



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

GUIDE PRATIQUE POUR LES PME QUI SE LANCENT DANS L'IMPORTATION

Importer à partir des pays en développement

Cette étude a été réalisée par TFO Canada, avec l'appui financier d'Affaires mondiales Canada. Tout renseignement fourni dans le cadre de cette étude est basé sur la meilleure information disponible au moment de sa rédaction et TFO Canada n'en assume aucunement la responsabilité. Le lecteur devrait vérifier périodiquement les mises à jour auprès de [TFO Canada](#).

Cette étude est mise à votre disposition à condition qu'elle ne soit d'aucune façon prêtée, vendue, louée commercialement ou autrement mise en circulation sous toute forme autre que celle prévue pour sa publication, ce qui comprend cet avis. Cette étude devra être utilisée uniquement dans le but d'aider les entreprises, les organismes de soutien au commerce, ainsi que les agences gouvernementales dont le siège social et le lieu d'exploitation sont situés dans des pays admissibles à l'aide au développement international du gouvernement du Canada. En aucun cas et à aucun prix, que ce soient des frais directs ou indirects, elle ne peut être vendue ou distribuée, ni être publiée sur un site accessible au public ou à tout endroit semblable sans le consentement de TFO Canada. À moins d'indication contraire, tous les montants sont en dollars canadiens.

© Bureau de promotion du commerce Canada, 2018

Table des matières

Table des matières	2
1. Portée	3
2. À propos de TFO Canada.....	3
3. Pourquoi importer?.....	5
Importer des pays en développement.....	7
4. L'importance d'une bonne préparation	10
5. Règlements.....	11
Produits alimentaires	11
Autres secteurs.....	12
6. Responsabilité sociale des entreprise (RSE), environnement, égalité des sexes et autres considérations importantes	13
7. Outils et ressources pour importer.....	14
D'où proviennent les produits importés au Canada?	14
8. Assistance individuelle apportée aux pays	19
9. Formalités administratives et autres renseignements	20
10. Salons professionnels.....	21
Principaux salons professionnels au Canada, par secteur	23
.....	23
11. Associations commerciales et chambres de commerce	26
Associations commerciales	26
Chambres de commerce	27
12. Activités de TFO Canada pour soutenir les importateurs canadiens	29
Missions d'exportateurs	29
Missions d'importateurs	30
ANNEXE A	31
Amérique latine et Antilles	31
Asie.....	33
Afrique et Moyen-Orient.....	34
ANNEXE B Importateurs : cas de réussite.....	37
M&M Twins	37
Mantab.....	38

1. Portée

Le présent document vise à fournir des renseignements pratiques aux petites entreprises canadiennes qui envisagent de commencer à importer au Canada des produits provenant de pays en développement. Ce guide propose des outils pour faciliter l'importation. Comme il s'agit d'une publication de TFO Canada, elle porte essentiellement sur les pays en développement et fournit des renseignements utiles sur ces derniers. Le guide n'inclut pas d'informations sur les fournisseurs des pays industrialisés. Il met l'accent sur les produits de consommation et non industriels. Il se veut aussi un complément au site Web de TFO Canada, qui comporte de nombreux liens et autres renseignements commerciaux pour faire affaire sur le marché canadien. Les importateurs canadiens peuvent les consulter en s'inscrivant à : www.tfocanada.ca.

Si vous venez de vous lancer dans l'importation et ne savez pas comment faire venir au Canada des marchandises de l'étranger, ce guide vous fournira d'excellents renseignements contextuels pour réfléchir à la façon d'organiser vos activités d'importation et préparer un plan. Il se peut que vous soyez né au Canada et veniez de terminer vos études ou que vous ayez émigré récemment et estimiez qu'il y a des opportunités à saisir, surtout s'il s'agit de produits qui existent dans votre pays d'origine... et pour lesquels il y a, selon vous, un créneau sur le marché canadien... Si c'est le cas, ce guide pourrait s'avérer des plus utiles.

2. À propos de TFO Canada

TFO Canada est un organisme à but non lucratif financé en grande partie par Affaires mondiales Canada. Il montre avant tout aux exportateurs des pays en développement comment accéder au marché canadien et, ce faisant, aide les importateurs canadiens à trouver des fournisseurs potentiels dans les pays en développement. TFO Canada cherche avant tout à améliorer les conditions de vie en créant des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs des pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers. L'organisme aide aussi les représentants commerciaux de ces pays accrédités au Canada (dans les consulats, les ambassades et les hauts-commissariats) en leur fournissant une expertise et des renseignements sur la meilleure façon de pénétrer dans le marché canadien.

Le site Web de TFO Canada www.tfocanada.ca permet aux importateurs d'avoir accès à des renseignements utiles sur les pays clients de l'organisme, notamment une base de données sur les exportateurs dans ces pays, organisée par catégories de produits. Le site Web fournit aussi de l'information sur les salons professionnels qui se tiennent dans ces pays, avec les coordonnées des organismes de soutien au commerce qui peuvent aider les importateurs canadiens à trouver des fournisseurs potentiels. En s'inscrivant sur le site Web de TFO Canada, les importateurs canadiens recevront le bulletin *Import/Info* qui donne la liste des offres d'exportation des petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement désireuses d'établir des contacts au

Canada pour vendre leurs produits. Il s'agit d'une publication électronique qui est envoyée gratuitement 10 fois par année aux importateurs de partout au Canada.

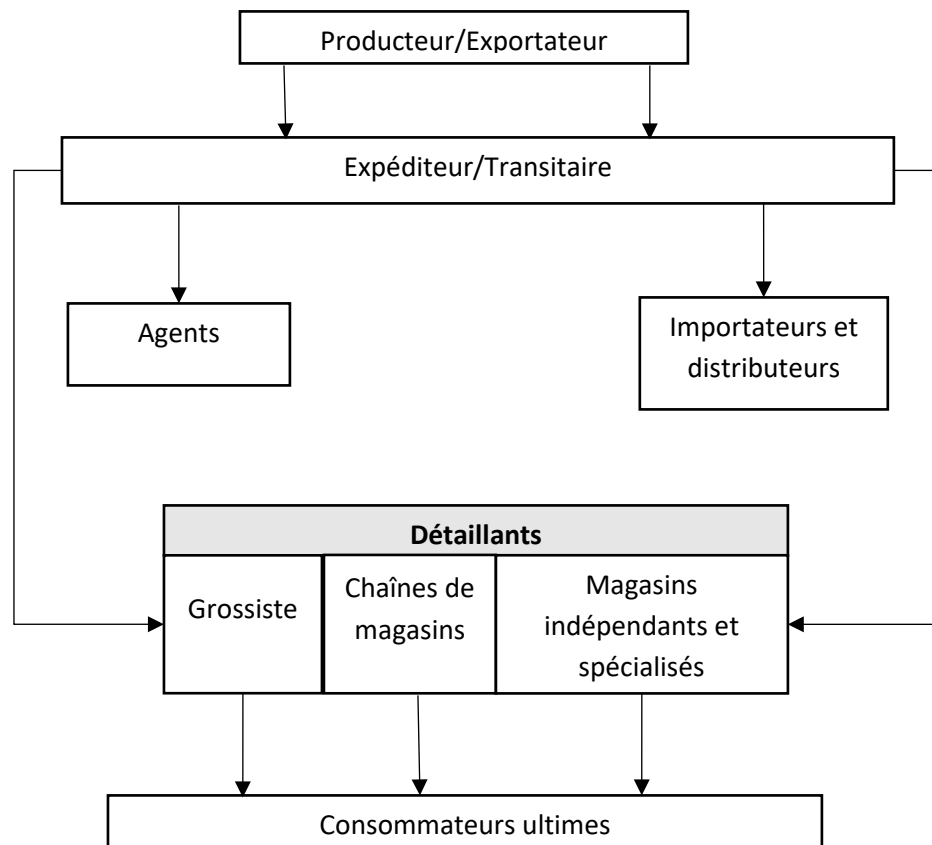
Outre *Import/Info*, le site Web de TFO Canada met à la disposition des importateurs un certain nombre d'outils pratiques comme la structure tarifaire du Canada. L'outil, qui est basé sur le Système harmonisé de classification des produits, permet de déterminer le tarif réel pour un produit importé d'un pays en particulier. Le tableau des tarifs est interactif et se trouve sur le site Web de TFO Canada.¹ Vous pouvez aussi obtenir des renseignements commerciaux sur le ou les pays qui vous intéressent, entre autres des ressources et des événements, et entrer en contact avec des représentants commerciaux dans les ambassades, les hauts-commissariats et les consulats au Canada et dont le rôle consiste à vous aider à trouver des partenaires potentiels. Les événements qui se tiennent dans ces pays sont parfois une bonne façon pour les nouveaux importateurs de trouver des fournisseurs. Très souvent, les représentants commerciaux fourniront une aide financière aux acheteurs du Canada pour assister à des événements comme une mission commerciale ou un salon professionnel. Cette aide variera d'un pays à l'autre.

