifié des accords de libre-échange avec plusieurs pays en développement comme le Honduras, la Jordanie, l'Ukraine, le Pérou et la Colombie. Selon TFO Canada, il faut intégrer les aspects du développement à mesure que le pays cherche des occasions de moderniser les ententes existantes et d'en négocier de nouvelles avec d'autres pays en développement. Ces accords seraient fondamentaux pour mener à bien le « programme commercial progressiste » du Canada.

TFO Canada va énoncer sa stratégie pour les cinq prochaines années dans le courant de 2018, en s'inspirant de ces thèmes fondamentaux. Nous allons vous tenir au courant tout au long du processus, car votre apport sera très important. D'autres détails vont suivre!

Au nom de l'équipe de TFO Canada, nous vous souhaitons de joyeuses Fêtes et une année 2018 prospère et réussie pour vos activités commerciales internationales.

Steve Tipman
Directeur général
TFO Canada



Conseil commercial de Steve Tipman: Il faut, pour vendre à l'étranger, que les dirigeants de votre entreprise s'investissent à fond. L'exportation peut être très gratifiante, mais elle exige, pour durer, de mettre le temps, les efforts et les ressources nécessaires dans un engagement à long terme. Si vous envisagez l'exportation comme plan de rechange, en mettant l'accent sur les marchés étrangers seulement quand vos ventes nationales et régionales plongent, vos chances de réussite seront moindres. Pour réussir vos exportations, vous devez d'abord être solidement implanté dans votre marché national.

ÉTUDE DE MARCHÉ SUR LES PRODUITS DE SANTÉ NATURELS

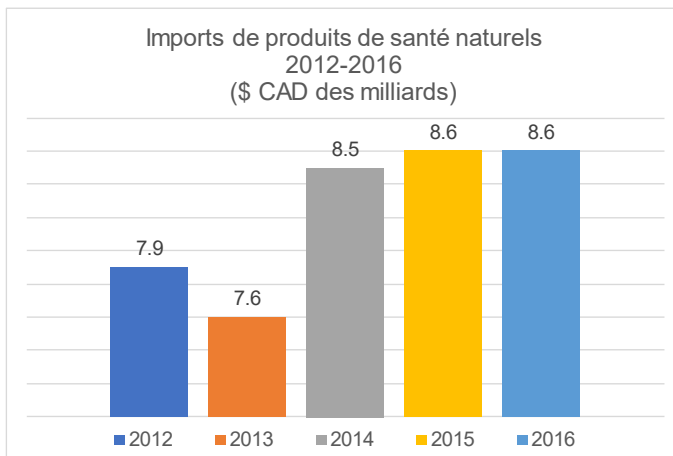
La population canadienne grandissante et diversifiée fait de plus en plus attention à sa santé, ce qui amène beaucoup de personnes à intégrer des mesures de santé préventives dans leur quotidien. Ce comportement proactif, présente une tendance répandue, consistant à privilégier un mode de vie sain a engendré une



augmentation des dépenses de consommation pour des produits de santé et de santé naturels en vente libre au Canada. Les produits de santé naturels constituent une catégorie qui inclut les suppléments vitaminiques et minéraux, les préparations aux herbes, les médicaments traditionnels et homéopathiques, les probiotiques et les enzymes. En 2017, les ventes de produits de santé grand public au Canada se sont élevées à 5,6 milliards de dollars, une croissance d'environ 16 % par rapport aux ventes totales enregistrées en 2012.

Plusieurs autres tendances ont contribué à accroître la demande pour les produits de santé naturels, entre autres le virage démographique que connaît le Canada du fait du vieillissement rapide de la population canadienne. Les aînés au Canada représentent un segment de marché important et grandissant. La croissance de la population née à l'étranger est une autre tendance qui se manifeste au Canada et en fait un des 10 premiers pays du monde comptant le plus grand nombre d'habitants d'origine étrangère. Ces Canadiens venant de l'étranger sont de plus en plus diversifiés et tiennent à avoir des herbes médicinales, médicaments chinois traditionnels, médicaments ayurvédiques (est de l'Inde) et autotraitements traditionnels utilisés par les communautés africaines des Antilles et latino-américaines.

