

Un marché d'importation chaud dans un pays froid

Dans ce numéro:

Cette année, l'hiver a été particulièrement long et froid presque partout au Canada. En effet, le sol a gelé plus de cinq mois, n'accordant ainsi qu'une courte période de végétation aux agriculteurs. Par conséquent, les consommateurs et les détaillants canadiens se sont repliés sur les produits alimentaires importés. Près du tiers des aliments achetés par les Canadiens sont importés! Ces produits proviennent de plus en plus de pays en développement.

Ce bulletin de TFO Canada dépeint plusieurs segments du marché canadien de l'alimentation. Il tombe à point nommé car Montréal et Vancouver abriteront les deux plus importantes foires du secteur de l'alimentation au Canada en avril : le SIAL Canada qui se déroulera à Montréal, et où seront présentés des aliments transformés et industriels, et le salon professionnel de l'Association

canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL) qui présentera les produits frais à Vancouver. TFO Canada participera aux deux événements pour soutenir et encourager les exportateurs honduriens, indonésiens, panaméens, péruviens et tunisiens.

Le secteur des aliments transformés et industriels, notamment, diversifie de plus en plus ses activités quant au choix de produits proposés au consommateur et choix de fournisseurs aux détaillants et aux importateurs. Il s'agit d'une bonne nouvelle pour les sociétés qui offrent des produits de qualité et désirent pénétrer le marché canadien. Ce bulletin raconte le voyage d'une de ces sociétés, Secrets of Panama, qui s'est servi du SIAL 2013 pour accéder au marché canadien et, avec le soutien de TFO Canada, a déniché le bon acheteur. Maintenant, Secrets of Panama a commencé à exporter

ses sauces savoureuses piquantes au Canada.

Ce numéro met également l'accent sur le marché d'importation des fruits et des légumes transformés qui a enregistré une hausse spectaculaire de 10 %. Il décrit les tendances observées au niveau des fruits secs, des noix et des épices et dont l'importation a doublé. Ces exemples ne représentent que quelques cas répertoriés par nos récentes études de marchés actualisées sur ces secteurs de l'alimentation.

Au Canada, il se peut qu'il fasse encore froid dehors, mais même si Secrets of Panama l'a judicieusement découvert pour ses sauces, il existe ici des débouchés très prometteurs pour les aliments industriels et transformés.

Brian Mitchell
Directeur général
TFO Canada

<i>Marché canadien des aliments de spécialité</i>	1
<i>Prochains Webinaires</i>	1
<i>Fruits et légumes transformés 2014</i>	2
<i>Aliments séchés, noix et épices 2014</i>	3
<i>Directives sur l'importation des produits alimentaires et</i>	3
<i>Quoi de neuf sur le marché canadien?</i>	4
<i>Événements commerciaux à venir</i>	4
<i>Aperçu des événements de</i>	5
<i>Une productrice panaméenne de sauce piquante « pimente » le marché canadien</i>	6

Marché canadien des aliments de spécialité

Au Canada, le marché des aliments de spécialité n'a cessé de croître durant les cinq dernières années, avec une moyenne annuelle de 2,7 %.

Au Canada, le marché des aliments de spécialité n'a cessé de croître durant les cinq dernières années, avec une moyenne annuelle de 2,7 %. Ce marché regroupe les aliments ethniques, les produits sans allergènes, les aliments à caractère religieux produits conformément aux interdits alimentaires et les choix santé tels que les produits biologiques. Les petits magasins locaux renforcent leur présence dans l'espace qu'occupent les supermarchés classiques qui gardent le monopole avec 89,9 % de la part du marché. Toutefois, le nombre croissant d'immigrants au Canada stimule la demande de produits ethniques. La récession mondiale a entraîné une polarisation de l'industrie alimentaire canadienne au cours des dernières années. Les répercussions de la hausse du prix des aliments ont engendré une plus forte demande de détaillants à marge réduite. Par conséquent, les produits à bas prix et de haut gamme ont enregistré une forte croissance. Dans l'avenir, la demande de produits comme les nouilles, les collations sucrées et aux fines herbes, ainsi que les pâtes alimentaires devrait s'accroître rapidement en termes de volume.