¹ http://tfocanada.ca/docs.php?page=10_6

3. Pourquoi importer?

Avant de finaliser le plan d'affaires pour votre première commande, vous devez être convaincu que vouloir procéder de la sorte au Canada. Il faut commencer par vous demander pourquoi vous voulez le faire et surtout quel sera votre rôle dans la chaîne d'approvisionnement? Le diagramme ci-dessous montre la chaîne de distribution standard ou traditionnelle en place depuis des décennies. Mais il existe chez ceux qui interviennent à différents stades de cette chaîne une tendance marquée à vouloir réduire le nombre d'intermédiaires qui jouent un rôle dans le processus, avant tout pour diminuer les coûts qui leur sont associés. Avec l'émergence des achats et de la vente en ligne, ce modèle traditionnel est en voie d'être remplacé par des chaînes allégées dans lesquelles interviennent moins d'entreprises, ce qui favorise l'apparition de nouveaux créneaux que vous pouvez exploiter pour trouver et vendre des produits provenant de l'étranger. L'importation offre par ailleurs de nets avantages, surtout si vous envisagez de faire venir des produits qu'on ne trouve pas actuellement sur le marché.

Diagramme 1 : Modèle d'importation traditionnelle



Source : Adapté d'Access Canada : Guide d'exportation au Canada

Le **producteur** cultive ou fabrique le produit. Il peut aussi être l'exportateur s'il se charge de toutes les démarches liées à l'exportation, en plus de produire les marchandises. Le cas échéant, vous ferez affaire avec la même compagnie jusqu'à ce que les marchandises soient prêtes à être transportées du pays producteur au Canada. Sinon, vous ferez affaire avec l'**exportateur** et, d'une façon générale, vous ne traiterez pas directement avec le producteur ou le fabricant. C'est souvent le cas lorsque les producteurs sont petits et n'ont pas les infrastructures pour vendre à l'étranger. Les exportateurs d'un même pays font généralement affaire avec plusieurs petits fournisseurs similaires et expédient à l'étranger les produits de différents producteurs.

L'**expéditeur** intervient dans la livraison des produits au Canada, que ce soit par avion, bateau ou voie terrestre. On fait aussi souvent appel à un **transitaire de fret** (en plus de l'expéditeur) pour fournir des services supplémentaires pendant l'expédition, notamment l'entreposage au port, les formalités administratives pour le transport et les douanes, etc. Le transitaire peut se trouver physiquement dans le pays du fournisseur ou au Canada. Il existe des transitaires internationaux de plus grande taille ayant des bureaux dans de nombreux pays qui exportent à destination du Canada et au Canada. Ces transitaires s'occupent généralement des expéditions à chaque bout. Le transitaire peut aussi se trouver dans le pays fournisseur ou au Canada et offrir des services, en plus du transport maritime, aérien ou terrestre.

L'**importateur** est celui qui prend pleinement possession des produits au Canada et en est responsable jusqu'à ce qu'ils soient distribués à l'intermédiaire suivant dans la chaîne de distribution. En tant qu'importateur, vous prenez généralement en charge les produits lorsqu'ils quittent l'entrepôt dans le pays fournisseur, sont mis à bord d'un bateau, d'un avion ou d'un camion, ou encore quand ils arrivent sur le sol canadien. À partir de ce moment-là, vous êtes responsable des produits et vous devez vous assurer qu'ils se conforment aux règlements qui régissent les importations et l'entrée au Canada. L'importateur se différencie de l'**agent** sur plusieurs plans. Il y a deux genres d'agents : ceux qui sont engagés par des acheteurs au Canada (par exemple des détaillants) pour approvisionner des fournisseurs (**agents d'approvisionnement**) et ceux à qui font appel des fournisseurs à l'étranger pour trouver des clients au Canada (**agents de vente**). Les agents d'approvisionnement sont payés par les acheteurs tandis que les agents de vente au Canada sont payés par le fournisseur du pays étranger. Contrairement à l'importateur, l'agent ne prend pas physiquement possession des produits et il reçoit généralement une commission (ou des honoraires d'intermédiation, dans le cas des agents qui cherchent des fournisseurs).

Les **détaillants** mettent en étalage et vendent les produits qu'ils ont achetés à l'importateur ou qu'ils se sont procurés directement auprès d'un fournisseur à l'étranger. Les détaillants, surtout les grandes chaînes, ont de plus en plus tendance à s'approvisionner directement à la source pour contourner les intermédiaires et accroître ainsi leurs propres marges. Ils fonctionnent en ligne ou d'une manière plus traditionnelle, en vendant les produits dans leurs locaux commerciaux.

Les **consommateurs** sont les destinataires ultimes des produits et ils se trouvent à la fin de la chaîne de distribution. Ce sont eux qui comptent vraiment dans le cycle d'achat.

C'est essentiel de définir le rôle que vous allez jouer bien avant d'entreprendre les démarches. Autrement dit, vous devez trouver votre place dans la chaîne de distribution, avec un rôle spécifique à jouer. N'oubliez pas qu'il y a une structure en place dans la chaîne de distribution du secteur de produits qui vous intéresse. Où vous situez-vous? Quel que soit le rôle que vous décidez de jouer, vous devez avoir une bonne raison pour faire partie de la chaîne. C'est important de savoir que vous serez le nouveau venu et que les détaillants et les autres parties que vous décidez de cibler auront déjà des maillons, des fournisseurs et des contacts dans la chaîne; vous devrez donc définir clairement votre rôle et avoir un plan pour soutenir la concurrence dans la chaîne. Il vous faut quelque chose d'unique, avec une valeur ajoutée, à proposer à l'acheteur que vous ciblez. Autrement dit, il n'y a pas de place pour vous dans une chaîne de distribution déjà surchargée et un marché hautement compétitif.

Importer des pays en développement

Qu'est-ce qu'un pays en développement? Il n'y a pas de convention établie pour désigner des pays « développés » et « en développement ». Mais dans la pratique courante, le Japon en Asie, le Canada et les États-Unis en Amérique du Nord, l'Australie et la Nouvelle-Zélande en Océanie, et l'Europe sont considérés comme des régions ou zones « développées ». Selon les statistiques commerciales internationales,² l'Union douanière d'Afrique australe et Israël sont considérés comme développés; les pays issus de l'ex-Yougoslavie sont traités comme des pays en développement; et les pays d'Europe de l'Est et de l'ex-URSS ne font pas partie des régions développées ou en développement. Une autre classification courante est la liste établie par l'Organisation pour la coopération et le développement économiques des pays admissibles à une assistance pour le développement. Ces derniers font partie des « pays les moins développés » selon la définition des Nations Unies ou des pays à faible revenu ou à revenu moyen selon le produit national brut tel que défini par la Banque mondiale.³

L'importation en général et en provenance des pays en développement en particulier comporte de toute évidence des avantages et des défis.

Avantages

Les nombreux produits qu'il est possible de se procurer dans les pays en développement sont uniques en leur genre et ne peuvent assurément pas être imités ou facilement reproduits au Canada. Le fait d'avoir accès à des matériaux et des produits

² Nations Unies, <http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49regin.htm>

³ <http://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/dacelist.htm>

bruts uniques et différents permet d'obtenir des articles qui ne se trouvent pas aisément au Canada.

Les importations en provenance des pays en développement offrent d'autres avantages, notamment :

- des produits à des prix plus avantageux pour les consommateurs;
- des intrants de production moins onéreux;
- un approvisionnement diversifié (produits ethniques, aliments fins, décoration intérieure, etc.);
- des produits spécifiques pour des marchés ethniques en expansion du fait de l'immigration au Canada;
- des modèles originaux basés sur un savoir-faire traditionnel unique (artisanat, textiles, bijoux, etc.);
- un approvisionnement qui complète souvent celui qui est disponible localement au Canada ou qui provient de pays traditionnellement fournisseurs (en particulier pour les fruits et les légumes frais);
- une base de fabrication développée (pour la production de marchandises, vêtements et cadeaux traditionnellement importés);
- un accès à des matières brutes;
- la proximité géographique avec certains pays (fournisseurs d'Amérique latine, par exemple); et
- des fournisseurs traditionnels et d'expérience dans certains secteurs (p. ex. en Asie pour le secteur des vêtements).