Au cours des cinq dernières années, les importations de produits de santé naturels ont augmenté régulièrement, sauf en 2013 où elles ont connu un net recul imputable à un déclin marqué des importations de feuilles de coca et de paille



de pavot. Après 2013, il n'y a pas eu d'importations de paille de pavot déclarées et celles de feuilles de coca ne sont pas revenues à leurs niveaux de 2012, de sorte que le produit a été supprimé du système de codes SH pour le Canada en 2015. De 2014 à 2016, les importations de produits de santé naturels ont atteint un plateau.

Nous estimons néanmoins que le marché canadien pour l'importation de produits de santé naturels offre de nombreux débouchés pour les exportateurs des pays en développement, qu'il s'agisse d'approvisionner de nombreuses catégories de produits à base de plantes, de fabriquer des suppléments

nutritionnels ou de fournir des superaliments en poudre, liquides ou lyophilisés pour des rafraîchissements, p. ex. bars et boutiques à smoothies. Malgré une baisse des importations de farines et tourteaux de graines et de fruits oléagineux (à l'exception des graines de moutarde et des fèves de soja), la demande de superaliments verts comme la poudre de moringa est en hausse.

Cette croissance soutenue est imputable à la hausse constante des importations de produits spécifiques comme les médicaments non désignés ailleurs (nda), les médicaments en vrac contenant des alcaloïdes sans hormones ni antibiotiques, les vitamines, les provitamines et leurs dérivés, et les graisses et huiles de poisson

LES CINQ TENDANCES À SUIVRE EN 2018

A lors que nous célébrons à TFO Canada la fin d'une autre année fructueuse, nous aimerions évoquer brièvement les principales tendances que nous voyons se profiler sur le marché canadien en 2018. À TFO Canada, nous estimons que la clé d'une stratégie d'exportation couronnée de succès consiste à appairer ce que vous avez à offrir avec la demande canadienne actuelle et future. Cela consiste parfois à adapter la stratégie de marketing de votre produit et son étiquette au marché canadien, mais aussi à repenser le produit afin d'assurer une entrée réussie sur le marché.

1. Saveurs du Moyen-Orient. Les personnes originaires du Moyen-Orient, qui représentent la population d'immigrants qui augmente le plus vite au Canada, apportent leurs traditions culinaires et accroissent la demande pour ce genre de produits dans leur pays d'adoption. Les produits comme le hummus, les falafels, le za'atar, le halloumi, la harissa et les légumes et fruits orientaux comme l'aubergine, le gombo et la gourde amère connaissent une croissance accélérée.



2. Aliments à base de plantes. Le nombre de personnes qui optent pour des régimes végétariens et végétaliens est en hausse constante, tout comme la demande pour des produits à base de plantes. Les protéines à base de plantes comme les fèves, le soja et les noix continuent de gagner des parts du marché, tout comme les versions végétariennes et végétaliennes des produits de consommation courante tels que la crème glacée, le yaourt et les aliments qui remplacent la viande¹

3. Tissus technologiques innovants. Les tissus climatiques entrant dans la confection des vêtements de sport connaissent une forte demande sur le marché. Les vêtements athlétiques qui peuvent aussi être portés dans le jour à jour (sport-loisir) et qui permettent au corps de respirer quand il fait chaud mais tiennent chaud si le mercure chute brutalement sont très en vogue chez les consommateurs toujours plus pressés. Ces tissus technologiques innovants sont de plus en plus répandus et ne sont plus l'apanage des femmes, les enfants et les hommes ayant aussi adopté ce type de vêtements²



4. L'univers du jeu. On assiste à une résurgence des compagnies qui conçoivent des jeux à Montréal et à Toronto. De plus en plus de jeux vendus dans le monde sont créés par des studios basés dans ces deux villes canadiennes. La demande augmente, mais ces entreprises ont de la difficulté à trouver les employés qualifiés qu'il leur faut. Nous prévoyons que les studios de jeux canadiens vont se tourner de plus en plus vers l'étranger pour

recruter du personnel dans la communauté des technologies de l'information et des communications, en particulier en Inde, au Costa Rica, au Pérou, au Nigeria et en Chine.