(Suite à la page 5)

Prochains Webinaires

TFO Canada a le plaisir d'organiser un webinaire en anglais :

How Personal Care Products are regulated in Canada (Réglementation des produits d'hygiène et de beauté au Canada)

29 avril 2014 à 10 h (GMT - 5)

TFO Canada organisera également trois webinaires pour informer les exportateurs nouvellement inscrits sur l'utilisation des services en ligne disponibles sur le site Web de TFO Canada.

Services en ligne de TFO Canada

Anglais - 24 avril 2014 à 10 h 30 (GMT - 5 h 30)

Français - 15 mai 2014 à 10 h 30 (GMT - 5 h 30)

Espagnol - 27 juin 2014 à 10 h 30 (GMT - 5 h 30)

Si vous souhaitez participer à ces webinaires, veuillez envoyer un courriel à webinar@tfocanada.ca en spécifiant celui qui vous intéresse.

Fruits et légumes transformés 2014

Les fruits et les légumes conservés provisoirement sont impropres à la consommation humaine à court terme

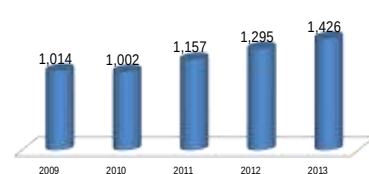
Importations de fruits et légumes conservés provisoirement, de 2009 à 2013 (millions de dollars)



Les importations de fruits et de légumes conservés provisoirement et qui doivent être davantage traités pour être transformés en produits consommables a augmenté de 0,8 % entre janvier 2013 et janvier 2014. Cette légère hausse se situe dans le prolongement de la hausse de 100 000 \$ observée entre 2012 et 2013 comme l'indique le graphique adjacent. Néanmoins, les importations ont substantiellement baissé en passant du record de 27,7 millions de dollars enregistré en cinq ans en 2009 à 13,5 millions en 2013. Les importations de fruits et légumes conservés provisoirement se sont tassées en volume au cours de cinq dernières années à l'exception des cerises et des mélanges de légumes qui ont augmenté de 10,6 % et 5,7 % respectivement entre 2012 et 2013. En 2013, la plupart des importations étaient destinées au Québec (7,6 millions de dollars), à l'Ontario (4,9 millions) et la Colombie-Britannique (0,9 million). Les produits provenaient surtout d'Espagne (3,5 millions), des États-Unis (2,7 millions) et d'Italie (0,2 million).

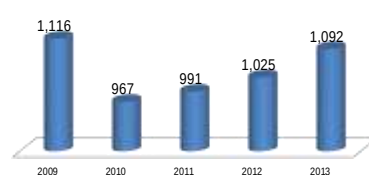
Fruits et légumes en conserve

Importations de fruits et légumes en conserve et confits, de 2009 à 2013 (en millions de dollars)



Contrairement aux fruits et légumes conservés provisoirement qui sont impropres à la consommation humaine à court terme, les importations de fruits et légumes en conserve consommables ont atteint leur niveau record en cinq ans avec 1,4 milliard en 2013. Une hausse cumulative de 10,1 % observée en janvier 2014 indique une autre augmentation annuelle potentielle. En 2013, la majorité (762 millions de dollars) des importations étaient constituées de préparations à base de fruits, noix et de plantes comestibles non préparés, alors que les produits confis au sucre constituaient la part de produits les moins importés (7 millions). Les produits marinés (conservés dans du vinaigre) se chiffraient à 146 millions de dollars, alors que les produits cuits tels que les confitures et les gelées totalisaient 71 millions. En 2013, l'Ontario (793 millions), la Colombie-Britannique (293 millions) et le Québec (185 millions) constituaient les principaux importateurs. Elles s'approvisionnaient principalement aux États-Unis (909 millions de dollars), en Chine (99 millions) et en Thaïlande (59 millions).

Importations de fruits et légumes surgelés, de 2009 à 2013 (en millions de dollars)



Fruits et légumes surgelés

Les techniques avancées et les méthodes améliorées de récolte et de traitement permettent d'offrir des produits surgelés de meilleure qualité qui alimentent le processus de commande des choix santé des Canadiens. Après avoir subi une baisse importante en 2010, les importations ont repris au cours des quatre années suivantes et ont atteint leur niveau record en quatre ans avec 1,90 milliard de dollars. Cette hausse devrait se poursuivre en 2014. En janvier 2014, les importations ont augmenté de 6,5 % par rapport à la même période en 2013.