Défis

L'importation n'est pas une mince affaire. Elle comporte de nombreuses démarches qui sont souvent plus ardues qu'on ne le voudrait. C'est notamment le cas pour les importations des pays en développement. La logistique est généralement compliquée, surtout parce qu'il n'y a pas moyen d'expédier les marchandises directement au Canada à partir de bon nombre de ces pays. Outre l'acheminement qui n'est pas toujours optimal, le calendrier peut être irrégulier. Les règles qui régissent les exportations en provenance des pays fournisseurs (certificats, formalités administratives, etc.) peuvent aussi être compliquées et changent généralement d'un pays à l'autre. Tout cela influence grandement la vie des articles, notamment les produits périssables, et doit être pris en compte lorsque vient le temps de déterminer si l'activité vaut la peine ou non du point de vue commercial.

Le fait de traiter avec certains pays en développement comporte des défis et des risques spécifiques, notamment :

- instabilité politique, économique et/ou sociale;
- contraintes de l'approvisionnement en termes de qualité et de quantité;
- manque de conformité aux normes (certification);

Guide pratique pour les nouveaux importateurs

- conditions climatiques imprévisibles entraînant des retards de production ou de livraison;
- procédures administratives liées aux exportations, bureaucratie; et
- difficultés pour communiquer (souvent à cause des barrières linguistiques, mais aussi en raison du manque de connectivité).

La communication avec les exportateurs n'est pas toujours évidente, mais l'utilisation d'outils comme Skype ou Whatsapp peut aider à l'occasion. Beaucoup d'exportateurs les connaissent et s'en servent régulièrement.

Le Canada a aussi conclu de nombreux accords de libre-échange (ALE), notamment avec le Costa Rica, le Chili, le Pérou, la Colombie, le Honduras et la Jordanie, qui permettent à la plupart des produits de ces pays d'entrer au Canada francs de droits pourvu que toutes les exigences nécessaires soient remplies. La liste complète de ces pays peut être consultée sur le site Web d'Affaires mondiales Canada.⁴ Le Canada a également instauré à l'intention des pays les moins développés une Initiative d'accès aux marchés qui offre des conditions hors taxes avantageuses pour les importations provenant de ces pays. Il est également possible d'obtenir des renseignements sur cette initiative en allant sur le site Web de l'Agence canadienne des services frontaliers.⁵

⁴ <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/index.aspx?lang=eng>

⁵ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/ldct-tpmd-eng.html>

4. L'importance d'une bonne préparation

Une fois que vous avez décidé du rôle que vous jouerez, vous devez très bien vous préparer à faire le travail. Autrement dit, vous devez avoir mis sur pied une stratégie pour vous aider à mettre en œuvre votre plan d'action, et cela commence par une étude de marché approfondie. Il existe un certain nombre d'outils pour savoir quelles démarches vous aurez à faire; vous devez pour cela répondre à des questions fondamentales du genre : Quel secteur de l'industrie? Quel type de produits? Quel pays?

Il y a de toute évidence des centaines de produits et de secteurs, mais vous devez prendre soin de valider votre choix avant d'entreprendre les démarches. Le fait de parler aux gens du milieu est une des meilleures façons de se renseigner sur le marché et de découvrir les tendances, les perspectives, les produits très porteurs et d'autres indicateurs du marché. Il y a aussi des outils qui peuvent compléter ces renseignements et qui font partie des recherches effectuées depuis votre bureau. Certains sont mentionnés plus loin. Un salon professionnel au Canada est une des meilleures façons d'obtenir de précieux renseignements sur le marché. Vous trouverez dans le présent guide de plus amples renseignements à ce sujet.

D'une façon générale, tous les secteurs au Canada sont hautement concurrentiels, certains étant plus difficiles et plus compétitifs que d'autres. Le marché canadien des fruits et légumes frais importés fait l'objet d'une vive concurrence et est particulièrement risqué, avant tout en raison des contraintes temporelles, car les produits sont périssables et ont une durée de conservation très limitée. Cela signifie que les périodes pour agir sont hautement sensibles et que le temps est un facteur important pour que les produits arrivent rapidement sur les étagères des magasins. Il y a des secteurs moins difficiles à pénétrer, notamment celui des aliments transformés, où les produits uniques en leur genre peuvent trouver un créneau. Des sous-secteurs plus spécifiques comme les aliments biologiques et les produits plus ethniques conviennent généralement.

5. Règlements

Produits alimentaires

Le Canada a des règlements rigoureux que les importateurs sont tenus, de par leur raison d'être, de respecter.

En ce qui concerne l'importation d'aliments et de produits alimentaires, Agriculture et Agroalimentaire Canada sont deux entités fédérales avec lesquels vous vous devez de vous familiariser pour les règlements qui régissent tout ce qui est lié au processus d'importation, entre autres les franchises, les restrictions, les permis, l'inspection et les mesures sanitaires.

Santé Canada peut jouer un rôle si vos produits, qu'il s'agisse de produits médicaux, médicinaux ou de santé naturelle, comportent une revendication sanitaire. Les produits ayant des vertus thérapeutiques ou destinés à améliorer la santé doivent passer par un processus rigoureux faisant intervenir des questions de sécurité et d'autres considérations sanitaires importantes avant de pouvoir être vendus au Canada. Il y a aussi des règlements pour les animaux empaillés et le plomb contenu dans un certain nombre de produits de consommation. Pour plus de renseignements, visitez le site Web de Santé Canada :

www.canada.ca/fr/sante-canada/

En ce qui concerne les produits alimentaires, vous aurez surtout à traiter avec Agriculture et Agroalimentaire Canada. L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), la section de ce ministère chargée de l'inspection des aliments, dispose de tous les renseignements nécessaires pour vous permettre de savoir quelles sont les exigences du Canada en ce qui concerne les importations d'aliments et de produits alimentaires, en plus de fournir de l'information sur les conditions d'emballage et d'étiquetage, phytosanitaires et autres. Le site Web de l'Agence comporte un référentiel complet des exigences et règlements s'appliquant aux importations d'aliments au Canada. Ces règlements existent actuellement en parallèle, mais ils devraient être intégrés en 2018 au nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, une fois qu'il entrera en vigueur. Ce Règlement vise à améliorer la supervision de la salubrité des aliments pour mieux protéger les consommateurs, à rationaliser et à renforcer les pouvoirs législatifs, et à accroître les débouchés du marché pour l'industrie canadienne. Ce nouvel ensemble de règlements va améliorer la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises canadiennes devront s'inscrire auprès de l'Agence afin d'obtenir un numéro d'enregistrement officiel. Les règlements existants devraient entrer en vigueur au printemps de 2018. De plus amples renseignements peuvent être obtenus en allant sur le site Web de l'Agence :

www.inspection.gc.ca/fra/

L'Agence a deux bases de données particulièrement utiles pour les importateurs. Le Système automatisé de référence à l'importation (SARI) permet aux importateurs de connaître les exigences d'importation pour des produits alimentaires et végétaux (frais et transformés) spécifiques. Comme son nom l'indique, cette base de données sert uniquement de référence et fournit les exigences basées sur les paramètres suivants :

- la classification du Système harmonisé (SH);
- l'origine du produit;
- la destination au Canada (province); et
- l'utilisation ultime prévue et les conditions d'admissibilité diverses s'appliquant aux marchandises à importer.

Vous pouvez accéder directement à la base de données en visitant :

<http://www.inspection.gc.ca/vegetaux/importations/sari/fra>

L'autre site Web présentant un intérêt s'appelle Infohort et concerne les fruits et légumes frais. Il s'agit d'une base d'information conçue pour fournir des données actuelles et historiques sur les marchandises horticoles partout au Canada. Les renseignements qu'on y trouve peuvent être utilisés pour faire des recherches ou analyser les tendances. Infohort vous permet de préparer des rapports selon vos propres spécifications, en vous fournissant des prix quotidiens, hebdomadaires et mensuels, de gros et franco à bord (FOB) pour une variété de fruits et légumes. Vous pouvez accéder à Infohort en allant à :

https://infohort.agr.gc.ca/IH5_Reports/home.xhtml?lang=f

Autres secteurs

Les conditions d'étiquetage et de marquage des articles non alimentaires se trouvent sur le site Web du Bureau de la concurrence Canada. On y trouve, par exemple, les règles d'étiquetage pour les textiles et les produits ainsi que les règles de marquage pour les métaux précieux :

www.bureaudelaconcurrence.gc.ca

Le site Web comprend aussi des normes volontaires comme les instructions d'entretien pour les vêtements et les textiles, ainsi que la façon dont les importateurs canadiens de vêtements et textiles doivent obtenir un numéro d'identification (appelé numéro CA).