5. Le monde virtuel. L'expertise en chaîne de blocs, intelligence artificielle, Internet des choses, réalité virtuelle et gestion de nuage va continuer d'être très recherchée. Et les entreprises canadiennes, qui veulent se démarquer dans ce domaine, vont se tourner vers l'étranger pour recruter les meilleures sociétés afin de les aider à sortir du lot.

En tant qu'exportateurs d'aliments, de textiles, de cosmétiques et de services, préparez vos offres pour 2018 en gardant à l'esprit les tendances du marché canadien afin de réussir vraiment à #ExporterAuCanada!

¹ [Whole Foods Market Reveals Top Food Trends for 2018](#)

² [Apparel Textile Sourcing Canada Show to provide glimpse into global design and fashion trends for 2018 and beyond](#)

ARTISAN HUB : DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE DURABLE PAR LE BIAIS DES SECTEURS TRADITIONNELS DANS LES PAYS LES MOINS AVANCÉS

Dans le cadre du projet Artisan Hub et avec la collaboration du Centre de recherches pour le développement international (CRDI), TFO Canada a fourni en 2017 un soutien technique à 30 petites et moyennes entreprises dans les secteurs des textiles et vêtements spécialisés de huit pays les moins avancés, à savoir Madagascar, l'Ouganda, le Lesotho, l'Éthiopie, Haïti, le Bangladesh, le Cambodge et le Népal, afin qu'ils puissent participer au salon Apparel Textile Sourcing Show Canada (ATSC) qui s'est tenu à Toronto du 20 au 23 août 2017.



Les 30 PME, qui offraient un large éventail de produits de décoration intérieure, vêtements et accessoires de mode uniques et faits main, ont été choisies au

terme d'un processus de sélection poussé lors de missions sur le terrain et de salons professionnels à Montréal,

Toronto et Vancouver en 2016. Pour aider les PME à se préparer pour les salons, en mettant l'accent sur les ventes et la création de relations d'affaires durables avec les acheteurs canadiens, Jacques Nadeau, un associé de TFO Canada, leur a fourni un manuel interactif qui a tiré parti de la flexibilité qu'offrent les réseaux sociaux pour proposer une approche graduelle en posant des questions techniques aux experts en la matière, en les invitant à approfondir leur réflexion et à proposer des réponses spécifiques, et en leur fournissant régulièrement des mises à jour stratégiques sur les tendances du marché et les produits offerts par les principaux acheteurs et chaînes au Canada.

Les 30 entreprises ont participé cet été au salon ATSC, et elles étaient prêtes à rencontrer leurs homologues canadiens et à démarrer des relations durables et mutuellement avantageuses. Pendant le salon, elles ont eu plus de 500 contacts directs avec des importateurs, détaillants et concepteurs canadiens, et elles s'attendent à réaliser près de 300 000 \$ en nouvelles ventes à l'exportation dans les 12 mois qui suivent. À partir de ces résultats préliminaires, TFO Canada fait un suivi diligent auprès des entreprises et leur a fourni des conseils pour interagir avec leurs contacts canadiens et les fournisseurs de services externes, de façon à pouvoir traiter sans difficulté les commandes reçues lors du salon ATSC.



AMÉLIORATION DE L'ACCÈS AU MARCHÉ ET PRÉPARATION À L'EXPORTATION POUR LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES DE L'ALLIANCE DU PACIFIQUE

TFO Canada, en partenariat avec quatre organismes de soutien au commerce de pays membres de l'Alliance du Pacifique (PROCHILE, PROCOLOMBIA, PROMEXICO et PROMPERU), est en train de mettre sur pied un projet visant à accroître les exportations des petits et moyens exportateurs pour les aider à pénétrer le marché canadien. Ce partenariat vise aussi à accroître le soutien des PME dans ces quatre pays afin d'accroître l'impact des accords de libre-échange sur l'économie et le développement au stade de la mise en œuvre, et ce, dans le but de stimuler la croissance économique locale, surtout celle des régions et des groupes défavorisés comme les communautés autochtones et les femmes.