Ces informations proviennent de la nouvelle étude de marché « Fruits et légumes transformés 2014 », qui sera bientôt disponible pour les membres inscrits au www.tfocanada.ca.

Aliments séchés, noix et épices 2014

Légumes séchés, racines et tubercules

Les importations de légumes séchés, de manioc, de patates douces, d'arrow-roots et de salep s'élevaient à 293 millions de dollars en 2013, représentant ainsi le plus haut niveau en cinq ans. Les acheteurs de l'Ontario, la Colombie-Britannique et du Québec ont acheté la plupart de ces produits. Bien que les États-Unis (170,9 millions de dollars), la Chine (52,2 millions) et l'Australie (7,2 millions) fussent les principaux fournisseurs de ce marché, d'autres pays clients de TFO Canada se sont classés parmi les dix premiers fournisseurs en 2013.

Fruits séchés

En cinq ans, les importations de fruits séchés ont également atteint un record de 1,47 milliard de dollars en 2013, après avoir coûté 1,26 milliard de dollars en 2009. Les agrumes figuraient en première place avec 459,9 millions de dollars. La plupart de ces achats (601,2 millions de dollars) ont été effectués par des acheteurs de l'Ontario, suivis de ceux de la Colombie-Britannique (273,8 millions) et du Québec (207,5 millions).

Légumes séchés

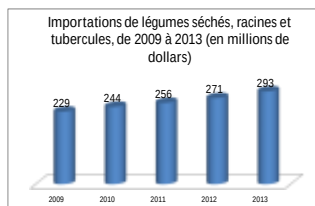
À l'instar des autres produits étudiés dans ce rapport, les importations de légumes séchés, y compris les pois secs, les pois chiches, les haricots et les lentilles ont eux aussi atteint un pic de 120,6 millions de dollars en 2013. La hausse de l'année précédente se situait à 10,1 %. Ce chiffre démontre que les Canadiens utilisent de plus en plus ces produits comme protéines alternatives dans leurs choix santé.

Noix comestibles

Avec 601 millions de dollars, les importations de noix comestibles ont atteint leur plus haut niveau en cinq ans en 2013. Durant cette année, les importations de noix de coco, de noix du Brésil et de noix de cajou ont augmenté de 13,9 % au-dessus des valeurs de 2012, pendant que les importations des autres noix augmentaient de 10,6 % au cours de la même période entre 2012 et 2013. Les acheteurs de l'Ontario ont acheté un peu plus de la moitié de ces importations, suivi des acheteurs du Québec et de la Colombie-Britannique.

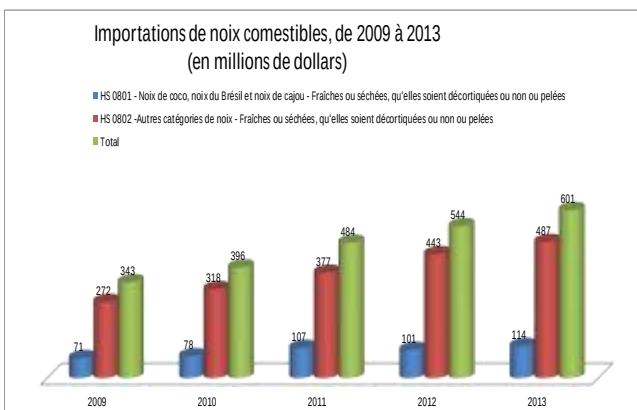
Riz

Après avoir atteint un record de 342 millions de dollars en 2009, les importations de riz ont chuté à 304 millions de dollars en 2011 et 2012 avant de remonter à 339 millions de dollars en 2013.



Épices, fines herbes et extractifs

Les importations d'épices, de fines herbes et d'extractifs d'épice ont beaucoup augmenté (de 17,7 %) entre 2012 et 2013 et ont atteint le sommet en 2013 avec 168 millions de dollars. Les poivres (77,2 millions de dollars) et les épices tels que le gingembre, le safran, le curry et le thym (55 millions de dollars) ont été les plus importés en 2013 par les acheteurs de l'Ontario (94 millions de dollars), du Québec (43,4 millions) et de la Colombie-Britannique (25,9 millions).