6. Responsabilité sociale des entreprises (RSE), environnement, égalité des sexes et autres considérations importantes

Le monde est de plus en plus sensibilisé à la nécessité de faire preuve d'une plus grande responsabilité sur plusieurs plans, ce qui va bien au-delà des gestes que posent les citoyens. Les entreprises investissent à présent dans des pratiques responsables du point de vue social et environnemental, et ces mesures font partie de leur nature même et de leur identité. Le Canada n'échappe pas à cette tendance, bien au contraire! Il est en passe de devenir un leader en la matière. Dernièrement, le gouvernement canadien a décidé de faire franchement preuve de leadership sur la scène mondiale en développant une politique et des stratégies visant à faire en sorte que ces considérations sociales et environnementales fassent partie du cadre de son plan d'action. Les principes d'égalité des sexes au travail, d'implication dans la collectivité, de durabilité environnementale dans le commerce et de pratiques de travail responsables sont particulièrement pertinents. Ils deviennent rapidement une norme commerciale pour les petites et grandes entreprises.

Les importateurs canadiens gagnent en responsabilité sociale et conscience environnementale. L'apparition de ces tendances mondiales a amené les consommateurs ultimes au Canada à prendre de plus en plus conscience de ces principes et à les adopter. Leurs habitudes d'achat reflètent ces tendances. Par conséquent, les acheteurs et les importateurs ont dû s'adapter à cette nouvelle réalité. Ces tendances ont mis énormément de pression sur tous les points dans la chaîne d'approvisionnement, ce qui aide à la rendre transparente et traçable. De même, l'égalité des sexes est un facteur dont il faut tenir compte en ce qui concerne la politique canadienne, laquelle est déjà un aspect important de la politique officielle d'aide au développement du Canada. En tant qu'importateur, il vous incombe d'incorporer ces éléments dans votre plan d'affaires global afin de vous assurer que vous respectez ces pratiques et donnez l'exemple.

Les importateurs s'efforcent de plus en plus de refléter ces changements sociétaux en recherchant des produits qui sont à présent bons pour l'environnement et en termes de conscience sociale, en plus d'être innovateurs. Le regain d'intérêt des consommateurs canadiens pour des produits issus du commerce équitable et le fait qu'ils soient disposés à payer davantage pour eux est un bon exemple.

Lorsqu'ils préparent leur plan d'affaires, les importateurs devraient donc investir du temps et des ressources, et s'impliquer pour s'assurer que ces aspects font partie intégrante de leur plan. Matière à réflexion : le fait d'apporter quelque chose à la collectivité où votre entreprise est située peut parfois entraîner une mobilisation et des récompenses communautaires très importantes, tout en améliorant la performance de votre entreprise.

7. Outils et ressources pour importer

D'où proviennent les produits importés au Canada?

Il y a deux principaux outils qui peuvent vous aider à savoir d'où viennent actuellement les produits importés au Canada. Le premier, qui est fourni par **Statistique Canada**, s'appelle la **Base de données sur le commerce international canadien de marchandises (CICM)**.⁶ Les données sont basées sur la classification tarifaire du Système harmonisé (SH) de l'Organisation mondiale des douanes et elles sont utilisées par plus de 200 pays, dont le Canada. La classification des produits SH est expliquée plus loin dans ce guide. La base de données CICM vous permet d'obtenir un profil d'importation des produits qui entrent au Canada (ou par province ou territoire) par pays d'après leur valeur en dollars et en unités de volume. Les données d'importation sont fournies sur une base mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Si vous n'avez pas le code SH correspondant au produit que vous recherchez, vous pouvez saisir le nom du produit et cela générera habituellement le numéro SH correspondant. C'est à vous, bien entendu, de faire la recherche contextuelle pour décider si vous voulez ou non vous engager dans l'importation. Une fois que vous serez effectivement prêt à le faire, vous devrez voir le bon numéro SH, faute de quoi vous aurez une amende à payer. L'ACSF a un système d'amendes et produit un *Document-maître des infractions* qui énumère les amendes résultant de la non-conformité aux exigences stipulées dans la *Loi sur les douanes*, le Tarif des douanes et les règlements connexes. Chaque amende décrit la non-conformité, le montant à payer, et les références et lignes directrices législatives, réglementaires et administratives pour l'application de l'amende.⁷ Voici un exemple concret : le fait qu'un importateur soit incapable d'apporter les corrections nécessaires à la déclaration de la provenance de marchandises importées assujetties à un accord de libre-échange dans les 90 jours suivant le moment où l'on a jugé que la déclaration était inexacte entraîne une amende qui augmente à chaque occurrence.⁸

Une fois que vous aurez le code SH pour votre produit (10 chiffres), vous pourrez avoir le tarif canadien applicable pour importer le produit. Le tarif réel dépendra du pays d'origine du produit. Il peut être obtenu en allant sur la page des tarifs de l'Agence canadienne des services frontaliers (ACSF)⁹ ou en visitant le site Web de TFO Canada et en consultant le Tarif des douanes du Canada,¹⁰ tel qu'illustré ci-dessous :

⁶ <http://www5.statcan.gc.ca/cimt-cicm/home-accueil?lang=fra>

⁷ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/amps/fra>

⁸ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/amps/mpd-dmi-fra.html>

⁹ <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-fra.html>

¹⁰ www.tfocanada.ca

The screenshot shows the TFO Canada website interface. At the top left is the TFO Canada logo with the tagline 'Experts en commerce au service des pays en développement'. Navigation links include 'Information', 'Conseils', and 'Contact'. A horizontal menu offers options for 'POUR FOURNISSEURS ÉTRANGERS', 'POUR ACHETEURS CANADIENS', 'POUR ORGANISMES DE SOUTIEN AU COMMERCE', and 'A PROPOS DE TFO CANADA'. A search bar with a 'Recherche' button and a 'Go' icon is on the right. Below the header, a breadcrumb trail reads 'Home > Fournisseurs étrangers > Tarif des douanes du Canada'. A 'Pas membre? Inscrivez-vous ici' link and a 'SIGN IN' button are also present. The main content area is titled 'FAIRE DES RECHERCHES SUR LE TARIF DES DOUANES'. It includes a sub-header 'FOURNISSEURS ÉTRANGERS' and a list of links: 'Préparation à l'exportation', 'Exporter au Canada', 'Exporter au Canada - bulletin électronique', and 'Questions et réponses'. A sidebar on the left contains buttons for 'Tarif des douanes du Canada', 'Webinaires', 'Liens commerciaux', 'Évènements commerciaux', 'Pays admissibles', 'Nouvelles', and 'Visionner la brochure de TFO Canada'. The main text explains the search tool: 'Utilisez notre outil de recherche pour trouver le tarif qui s'applique aux produits importés au Canada. Ces données sont disponibles auprès de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et sont fournies à des fins de références seulement. Pour de plus amples renseignements, visitez le site web de l'ASFC. Mis à jour le 2018/01/01.' Below this, there are two search input fields. The first is labeled 'Effectuez les recherches avec le code de système harmonisé (minimum de 4 chiffres SH requis):' and has a 'Recherche →' button. The second is labeled 'Effectuez les recherches à partir du mot clé des produits:' and also has a 'Recherche →' button.

En utilisant le Tarif des douanes du Canada de TFO Canada, vous pouvez commencer par chercher le tarif en entrant soit le code SH du produit soit des mots clés liés au produit. Par exemple, si vous chercher le tarif canadien pour les souliers (avec semelles extérieures en cuir), vous pouvez saisir le code SH voulu (6403.20.) et vous obtiendrez les résultats suivants :

[Home](#) > [Fournisseurs étrangers](#) > [Tarif des douanes du Canada](#)
Pas membre? [Inscrivez-vous ici](#) [SIGN IN](#)

FOURNISSEURS ÉTRANGERS
 → Préparation à l'exportation
 → Exporter au Canada
 → Exporter au Canada - bulletin électronique
 → Questions et réponses

Tarif des douanes du Canada
[Webinaires](#)
[Liens commerciaux](#)
[Événements commerciaux](#)
[Pays admissibles](#)
[Nouvelles](#)
[Visionner la brochure de TFO Canada](#)
[Contactez-nous](#)

FAIRE DES RECHERCHES SUR LE TARIF DES DOUANES

Utilisez notre outil de recherche pour trouver le tarif qui s'applique aux produits importés au Canada. Ces données sont disponibles auprès de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et sont fournies à des fins de références seulement. Pour de plus amples renseignements, [visitez le site web de l'ASFC](#). Mis à jour le 2018/01/01.

Effectuez les recherches avec le code de système harmonisé (minimum de 4 chiffres SH requis) :

[Recherche →](#)

Effectuez les recherches à partir du mot clé des produits :

[Recherche →](#)

SH	Description	Unités	Tarif de la NPF	Autres
6403.20.00.00	Chaussures à semelles extérieures en cuir naturel et dessus constitués par des lanières en cuir naturel passant sur le cou-de-pied et entourant le gros orteil	PAR	18%	TPMD, TÉU, TM, TMÉU, TACI, TC, TCR, TI, TN, TSL, TP, TCOL, TJ, TPA, THN, CEUT, UAT; En fr. TAU: "13,5 %" TNZ: "13,5 %" IKR: "3,5 %"

Le code SH à 10 chiffres s'affichera avec une description complète de la catégorie de produit. En ce qui concerne le tarif, vous obtiendrez des renseignements sur l'unité de mesure utilisée pour calculer le tarif, le tarif applicable aux nations les plus favorisées (NPF) et d'autres tarifs pour divers pays affichés, qui sont représentés par une abréviation à trois ou quatre lettres.