Le projet a consisté d'abord et avant tout à tenir une série d'ateliers thématiques auxquels ont participé les quatre organismes de soutien au commerce et TFO Canada. Ces organismes ont assisté au Canada à des séances de formation visant à acquérir des capacités pour mieux répondre aux besoins des PME dans des domaines spécifiques, en particulier le secteur agroalimentaire et son potentiel commercial international.

Venait ensuite le transfert de connaissances des organismes de soutien au commerce aux PME exportatrices dans les quatre régions défavorisées identifiées dans chaque pays. Les 20 agents d'organismes de soutien au commerce ont donné 16 séminaires à 433 experts en la matière (dont 162 entreprises dirigées par des femmes), après quoi 80 entreprises ont été sélectionnées pour participer à une « phase d'acquisition de compétences ». L'équipe de TFO Canada a évalué et retenu 20 entreprises finalistes qui ont ensuite pris part à un programme spécial de trois mois qui a consisté à être formées et préparées pour prendre part à une mission commerciale au salon Grocery Innovation Canada Show à Toronto du 22 au 25 octobre 2017. Les 60 autres entreprises ont participé à une phase de « développement de stratégies d'exportation » pendant laquelle les conseillers de TFO Canada les ont évaluées individuellement et leur ont préparé des stratégies d'exportation personnalisées. Les 60 entreprises ont ainsi pu en apprendre davantage sur le marché canadien et ses règlements, et elles sont maintenant prêtes à participer à une prochaine mission commerciale au Canada. En plus d'être davantage pour les PME des régions défavorisées dans les quatre pays, qui ont appris à connaître



le marché canadien et ses règlements, normes et habitudes de consommation, le projet d'Alliance du Pacifique a eu un impact sur les femmes et les hommes qui dirigent les quatre organismes de soutien au commerce et qui vont former à l'avenir des PME et des institutions dans d'autres régions, ce qui aura un effet de domino sur les connaissances en ce qui a trait à la façon d'exporter au Canada.

APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

Les représentants régionaux de TFO Canada et des représentants commerciaux de cinq pays visitent les importateurs canadiens

Octobre 18, 2017

Montréal, Québec



Marc Germain a organisé la dernière d'une série de visites de représentants commerciaux à un importateur canadien. Il s'agit de Reliance Group, lequel fait essentiellement le commerce de fruits et légumes surgelés individuellement. Marc a rencontré des représentants commerciaux de l'Équateur, du Pakistan, du Chili, de l'Argentine et du Mexique (et indirectement du Honduras et de la Colombie, car ils n'ont pas participé mais ont pu aider ensuite Reliance à établir des contacts dans leurs pays respectifs). Un suivi est en cours pour trouver de nouvelles sources d'approvisionnement pour ces produits spécifiques.

Mission de commerce et d'investissement au Canada organisée par l'ambassade des Philippines et la Chambre de commerce du Canada aux Philippines (CanCham)

Octobre 25, 2017

Ottawa, Ontario

Marta Recinos, notre gestionnaire de projets pour l'Asie et le Moyen-Orient, a fait une présentation sur la façon d'exporter au Canada et les services que TFO Canada offre pour soutenir les exportations. La délégation des Philippines était composée de sept entreprises dans les domaines de l'agriculture, de l'alimentation et de l'agrotechnologie. Le sénateur Tobias Enverga et Neil Reeder, ancien ambassadeur canadien aux Philippines,

ont aussi participé à l'événement et souhaité la bienvenue à la délégation.