Ces informations proviennent de la nouvelle étude de marché « Aliments séchés, noix et épices 2014 », qui sera bientôt disponible pour les membres inscrits au www.tfocanada.ca.

Directives sur l'importation des produits alimentaires et végétaux pour les foires commerciales et les salons professionnels du Canada

Le [Guide d'importation des produits alimentaires et végétaux pour les foires commerciales et les salons professionnels du Canada](#) explique aux exposants les conditions spéciales qui s'appliquent à l'importation des produits alimentaires et des sous-produits horticoles pour un salon ou une foire commerciale. L'Agence canadienne d'inspection des aliments définit les directives relatives à l'importation, présente les exigences prévues par la loi pour les catégories de produits et le processus à suivre par les exposants pour s'y conformer lorsqu'ils viennent exposer ces produits au Canada.

Accès aux études de marchés en ligne

Pour avoir accès aux [études de marchés](#), votre entreprise doit être inscrite auprès de TFO Canada.

C'est simple : allez sur le site www.tfocanada.ca, et cliquez sur «vous inscrire» puis, suivez les étapes.

Une fois inscrit auprès de TFO Canada, vous aurez accès au contenu riche en information de notre site, y compris des renseignements détaillés pertinents à votre secteur dans les Documents «information sur les marchés», en plus de nos services de promotion.

Quoi de neuf sur le marché canadien?

[Le Gouvernement Harper adopte une loi pour la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange avec le Honduras](#)

30 janvier 2014

Le gouvernement a adopté aujourd'hui la Loi sur la croissance économique et la prospérité - Canada-Honduras, pour mettre en œuvre l'Accord de libre-échange Canada-Honduras, ainsi que les accords sur l'emploi et la coopération environnementale.

L'Honorable Ed Fast, ministre du Commerce international, et José Adonis Lavoie, ministre de l'Industrie et du Commerce du Honduras, ont signé les accords à Ottawa, le 5 novembre 2013. Un débat national et des processus de ratification seront mis en place au Canada et au Honduras pour permettre l'entrée en vigueur des accords.

Depuis 2006, le Canada a signé des accords de libre-échange avec neuf pays, dont la Colombie, la Jordanie, le Panama, le Pérou, l'Association européenne de libre-échange (Islande, Liechtenstein, Norvège et Suisse) et le Honduras. Tout récemment, le Canada a signé une entente de principe avec les 28 pays de l'Union Européenne, le plus grand marché lucratif du monde.

[Le déficit commercial du Canada passe à 1,66 milliard de dollars canadiens en décembre suite au niveau record atteint par les importations](#)

6 février 2014

Le Canada affichait un déficit commercial plus important de 1,66 milliard de dollars canadiens (1,49 milliard de dollars américains) en décembre. Selon les données publiées par Statistiques Canada jeudi dernier, il s'agit du plus grand déficit enregistré depuis novembre 2012, étant donné que les importations ont atteint un record suite à la hausse des prix. En outre, le déficit de novembre a été largement revu à la hausse.

Le déséquilibre de la balance commerciale continue à s'accroître malgré la baisse du volume des

importations et la hausse des exportations. Les prix à l'importation ont augmenté de 1,6 % en partie à cause de la faiblesse du dollar canadien, bien que les volumes d'importation aient baissé de 0,4 %. Les volumes d'exportations quant à eux ont augmenté de 0,8 % alors que les prix ont enregistré une hausse de 0,1 %.

[Commerce international des marchandises au Canada](#)

Lundi 10 mars 2014

Au Canada, les importations de marchandises ont baissé de 1,6 % pendant que les exportations augmentaient lentement de 0,2 % en janvier. En conséquence, le déficit commercial canadien par rapport au reste du monde est passé de 922 millions de dollars en décembre à 177 millions en janvier.

Les importations ont chuté à 40,8 milliards de dollars car les volumes ont baissé de 2,6 % alors que les prix ont augmenté de 1,0 %. Les véhicules motorisés, les pièces détachées et les produits énergétiques sont les principaux facteurs du fléchissement global des importations.