Le deuxième outil s'appelle **Données sur le commerce en direct**.¹¹ Il est légèrement plus facile à utiliser, mais il ne donne que des montants en dollars et non des volumes. Cette base de données vous permet de trouver des statistiques sur l'importation pour des produits provenant d'un pays spécifique, d'un groupe de pays ou d'une région comme l'Amérique centrale, par exemple. Cela vous permet aussi de savoir quels produits sont exportés aux États-Unis depuis d'autres pays et d'avoir une idée de la distribution des produits importés par province et territoire canadiens.

Prenons un exemple pratique : mettons que vous vouliez savoir si le Canada importe des noisettes et, le cas échéant, quels sont le montant et le volume des importations. En utilisant la base Données sur le commerce en direct, vous commencez par taper le mot « noisettes » comme dans le tableau ci-dessous :

¹¹ <http://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/fra/accueil>

Guide pratique pour les nouveaux importateurs

Commencez par faire votre choix dans les options ci-dessous. Pour afficher les données appuyer sur le bouton **Produire rapport**.

Type d'échange

Commerçant

*** Partenaire commercial (obligatoire)**

Période

Valeur en

Sélectionner un produit

Options de produit

Recherche par produit

Inscrivez les mots clés ou les codes SH pour le produit qui vous intéresse.

*** Rechercher pour (obligatoire)**

Vous obtenez ensuite une ventilation de la catégorie des noisettes et choisissez « sans coques » et « avec coques ». Vous ajoutez ces deux catégories à votre sélection et demandez un rapport pour chaque catégorie ou combiné. Une fois que vous avez fait votre choix, vous demandez le rapport, qui montre la valeur des importations par pays pour les cinq dernières années, En voici une saisie d'écran :

	2013	2014	2015	2016	2017
États-Unis	4 277 169	4 618 183	2 067 708	673 214	391 141
Italie (comprend Cité du Vatican)	862 525	--	--	--	383 737
Philippines	--	--	--	--	4 899
Émirats arabes unis	--	--	2 806	2 735	4 851
Hong Kong	--	--	12 338	957	2 614
Chine	1 374	44	11 120	--	338
Koweït	963	386	--	--	141
Barbade	--	--	--	3 825	--
Saint-Pierre-et-Miquelon	1 501	542	--	873	--
Chili	--	--	--	213	--
Vietnam	2 236	--	125 383	--	--
Islande	--	--	188	--	--
Bangladesh	--	--	83	--	--
Turquie	--	1 783 284	--	--	--
Luxembourg	862 525	1 081 413	--	--	--
Trinité et Tobago	--	83 026	--	--	--
France (comprend Monaco et Antilles fr.)	2 392	4 481	--	--	--

Vous pouvez obtenir les volumes réels en allant sur le site CICM de Statistique Canada mentionné précédemment. Comme on peut le voir ci-dessus, les États-Unis sont le plus important fournisseur de noisettes pour le marché canadien; ils sont suivis de la Moldavie et, depuis peu, du Chili.

Le Web peut s'avérer très utile pour obtenir des renseignements contextuels sur le secteur que vous avez décidé de prospecter. Outre les données statistiques, il y a une grande variété de sujets que vous pouvez étudier. Le site Web de votre gouvernement provincial et le gouvernement fédéral peuvent fournir de l'information utile, en plus de tous les règlements et normes s'appliquant à votre secteur d'activité. Par exemple, Innovation, Science et Développement économique Canada met un certain nombre de liens, d'études et d'articles utiles à la disposition des Canadiens qui s'intéressent au marché.¹²

Les associations commerciales fournissent, elles aussi, de précieux renseignements sur différents secteurs de l'industrie. Il s'agit normalement d'organisations nationales qui ont souvent des divisions provinciales. Par exemple, l'association nationale pour le commerce des fruits et légumes frais s'appelle l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL). L'ACDFL a des divisions provinciales dont il faut être membre. Ces associations fournissent souvent des renseignements utiles sur le marché correspondant au secteur d'intérêt spécifique. Vous trouverez à la page 26 une liste d'associations commerciales.

¹² www.ic.gc.ca/

8. Assistance individuelle apportée aux pays

Il se peut que vous ayez ou n'ayez pas déjà une idée des pays sur lesquels vous avez l'intention de vous renseigner afin de déterminer si vous pouvez vous procurer un produit X du pays Y. Il y a un certain nombre d'attachés commerciaux et de délégués ou représentants commerciaux au Canada qui peuvent vous aider à trouver des sources d'approvisionnement dans leurs pays. Leur rôle consiste à promouvoir les exportations de leur pays et à vous aider à trouver des sources d'approvisionnement fiables dans leur pays. Ce N'EST PAS aux ambassades ni aux hauts-commissariats canadiens¹³ à l'étranger de vous aider à trouver des produits. Leur rôle consiste à aider les exportateurs canadiens à vendre leurs produits dans les pays où ils sont physiquement situés.

La majorité des attachés commerciaux des pays en développement se trouvent à Ottawa, dans leurs ambassades ou hauts-commissariats. En outre, les pays qui ont une forte présence économique ou commerciale au Canada ont souvent des bureaux commerciaux à l'extérieur d'Ottawa, surtout à Toronto. Il y a des représentants commerciaux à Montréal et, dans une moindre mesure, à Vancouver. Le site Web de TFO Canada fournit la liste complète des représentants commerciaux étrangers au Canada.¹⁴

Vous trouverez à l'annexe A du présent guide un aperçu des importations au Canada en provenance de certains pays en développement, par région.

¹³ Les pays membres du Commonwealth sont représentés par des hauts-commissariats et non des ambassades. Le rôle du haut-commissariat est essentiellement le même que celui d'une ambassade d'un pays ne faisant pas partie du Commonwealth.

¹⁴ http://tfoCanada.ca/docs.php?page=10_3

9. Formalités administratives et autres renseignements

L'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) a préparé un excellent guide qui aide les importateurs dans leurs démarches, une étape à la fois. Il fournit à l'importateur des renseignements pratiques sur la façon de faire venir les marchandises au Canada, avec une référence spécifique aux formalités administratives nécessaires. Le guide se trouve à :

<https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/guide-fra.html>

Le guide fournit des renseignements pour :

- Obtenir un numéro d'entreprises auprès de l'Agence du revenu du Canada (ARC);
- recourir aux services d'un courtier en douane agréé;
- déterminer le pays d'origine des marchandises que vous voulez importer;
- s'assurer que les marchandises sont permises au Canada (mémoire sur les produits prohibés au Canada);
- déterminer si les marchandises sont assujetties à des permis ou sont interdites d'entrée en raison des règlements canadiens;
- classer les marchandises à l'aide du Système harmonisé (des exemples sont fournis, avec la nomenclature tarifaire complète);
- passer sa commande et choisir un mode d'expédition; et
- déclarer les produits.

10. Salons professionnels

Le Canada n'est pas un acteur important en ce qui concerne les salons professionnels... sauf dans les domaines qui tiennent une grande place dans l'économie canadienne, notamment le secteur minier. Étant donné l'importance de ce secteur pour l'économie canadienne, il y a tous les ans beaucoup de salons et d'activités qui sont organisés au pays pour l'industrie et qui attirent de nombreux visiteurs internationaux. Mais en ce qui concerne les produits qui ne sont pas nécessairement « canadiens » par nature, les salons commerciaux n'ont pas tendance à susciter l'intérêt des visiteurs internationaux importants, même s'ils peuvent être très précieux pour les acheteurs canadiens. Vous trouverez à la fin de cette section une liste de grands salons professionnels organisés au Canada.

D'une façon générale, les importateurs canadiens visitent les salons professionnels qui sont liés à leurs domaines d'intérêt. Il s'agit de salons qui se tiennent autant au Canada qu'à l'étranger. Les États-Unis, l'Union européenne et l'Asie sont les trois principales régions où les Canadiens visitent des salons pour trouver des produits. Aux États-Unis, la plupart des importateurs canadiens assistent aux salons suivants : PMA Show pour les fruits et légumes frais (le salon change d'endroit chaque année, pma.com); Fancy Food Shows (salon d'été à New York et salon d'hiver à San Francisco, specialtyfood.com); Magic Las Vegas (vêtements, 10times.com/magic); et The New York Gift Show (cadeaux et articles pour la maison, 10times.com/international-gift-fair).