Présentation du gestionnaire de projet Asie et Moyen-Orient de TFO Canada à la Chambre de Commerce de Madagascar au Canada

Octobre 27, 2017

Ottawa, Ontario

Notre gestionnaire de projet Amandine Gakima a fait une présentation sur les Services d'information commerciale de TFO Canada à une délégation de Madagascar le 27 octobre 2017. La Chambre de commerce Canada-Madagascar a organisé une mission

commerciale pendant laquelle 12 entreprises malgaches ont visité trois villes canadiennes (Québec, Montréal et Ottawa/Gatineau) pour mieux comprendre le marché canadien et le consommateur canadien.

Mission des acheteurs canadiens en Indonésie

Novembre 12 au 21, 2017

Province Gayo et ville Bandung, Indonésie

Dans le cadre du projet Canada-Indonésie sur le commerce et l'aide au secteur privé du Conference Board du Canada, qui est financé par Affaires mondiales Canada, TFO Canada a organisé deux missions d'acheteurs canadiens (café et souliers) dans la province de Gayo et à Bandung, en Indonésie, du 12 au 21 novembre 2017. Les acheteurs de Coops Coffees, Bean North, Just Us, Lenoir & Lacroix et Los Beans, et l'acheteur de souliers Lisbeth Joe ont rencontré cinq producteurs de café et cinq fabricants de souliers, tous des PME indonésiennes. Normand Roy et Phil Zwibel, les associés de TFO Canada, ont accompagné l'équipe du projet à Jakarta.



APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

Présentation de TFO Canada à la table ronde mondiale des vêtements éthiques (WEAR pour son acronyme en anglais)

Novembre 13, 2017
Toronto, Ontario



Amandine Gakima, notre gestionnaire de projets, et Mylène Bordeleau, agente de gestion de programme au CRDI, ont fait une présentation à la World Ethical Apparel Roundtable (WEAR) le 13 novembre 2017. Elles ont parlé de la collaboration de TFO Canada et du CRDI à l'initiative Artisan Hub, qui a débuté avec la mise en place de stratégies d'accès au marché dans les pays et a permis à 30 PME triées sur le volet d'être formées et habilitées pour une mission commerciale au salon Apparel Textile Sourcing Canada 2017 à Toronto l'été dernier.

TFO Canada a lancé un projet pilote de mission commerciale virtuelle

Novembre y Diciembre, 2017

En-Ligne

En novembre et décembre 2017, en partenariat avec des organismes de soutien au commerce dominicain et équatorien (Centro de Exportación en Inversión de la Republica Dominicana CEI-RD et le bureau commercial de PROECUADOR à Toronto), TFO Canada a lancé sa première mission commerciale virtuelle. Il s'agit d'une rencontre interentreprises virtuelle qui vise à établir des relations entre les PME dominicaines et équatoriennes prêtes à exporter et les importateurs canadiens. Ce projet pilote a été mené en collaboration avec nos représentants régionaux Alma Farias et Marc Germain. Les résultats sont toujours en cours, mais vous pouvez voir une courte vidéo [ici](#).



Projet de les mécanisme réactif des partenaires commerciaux en Égypte

Decembre 10 al 14, 2017

Le Caire, Égypte

Marc Germain, notre représentant régional pour Montréal, a travaillé sur le mécanisme réactif des partenaires commerciaux en Égypte, projet qui consiste à préparer et à tenir un



séminaire sur le marché des produits alimentaires au Canada et à avoir ensuite des rencontres individuelles et des visites de PME au Caire. Dix PME (l'objectif étant que la moitié aient des femmes comme propriétaires ou gestionnaires) seront choisies pour participer au salon SIAL 2018 qui se tiendra à Montréal, au Canada. Le séminaire s'est déroulé au Caire le 10 décembre, après quoi il y a eu des rencontres et des visites du 11 au 14 décembre (au Caire). Marc a aussi fait une présentation sur les services de TFO Canada à la Fédération des industries égyptiennes pour le Groupe de synergie de la croissance économique durable, en présence d'un groupe de l'ambassade du Canada au Caire.