Les exportations ont légèrement augmenté à 40,6 milliards de dollars car l'augmentation dans les produits énergétiques a surtout été contrebalancée par les baisses enregistrées au niveau des véhicules motorisés, des pièces de rechange, des minerais métalliques et des minéraux non métalliques. Dans l'ensemble, les prix ont augmenté de 5,8 % tandis que les volumes baissaient de 5,3 %.

Les exportations vers des pays autres que les États-Unis ont augmenté de 1,3 % avec 10,0 milliards de dollars, étant donné que les hausses enregistrées dans les exportations vers la principale zone commerciale « tous les autres pays » (+9,3 %) ont été en partie contrebalancées par les baisses d'exportation au Japon (20,1 %). Les importations en provenance de pays autres que les États-Unis ont chuté de 1,2 % pour s'établir à 13,8 milliards de dollars. La baisse des

importations de pétrole brut et de bitume de la Norvège a entraîné une baisse de 8,6 % au niveau des importations en provenance de la principale zone commerciale « autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques. » Ce recul a été partiellement neutralisé par une hausse de 5,4 % des importations en provenance de l'Union Européenne. Ainsi, le déficit commercial canadien par rapport aux pays autres que les États-Unis a été réduit de 4,1 milliards de dollars en décembre à 3,8 milliards en janvier.

[Les changements de règles de l'ACIA en 2015 imposeront à toutes les entreprises alimentaires canadiennes d'avoir des permis fédéraux](#)

12 mars 2014

En 2015, le secteur canadien des aliments et des boissons subira d'énormes changements. En effet, l'ACIA (Agence canadienne d'inspection des aliments) imposera un permis fédéral à tous les producteurs, importateurs et exportateurs d'aliments du pays.

Un ensemble normalisé de critères d'inspection seront bientôt établis pour tous les produits alimentaires, ainsi qu'une liste exhaustive de produits qui passeront sous l'œil vigilant des inspecteurs. Dans le cadre des mesures de l'ACIA visant à moderniser ses pratiques, plusieurs de ces nouveaux règlements remplaceront ceux des années 40.

Candace Sider, directrice des affaires réglementaires de la société de courtage en douane et conseils en commerce, Livingston International Inc., déclare : « Ils lui donnent le nom de modernisation, mais en réalité il s'agit d'une sorte d'harmonisation avec d'autres principaux organismes gouvernementaux, en vue de transformer leurs pratiques commerciales actuelles. »

Annoncé en même temps que la Loi sur la salubrité des aliments au Canada en 2012, le programme de modernisation exige que toutes les sociétés élaborent et mettent en œuvre des plans de mesure préventive susceptibles d'être élargis.

Événements commerciaux à venir

AVRIL		Luggage, Leathergoods, Handbags & Accessories Show 27 - 29 avril 2014 Toronto
SIAL CANADA 2014 2 - 4 avril 2014 Montréal	CPMA's Annual Convention Show 2014 2 - 4 avril 2014 Vancouver	MAI Esthétique Spa International 4 - 5 mai 2014 Toronto Bakery Showcase 2014 4 - 6 mai 2014 Toronto SIDIM - International Design Show 22 - 25 mai 2014 Montréal
Grocery Showcase West 6 - 7 avril 2014 Vancouver	Canadian Health Food Association - West Show 12 - 13 avril 2014 Vancouver	

Marché canadien des aliments de spécialité

(Suite de la page 1)

L'importante multiplicité ethnique de la population canadienne contribue à l'augmentation de la demande d'aliments ethniques et à caractère religieux produits conformément aux interdits alimentaires, dont les produits Halal et casher. Le marché des aliments ethniques devrait poursuivre sa croissance lors des prochaines années, étant donné que les groupes minoritaires visibles devraient eux aussi atteindre 11,4 millions de personnes en 2031. Ce marché se développera en termes de volume et

de diversité. À l'heure actuelle, la population sud-asiatique et chinoise forment le plus grand groupe ethnique au Canada. Cependant, la population musulmane est celle qui croît le plus rapidement. Dans l'ensemble, les Canadiens affichent un intérêt croissant pour les aliments ethniques.