Beaucoup de Canadiens assistent aussi à des salons qui se tiennent dans l'Union européenne. En voici certains qui sont importants :

Sial à Paris, en France, pour les produits alimentaires (sialparis.com)

Anuga à Cologne, en Allemagne (anuga.com)

Salon du chocolat à Paris, en France, pour les produits en chocolat (salon-du-chocolat.com)

Ambiente à Francfort, en Allemagne, pour les cadeaux et articles pour la maison (ambiente.messefrankfurt.com)

Biofach à Nuremberg, en Allemagne, pour les aliments biologiques (biofach.de/eng)

Fruit Logistica à Berlin, en Allemagne, pour les fruits et légumes frais (fruitlogistica.de/eng)



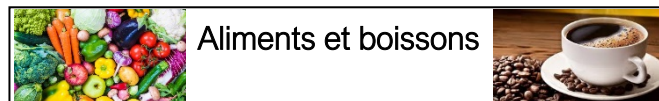
Salons professionnels importants en Europe

L'Asie est sans doute la région qui propose le plus grand nombre de salons professionnels dans de nombreux secteurs. On y retrouve la version asiatique de

nombreux salons européens (p. ex. Asia Fruit Logistica à Hong Kong, SIAL China à Shanghai). Les sites Web suivants fournissent une liste complète des salons :

- ✓ www.eventsinamerica.com (inclut le Canada)
- ✓ www.eventseye.com (monde)
- ✓ www.tsnn.com (monde, ce qu'il y a de plus complet)

Principaux salons professionnels au Canada, par secteur



Salon international de l'alimentation

www.sialcanada.com

Spécialisé dans les aliments et les boissons transformés

Se tient chaque année en alternance à Toronto et Montréal



Association canadienne de la distribution de fruits et légumes

www.convention.cpma.ca

Spécialisé dans les fruits et légumes frais

Se tient chaque année en alternance à Vancouver, Toronto et Montréal



Grocery Innovations Canada

www.cfig.ca/grocery

Se tient à Toronto



Association canadienne des aliments de santé

www.chfa.ca

Produits naturels et biologiques

Trois salons : CHFA Ouest (Vancouver), CHFA Est (Toronto) et CHFA Québec (Montréal)



Salon canadien du café et du thé

www.coffeeteashow.ca

Se tient à Toronto



Grocery and Specialty Food West

www.cfig.ca/grocery

Se tient à Vancouver

Guide pratique pour les nouveaux importateurs



Cadeaux, décoration intérieure et meubles



Association canadienne du cadeau

www.cangift.org

Articles pour la maison, objets faits main,
décoration intérieure

Trois salons : *Toronto Gift Fair, Salon du
cadeau du Québec et Alberta Gift Fair*



Salon canadien du meuble

www.canadianfurnitureshow.com

Meubles

Se tient à Toronto



**Expo-congrès national canadien sur le design et
l'architecture**

www.iidexcanada.com

Se tient à Toronto



<https://www.interiordesignshow.com/>

Meubles, agencements, accessoires

Se tient à Toronto



Meubles et bijoux



www.torontoshoeshow.com

Souliers, sacs à main,
accessoires

Se tient à Toronto



www.modeaccessories.com

Accessoires de mode, vêtements
décontractés et articles de mode pour
femmes

Se tient à Toronto



CANADA'S ONLY SHOW FOR TRAVEL, BUSINESS AND FASHION ACCESSORIES

**Salon des bagages, articles en
cuir, sacs à main et accessoires**

www.ilha.ca

Se tient à Toronto



Apparel Textile Sourcing Canada

www.appareltextilesourcing.com

Se tient à Toronto



Construction/rénovation et floriculture/horticulture



www.thebuildingsshow.com

Aménagement, construction,
immobilier

Se tient à Toronto



www.buidexvancouver.com

Construction, rénovation, architecture,
aménagement intérieur

Se tient à Toronto



www.canadablooms.com

Fleurs et jardins
Se tient à Toronto

Source : Access Canada : Guide d'exportation au Canada

11. Associations commerciales et chambres de commerce

Associations commerciales

Il existe de nombreuses associations commerciales au Canada. Elles sont généralement axées sur un produit ou secteur de l'industrie et ont habituellement une structure nationale et, bien souvent, des divisions provinciales. Une fois que vous avez mis en place votre plan d'affaires et décidé de passer à l'action, c'est impératif de devenir membre de ces associations!

Vous trouverez ci-dessous certaines associations commerciales pertinentes. Le gouvernement du Canada a une liste à jour et complète de toutes les associations commerciales et chambres de commerce qui existent au pays.¹⁵ Ces associations ont souvent des publications et des magazines qui peuvent s'avérer utiles pour les nouveaux venus spécialisés dans le domaine en question et qu'elles annoncent sur leur site Web.

<p>Aliments et boissons</p>	<p>Fruits et légumes frais Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL) - cpma.ca Divisions provinciales : QPMA au Québec, OPMA en Ontario, BCPMA en Colombie-Britannique, et Calgary PMA pour l'Alberta, la Saskatchewan et le Manitoba</p> <p>Aliments de santé Association canadienne des aliments de santé (CHFA) - chfa.ca</p> <p>Produits biologiques Association canadienne pour le commerce des produits biologiques (COTA) - ota.com/canada-ota</p> <p>Autres Fédération canadienne des épiciers indépendants (CFIG) - cfg.ca Association canadienne de la boulangerie – baking.ca</p> <p>Association canadienne des épices (CSA) - canadianspiceassociation.com</p> <p>Canadian Snack Food Association (CSFA) - canadiansnack.com</p> <p>Association canadienne du café (CAC) - coffeeassoc.com</p> <p>Association du thé du Canada (TAC) - tea.ca</p> <p>Association canadienne des boissons (CBA) (boissons non alcoolisées) - canadianbeverage.ca</p>
<p>Articles pour la maison et meubles</p>	<p>Association canadienne du cadeau (CanGift) - cangift.ca</p> <p>Canadian Home Furnishings Alliance – chfaweb.ca</p>

¹⁵ <http://www.ic.gc.ca/app/ccc/sld/cmpny.do?lang=fra&profileId=21&tag=221001>

Vêtements et textiles	Fédération canadienne du vêtement (CAF) - appareil.ca Association canadienne des représentants de ventes en gros (CAWS) - caws.ca
Associations multisecteurs	Commerce équitable Fair Trade Canada - fairtrade.ca Plastiques Association canadienne de l'industrie des plastiques (ACIP) - plastics.ca Emballage Association canadienne de l'emballage (PAC) - pac.ca

Chambres de commerce

D'une façon générale, les chambres de commerce (Toronto Board of Trade, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, Vancouver Chamber of Commerce, etc.) jouent un rôle utile pour développer votre réseau d'affaires. Mais elles ne sont pas axées sur les importations. Par conséquent, il se pourrait qu'elles ne vous apportent rien de particulièrement intéressant, mis à part de bonnes occasions de réseautage.

Les chambres de commerce bilatérales peuvent être plus utiles pour vous et jouer un rôle plus étroit pour ce qui est des importations, surtout une fois que vous réduisez le nombre de pays ou de régions d'où proviendront vos importations. Elles sont souvent situées dans les grands centres commerciaux du Canada, surtout s'il y a beaucoup d'immigrants dans la région en question.

Vous trouverez ci-dessous une liste de chambres de commerce bilatérales pertinentes. Vous pouvez aussi entrer en contact avec les associations de la diaspora qui existent un peu partout au Canada. Même si elles ne comportent pas toujours des entités commerciales parmi leurs membres, elles offrent des occasions de réseautage qui peuvent s'avérer avantageuses.

Antilles et Amérique latine	Brésil Chambre de commerce Brésil-Canada à Toronto - brazcanchamber.org Mexique Chambre de commerce Canada-Mexique à Calgary - canmexchamber.com Pérou Chambre de commerce Canada-Pérou à Toronto - PeruvianCanadianChamberofCommerce/ (il y a aussi une association à Montréal)
Asie et Moyen-Orient	Chine Association commerciale Canada-Chine à Edmonton - chinacanada.org Inde Conseil de commerce Canada-Inde à Toronto - canada-indiabusiness.com Chambre de commerce Indo-Canada à Markham - icconline.org Pakistan Conseil de commerce Canada-Pakistan à Toronto - cpbconline.org

Guide pratique pour les nouveaux importateurs

	<p>Singapour Association commerciale Canada-Singapour à Vancouver - csba.ca</p> <p>Sri Lanka Conseil de commerce Canada-Sri Lanka à Toronto - cslbc.ca</p> <p>Turquie Conseil de commerce Canada-Turquie à Toronto – ctbc.ca</p> <p>Vietnam Chambre de commerce et d'industrie Vietnam-Canada à Vancouver - vietnamcanadachamber.com</p>
Pays arabes	Conseil de commerce canado-arabe - c-abc.ca
Afrique	<p>Tunisie Chambre de commerce canado-tunisienne à Montréal - cccantun.ca</p>

12. Activités de TFO Canada pour soutenir les importateurs canadiens

Tel que mentionné plus tôt, TFO Canada dispose d'un large éventail de ressources et d'activités conçues pour aider les importateurs canadiens à s'approvisionner dans les pays en développement. Son site Web met à la disposition des importateurs une grande variété d'outils et de renseignements utiles. TFO Canada les aide aussi en organisant des missions d'exportateurs et d'importateurs dans différents secteurs de produits. Les importateurs devraient s'inscrire sur le site Web de TFO Canada afin de profiter des services offerts par l'organisme, notamment l'accès à la base de données pour les exportateurs des pays clients de TFO Canada intéressés à exporter au Canada, afin de recevoir les offres de ces exportateurs. Cela leur permettra aussi d'être tenus au courant des activités planifiées dans certains pays, notamment les missions d'acheteurs à l'étranger et les missions commerciales provenant de pays spécifiques dans certains secteurs de produits. Le site Web de TFO fournit aussi de précieux renseignements sur les pays clients. Ces services sont gratuits.