HISTOIRES À SUCCES: LE BUREAU COMMERCIAL NOUVELLEMENT OUVERT DU CONSULAT GÉNÉRAL DES PHILIPPINES À TORONTO A TROUVÉ LE BON PARTENAIRE AUPRÈS DE TFO CANADA

« Les services que TFO Canada fournit sont particulièrement uniques. J'ai été dans de nombreux pays et je n'ai jamais reçu ce genre de service, explique Maria Roseni Alvero en entrevue téléphonique. TFO Canada a un dispositif spécifique pour permettre à d'autres pays d'exporter des produits au Canada. Cela améliore les relations commerciales entre le Canada et l'étranger. TFO Canada a des consultants commerciaux qui travaillent avec les exportateurs. J'apprécie les renseignements sur les marchés et les contacts avec les acheteurs que l'organisme fournit. »

Il existe un concept basé sur les tâches à accomplir. Si un client a une tâche à accomplir, il demande à un fournisseur de s'en charger. Dans le langage de tous les jours, ce principe revient pour une organisation à offrir un service que les clients potentiels recherchent. TFO Canada fournit les outils, les ressources et l'information dont les importateurs et les exportateurs ont besoin pour traiter ensemble. TFO Canada jumelle les uns et les autres, et ceux-ci réussissent mieux que la concurrence.

En dépit de la multitude d'organisations commerciales, beaucoup de clients de TFO

Canada disent que les services que ce dernier offre sont uniques, car ils aident aussi bien les acheteurs que les vendeurs. L'organisme accomplit la tâche pour laquelle il a été créé et ses clients donnent leur sceau d'approbation.

Maria Roseni Alvero est commissaire commerciale principale auprès du bureau commercial nouvellement ouvert du Consulat général des Philippines à Toronto. Dans les nombreux rôles liés au commerce international qu'elle a tenus au fil des ans, elle a fait la promotion des exportations des Philippines à l'étranger. Aujourd'hui, elle encourage le commerce entre son pays natal et le Canada. Pendant l'entrevue, Maria Roseni a aussi mentionné trois services de TFO Canada qui lui permettent de s'acquitter efficacement de ses fonctions de représentante commerciale :

1. Séances d'information
2. Liste d'acheteurs de produits spécifiques
3. Études de marché sur des secteurs spécifiques

Elle a reconnu que le Consulat général est plus efficace grâce à l'aide de TFO Canada, car ce serait plus difficile d'obtenir des renseignements pour ses exportateurs sans l'organisme. « TFO Canada est réceptif aux demandes des exportateurs philippins et permet aux petites et moyennes entreprises de donner une plus grande visibilité à leurs produits. » Elle a aussi fait remarquer que les salons professionnels que TFO Canada organise sont très importants pour les exportateurs, car ils obtiennent des renseignements essentiels pour leur réussite. Et l'on sait que le commerce international aide à créer des emplois, en plus d'encourager l'autosuffisance économique.



SUITE: LE BUREAU COMMERCIAL NOUVELLEMENT OUVERT DU CONSULAT GÉNÉRAL DES PHILIPPINES À TORONTO A TROUVÉ LE BON PARTENAIRE AUPRÈS DE TFO CANADA

Alvero aime les programmes que TFO Canada propose et surtout l'aide ciblée que fournit le Service de développement du commerce responsable, qui est plus durable et facilite la surveillance du programme. TFO Canada apporte une aide directe à des exportateurs spécifiques. Alvero a pu consulter l'étude de marché sur la mode et les accessoires à partir des services en ligne de TFO Canada et elle a ajouté que « les exportateurs étaient vraiment reconnaissants d'avoir de l'information; il y en avait en fait beaucoup plus que ce à quoi elle s'attendait... Dans les mois qui viennent, nous allons les consulter pour savoir comment les renseignements leur ont été utiles. Il s'agit d'un travail perpétuel. »



Maria Roseni Alvero tient TFO Canada en haute estime et recommanderait volontiers TFO Canada. « Le travail fourni par TFO Canada soutient les accords bilatéraux. Quand nous parlons à Affaires mondiales Canada, nous leur disons à quel point l'organisme est important pour nous. »



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