Au Canada, le vieillissement démographique et l'intérêt grandissant pour les produits santé constituent un autre paramètre important du marché des aliments de spécialité. Les petits magasins et les marchés fermiers de spécialité ont plus d'en-

gouement pour les produits biologiques, les choix santé (produits à faible teneur en sel ou en gras) et les ingrédients et les produits locaux. Les produits sans allergènes, y compris les produits sans gluten, sans noix et sans lactose sont très recherchés. Les Canadiens de revenu moyen à élevé sont de plus en plus friands de gastronomie et d'aliments artisanaux.

Ces tendances générales et ces interdits alimentaires spécifiques peuvent offrir diverses possibilités aux exportateurs et aux producteurs d'aliments canadiens. Le ministère

de l'Agriculture et de

En général, le marché des aliments de spécialité se développe rapidement et ce type de produits sera probablement très recherché dans les prochaines années.

Source :

Marchandises emballées au Canada (2014), Euromonitor International

Le marché des aliments de spécialité en Amérique du Nord (2012), ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada

Aperçu des événements de TFO Canada

Une représentante commerciale de TFO Canada reçoit le prix d'excellence du commerce international

TFO Canada félicite Alma Farias récipiendaire du premier prix des trois prix accordés par l'Organisation des femmes en commerce international (OWIT) à Toronto lors du Gala annuel de la remise des prix visant à récompenser les femmes intervenant dans le commerce international. Alma est la représentante commerciale de TFO Canada à Toronto. Elle a plus de 18 ans d'expérience en commerce international.

Ce prix récompense une femme exceptionnelle de l'Ontario qui, à travers ses activités et ses réseaux, défend et conseille les femmes, en favorisant les créneaux qui permettent aux femmes entrepreneurs ou aux professionnelles de réussir dans le commerce international.



Mission réussie auprès des acheteurs du Groupement des productrices du beurre de karité au Burkina Faso

Du 3 au 7 février, TFO Canada a organisé une mission pour les acheteurs nord-américains du beurre de karité au Burkina Faso. Cette mission a été la dernière grande étape d'un projet conjoint de TFO Canada-SACO sur le Groupement des producteurs de beurre de karité qui a aidé à former le groupement des producteurs du beurre de karité GIE-Karité du Burkina Faso, composé de 6 entreprises et associations dirigées par des femmes. Trois acheteurs ontariens ont pris part à la mission conduite par l'associé de TFO, Monsieur Bertrand Walle, et leur partenaire local, la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso.



La première journée a été consacrée aux communications des partenaires, des producteurs et des acheteurs. Les acheteurs ont profité du reste de la semaine pour faire connaissance avec les producteurs lors de visites dans les unités de production de six producteurs dans les environs de Ouagadougou et à Léo. La dernière journée a été réservée aux rencontres individuelles entre les acheteurs et les membres du groupement, au cours desquelles des commandes ont été lancées.

De la formation à la participation au salon professionnel, les PME honduriennes sont prêtes pour le SIAL et le salon de l'ACDFL

Les exportateurs d'aliments transformés sont attendus au Salon international de l'alimentation (SIAL) qui se tiendra du 2 au 4 avril à Montréal. Ils s'apercevront eux-mêmes du dynamisme de notre marché et établiront des contacts avec d'éventuels importateurs. De même, un groupe restreint de producteurs de produits frais participera au Salon annuel de l'Association canadienne des distributeurs de fruits et légumes (ACDFL) à Vancouver au même moment.

Leur participation est l'aboutissement d'une activité commerciale organisée par TFO Canada, dans le cadre du Programme d'assistance technique liée au commerce Canada-Amériques, en collaboration avec FIDE Honduras (partenaire de TFO Canada au Honduras pour la promotion des exportations), SACO et l'IICA. En janvier 2014, TFO Canada et ses partenaires ont organisé une série de séminaires à Tegucigalpa et San Pedro Sula au profit de PME spécialisées dans le commerce des produits agroalimentaires (produits frais et aliments transformés). Plus de 60 sociétés de ce secteur ont participé aux séminaires destinés à initier ces sociétés au marché canadien. La majorité desdites sociétés ne

connaissent pas notre marché. Notre équipe d'experts canadiens ont présenté des thèmes incluant la réglementation, l'accès au marché et les caractéristiques générales du marché. Suite aux séminaires, les représentants des sociétés ont eu l'occasion de rencontrer nos experts afin de recueillir leurs impressions sur la présentation de leurs produits individuelles.