Missions d'exportateurs

Les missions d'exportateurs sont un moyen simple et économique pour les importateurs de rencontrer des fournisseurs étrangers et de découvrir par eux-mêmes leurs produits. En aidant les exportateurs à participer à des salons commerciaux au Canada, TFO Canada a permis à des importateurs d'établir une infinité de relations d'affaires et de passer depuis 2014 pour plus de 10 millions de dollars de ventes pour l'exportation auprès de fournisseurs étrangers.

Ces missions sont mises sur pied grâce à une formule en plusieurs étapes dans le cadre de laquelle TFO Canada commence par collaborer avec des organismes locaux de soutien au commerce pour trouver des fournisseurs fiables et d'expérience. Ce processus de sélection est essentiel pour permettre aux importateurs de rencontrer des PME prêtes à exporter qui ont les produits et les certifications idéaux pour le marché canadien. Certaines PME bénéficient également d'une formation assurée par TFO Canada, qui consiste à donner des conseils pour que les entreprises soient prêtes à avoir des rencontres interentreprises avec des acheteurs. TFO Canada offre un soutien supplémentaire aux importateurs en leur donnant gratuitement accès à des salons professionnels et à des services de traduction pour les aider à planifier des rencontres avec des fournisseurs recommandés.

Au fil des ans, TFO Canada a aidé des importateurs à entrer en contact avec des PME à des salons professionnels comme SIAL Canada, l'ACDFL, l'Apparel Textile Sourcing Show et d'autres rencontres organisées par TFO Canada.

Missions d'importateurs

Les importateurs canadiens peuvent aussi prendre part à des missions qui leur donnent l'occasion de visiter des pays clients en profitant de voyages organisés et financés par TFO Canada. Ces missions offrent aux importateurs une occasion unique d'établir des relations ou de les renforcer avec certains fournisseurs prêts à exporter et de visiter leurs installations de production. En 2017, TFO Canada a organisé plusieurs missions d'importateurs dans des pays d'Amérique centrale comme le Guatemala et le Honduras, et il en prépare actuellement plusieurs dans d'autres régions. En règle générale, les missions de ce genre se sont avérées concluantes pour les importateurs participants. C'est notamment le cas de la mission menée en Amérique centrale en 2017, à l'occasion de laquelle trois importateurs ont passé des commandes à des exportateurs de légumes de la région, notamment un plein conteneur de légumes asiatiques à peine deux semaines après la mission.

Pour en savoir davantage sur ces missions et y participer éventuellement, les importateurs sont invités à visiter le site Web de TFO Canada et à s'inscrire comme acheteurs canadiens en suivant ce lien : <http://www.tfocanada.ca/register.php>. Vous trouverez aussi à l'annexe B des exemples d'importateurs canadiens ayant réussi grâce aux services de TFO Canada.

ANNEXE A

Aide-mémoire – Principales exportations au Canada en provenance de certains pays en développement¹⁶

Amérique latine et Antilles






Country & Annual Imports	Principales importations
 Antigua-et-Barbuda 216 037 \$ CA (2016)	Rhum et autres spiritueux, manteaux pour hommes et garçons, produits de tannage inorganiques, métaux, prismes et miroirs, livres et brochures imprimés
 Bolivie 203 M\$ CA (2016)	Quinoa, pâtes, préparations à base de quinoa, noix de coco, noix du Brésil et de cajou, bijoux, farines de céréales, argent, café, graines oléagineuses, ustensiles de cuisson, caroube, algues et sucre
 Chili 1,7 G\$ CA (2016)	Or, vin, filets de poisson, baies fraîches, fruits congelés, pommes, poires et coings frais, argent, jus de fruits et de légumes, produits d'agrumes (frais et séchés), poissons frais, fruits séchés et noix
 Colombie 1,7 G\$ CA (2016)	Café, roses, bananes, filets de poisson, fèves de cacao, chocolat et préparations à base de cacao, gomme à mâcher et autres confiseries, plastiques, baies fraîches, sucre de canne ou de betterave
 Costa Rica 508 496 \$ CA (2016)	Ananas, bananes, instruments et appareils médicaux, café, pneus en caoutchouc, fruits et noix comestibles (congelés), melons (autres que pastèques)
 Cuba 389 M\$ CA (2016)	Cigares, chiroutes et cigarillos, rhum et autres spiritueux, homard de roche et autres écrevisses de mer, métaux, café, crevettes et langoustines, huiles essentielles d'agrumes
 Dominique 230 742 \$ CA (2016)	Pièces et machines, T-shirts, pâte de cacao, articles en matières textiles, noix de coco, huiles essentielles, anguilles (vivantes)
 Équateur 272 M\$ CA (2016)	Bananes, fèves de cacao, roses et autres fleurs coupées, produits de la mer, préparations à base de fruits et de noix, bois d'œuvre, filets de poisson, or, jus de fruits et de légumes, légumes congelés, baies fraîches, quinoa et autres céréales, préparations à base de poisson, confitures

¹⁶ Les pays figurant dans cette liste sont ceux auxquels TFO Canada s'intéressait en date de juin 2018 et ils peuvent changer.





Guide pratique pour les nouveaux importateurs

			et gelées, dattes, figus, ananas, mangues et mangoustans (frais ou séchés)
	El Salvador	67 M\$ CA (2016)	T-shirts, chandails, café, articles chaussants, vêtements en maille et tissés pour hommes, garçons, femmes et filles, meubles
	Guatemala	812 M\$ CA (2016)	Bananes (incl. plantains), sucre de canne ou de betterave, café, melons, papayes et pastèques, t-shirts, chandails, légumineuses, fruits congelés, spiritueux et liqueurs, vêtements en maille pour femmes et filles, caoutchouc naturel et gommes similaires, carottes, navets et betteraves, mélasse
	Grenade	1,57 M\$ CA (2016)	Noix de muscade, macis, thon albacore, rhums et autres spiritueux, huiles essentielles, articles en matières textiles, pièces et machines, autres fruits frais
	Guyane	666 963 \$ CA (2016)	Or, rhum et autres spiritueux, alcool éthylique non dénaturé, minerais d'aluminium, poisson, goyave, mangues et mangoustans (frais et séchés), pâtes non cuites, filets de poisson
	Haïti	38 M\$ CA (2016)	T-shirts, fruits de mer, chandails, vêtements en maille et tissés pour hommes, garçons, femmes et filles, mangues, vêtements et accessoires pour bébés, chapeaux et autres accessoires en maille pour la tête, fèves de cacao, bière
	Honduras	38 M\$ CA (2016)	T-shirts, café, chandails, bananes (incl. plantains), melons, papayes et pastèques, champignons, vêtements en maille et tissés pour hommes et garçons, filets de poisson, sous-vêtements et vêtements de nuit en mailles pour femmes et filles vêtements de base, dattes, figues, ananas, goyaves, mangues
	Mexique	33 M\$ CA (2016)	Téléphones, champignons, tomates, dattes, figues, ananas, avocats, goyaves, mangues (fraîches et séchées), baies fraîches, équipement électrique et industriel
	Montserrat	65 564 \$ CA (2016)	Revêtements et matelas de plancher, pièces et machines, champignons, pantalons et vêtements de nuit pour femmes et filles
	Nicaragua	124 M\$ CA (2016)	Café, t-shirts, vêtements en maille et trissés pour hommes et garçons, chemises, chandails en maille, champignons frais, sucre de canne ou de betterave, rhum, noix moulues, cigares, bananes et plantains (frais et séchés), manteau en maille pour hommes et garçons, chaussures avec empeigne en cuir