Après ces rencontres, un petit groupe de sociétés ont été sélectionnées pour un suivi incluant un programme de formation et un voyage d'information au Canada.

Les activités des deux salons professionnels s'inscrivent dans un programme coopératif financé par le Gouvernement du Canada, en vue d'aider les PME honduriennes. Ce programme est le fruit de l'Accord de libre-échange entre le Canada et le Honduras qui devrait officiellement entrer en vigueur plus tard cette année.



Une productrice panaméenne de sauce piquante « pimente » le marché canadien

Marianela Martinez de Alvarado s'est rendu compte qu'un changement de carrière s'imposait après qu'un de ses clients n'a pas réussi à trouver des souvenirs culinaires du Panama. Étant donné que sa collègue canadienne lui avait fait part de sa déception par rapport aux sauces piquantes ordinaires proposées par les supermarchés locaux, l'ancienne avocate en droit international s'est rendu compte qu'il y avait un vide qu'elle désirait combler.

Deux ans plus tard, Alvarado devenait la fière propriétaire de Secrets of Panama, une petite entreprise qui produit le hotCHOMBO. La sauce piquante est 100 % naturelle et faite à base d'ingrédients locaux comme le piment Habanero, le poivre de Cayenne le plus piquant au monde, et de rhum en hommage aux Caraïbes.

« C'est un mélange divin, »

déclare Marianela en parlant de sa recette qu'elle a hérité de sa grand-mère.

Peu de temps après, Alvarado envisageait de faire connaître son entreprise sur les marchés étrangers. L'entreprise en plein essor s'est ralliée à d'autres petites et moyennes entreprises

panaméennes lors de l'édition 2013 du Salon international de l'alimentation (SIAL) qui s'est tenue du 30 avril au 2 mai 2013 au Canada.

TFO Canada s'était engagé à organiser un voyage d'initiation à la connaissance du marché de quatre jours qui a permis aux participants de s'engager auprès d'acheteurs potentiels et se renseigner sur le marché canadien. Les activités comportaient des séminaires sur les réglementations canadiennes, une visite du supermarché Loblaws et des réunions d'affaires programmées avec des acheteurs canadiens lors du SIAL.

Alvarado a réussi à trouver un importateur pour son produit après que TFO Canada a organisé un autre entretien hors du cadre du SIAL dans les locaux d'une petite société canadienne spécialisée dans les produits gastronomiques haut de gamme.

Elle raconte que travailler avec un organisme qui a mis son entreprise en contact avec un importateur intéressé a été crucial pour trouver un acheteur.

« Une foire sans rencontres est plus difficile. C'est le rendez-vous d'affaires qui constitue la clé et TFO Canada a rendu cela possible. »



hotCHOMBO gamme de sauces chaude

Secrets of Panama a envoyé sa première cargaison de hotCHOMBO au Canada en janvier, et prévoit envoyer une deuxième cargaison en avril. Actuellement, le produit est disponible dans 7 magasins canadiens, y compris des épiceries et des magasins spécialisés.

Alvarado participera à la conférence du SIAL cette année à Montréal, du 2 au 4 avril. Maintenant qu'elle a trouvé un importateur canadien, elle a hâte de se concentrer sur la promotion de son produit et de nouer des contacts avec des acheteurs à travers le pays.

« Le monde ne s'arrête pas avec votre pays. Le monde tend les bras à votre entreprise et vous devez prendre tous les moyens pour dénicher une région du monde qui apprécie votre produit, »

déclare-t-elle, lorsqu'elle raconte ce qui l'a conduit vers le marché canadien.



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

56 rue Sparks, bureau 300, Ottawa
Ontario, Canada, K1P 5A9
Tél: 1.613.233.3925
Sans Frais: 1.800.267.9674
Fax: 1.613.233.7860
Courriel: newsletter@tfocanada.ca

TFO Canada relève le défi de contrer la pauvreté mondiale en faisant la promotion du développement économique durable, en prodiguant de l'information et des conseils sur l'exportation et en établissant le contact. Nous facilitons l'accès au marché canadien et partageons l'expertise canadienne en matière de commerce international au bénéfice des plus petits exportateurs dans les pays en développement. 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 du ministère des Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada (MAECD)

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2014