Guide pratique pour les nouveaux importateurs

	Pérou	2,5 G\$ CA (2016)	Or et argent, café, raisins frais et séchés, champignons frais, fèves de cacao (crués et torréfiés), t-shirts, baies fraîches, agrumes frais, fruits congelés, quinoa, filets de poisson (frais et congelés), dattes fraîches et séchées, figues, ananas, goyaves, mangues (fraîches et séchées)
	République dominicaine	1,2 G\$ CA (2016)	Or, instruments et appareils médicaux, argent, champignons frais, cigares et cigarillos, vêtements en maille pour hommes, spiritueux et liqueurs (rhum), t-shirts, chaussures, bottes, sandales (empeignes en cuir), fèves de cacao, noix de coco, du Brésil et de cajou, vêtements de base, melons frais, papayes et pastèques, légumineuses
	Saint-Kitts-et-Nevis	2,97 M\$ CA (2016)	Pièces automobiles, rhum et autres spiritueux, alcool éthylique non dénaturé, cannelle
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	143 345 \$ CA (2016)	Pièces automobiles, rhum et autres spiritueux, alcool éthylique non dénaturé, cannelle
	Sainte-Lucie	518 000 \$ CA	Rhums, liqueurs, spiritueux, sauces, condiments et assaisonnements, fèves de cacao (crués et torréfiés), sculptures et statuettes, eau et autres boissons (aromatisées et édulcorées)




Asie

Pays et importations annuelles			Principales importations
	Afghanistan	4 M\$ CA (2016)	Tapis, raisins, abricots, figues (fraîches ou séchées), noix comestibles (fraîches ou séchées), autres fruits, pièces automobiles, machines
	Bangladesh	1,6 G\$ CA (2016)	Vêtements en maille et tissés pour hommes et garçons, vêtements tissés pour femmes et filles, chaussures à empeigne en cuir, vêtements pour bébés tissés et en maille, maillots de bain, articles vestimentaires de base
	Cambodge	1,19 G\$ CA (2016)	Vêtements tissés et en maille pour hommes, garçons, femmes et filles, vêtements pour bébés, t-shirts, tissus, chaussures avec empeigne en cuir, bicyclettes, vêtements d'entraînement en maille, maillots de bain et vêtements de ski, souliers avec empeigne en tissu
	Indonésie	1,62 G\$ CA (2016)	Caoutchouc naturel, beurre de cacao (graisse et huile), souliers avec empeigne en textile, chandails en maille, vêtements tissés et en maille pour femmes, vêtements tissés pour hommes, meubles, huile de palme, café










Guide pratique pour les nouveaux importateurs

	Jordanie	91,8 M\$ CA (2016)	Vêtements tissés et en maille pour hommes et femmes, t-shirts, bijoux, concombres et cornichons frais, champignons frais, bonbons-gelées et autres confiseries, café, fruits séchés
	Népal	14,1 M\$ CA (2016)	Tapis, chapeaux et autres accessoires pour la tête, articles en matières textiles, nourriture pour chiens et chats, gants, mitaines et gants, chandails, cotons ouatés et blousons, manteaux pour femmes et filles, châles, écharpes, voiles, cache-cols et mantilles
	Philippines	1,36 G\$ CA (2016)	Vêtements tissés et en maille pour femmes, huile de noix de coco et produits connexes, accessoires en cuir (malles, valises, sacs de golf et sacs à main), préparations à base de fruits, noix, chandails en maille, produits de boulangerie-pâtisserie, poissons préparés et en conserve
	Sri Lanka	348,8 M\$ CA (2016)	Vêtements tissés et en maille pour femmes et hommes, huile de noix de coco et produits connexes, articles vestimentaires de base, t-shirts, chandails en maille, poisson frais, vêtements en caoutchouc, gants et accessoires vestimentaires, thé, gants et mitaines en maille
	Vietnam	4,9 G\$ CA (2016)	Téléphones, pièces automobiles, souliers, meubles en bois, crevettes et langoustines, noix de cajou, chandails, cotons ouatés et blousons, sacs de golf, sacs à outils et autres contenants

Afrique et Moyen-Orient

Pays et importations annuelles	Principales importations
 Burkina Faso 41,1 M\$ CA (2016)	Fruits frais et séchés, agrumes (frais ou séchés), noix de coco, noix du Brésil, noix de cajou, ornements en métal
 Burundi 355 576 \$ CA (2016)	Café, livres imprimés, brochures, répertoires et livrets, vêtements, coton, articles vestimentaires et vêtements en cuirs, équipement et accessoires médicaux
 Égypte 110,6 M\$ CA (excl. l'or) (2016)	Tapis tissés et touffetés, vêtements tissés pour hommes et femmes, mélasse, plantes et huiles médicinales, chandails en maille, légumes en conserve, tissus, fruits et légumes congelés, t-shirts, agrumes (séchés et frais)

Guide pratique pour les nouveaux importateurs

	Éthiopie	33,2 M\$ CA (2016)	Café, graines et fruits oléagineux, souliers, boutures non racinées et greffons, fèves de soja, champignons, articles de boulangerie-pâtisserie, feuillage, branches et autres parties des plantes, graines de sésame, haricots et haricots ronds blancs
	Ghana	67,2 M\$ CA (2016)	Fèves et pâte de cacao, manioc, patates douces, arrow-root et produits similaires (frais), noix de coco, noix du Brésil, noix de cajou, poisson (séché, salé, fumé ou en saumure), bois d'œuvre, farine et aliments à base de légumes séchés, vannerie et objets en osier, huile de palme, préparations de beauté et maquillage, épices
	Kenya	32,3 M\$ CA (2016)	Café et thé, fleurs coupées (roses), noix de coco, noix du Brésil, noix de cajou, chandails en maille, vêtements tissés pour hommes, autres noix, vêtements tissés pour femmes, t-shirts, vêtements en maille pour hommes et femmes, bière, vêtements d'extérieur, bijoux d'imitation légumes
	Lesotho	7,7 M\$ CA (2016)	Vêtements tissés pour hommes et garçons, t-shirts, vêtements tissés pour femmes et filles, chandails, cotons ouatés et blousons, vêtements pour bébés
	Madagascar	78 M\$ CA (2016)	Vanille, t-shirts, plantes ornementales (vivantes), poisson (séché, salé, fumé ou en saumure), chandails en maille, huiles essentielles, mollusques, vêtements tissés et en maille pour hommes et femmes, légumes, clous de girofle, fèves de cacao
	Malawi	4,7 M\$ CA (2016)	Tabac, café, thé noir, machines, sucre de canne, légumineuses, pois cajans, fructose et sirop à base de fructose, fèves, pièces automobiles, sucre raffiné, mélasse de canne
	Mali	1,2 M\$ CA (2016)	Fruits, instruments de musique à percussion, huile de palmiste ou de babassu, antiquités, machinerie, reptiles (vivants), préparations alimentaires, peintures, dessins et pastels, couscous
	Maroc	422,8 M\$ (2016)	Agrumes (clémentines), vêtements tissés et en maille pour femmes, vêtements tissés pour hommes, mollusques, souliers avec empeigne en cuir, légumes en conserve, articles vestimentaires de bas, plantes médicinales, fruits congelés
	Mozambique	3,7 M\$ CA (2016)	Noix de cajou, tabac, rubis, saphires et émeraudes, crustacés, bois d'œuvre, véhicules à moteur, poissons plats, graisses et huiles végétales

Guide pratique pour les nouveaux importateurs

	Ouganda	8,6 M\$ CA (2016)	Café, boutures non racinées et greffons, poissons séchés (autres que la morue), bananes, aubergines, graines de sésame, gousses de vanille, tapis, légumineuses, patates douces
	Rwanda	1,8 M\$ CA (2016)	Café, thé noir, sacs de golfs, sauces et préparations, farine, noix moulues, farine de céréales, vannerie, objets en osier (fabriqués à partir de matières végétales tressées), sacs à main
	Sénégal	6,2 M\$ CA (2016)	Poisson frais ou réfrigéré (autre que des filets), perruques, sourcils, cils, mollusques, poisson (séché, tranché, fumé ou en saumure), crustacés préparés et en conserve, tomates préparées et en conserve, objets en osier et vannerie
	Sierra Leone	2,3 M\$ CA (2016)	Pièces de voies ferrées, pièces automobiles, électroménagers, vêtement tissés pour femmes et filles, lentilles (séchées et écosées), souliers
	Soudan du Sud	2 513 \$ CA (2016)	Solvants et diluants en matières composites organiques, machines à filtrage ou purification
	Tanzanie	13,6 M\$ CA (2016)	Graines de légumes, café, fèves de cacao, t-shirts, haricots, thé noir, chandails, noix de cajou, pois chiches, boutures non racinées et greffons
	Tunisie	91,1 M\$ CA (2016)	Huile d'olive, fruits frais et séchés, articles vestimentaires de base, souliers (avec empeigne en cuir), vêtements tissés et en maille pour hommes et femmes, chandails en maille, malles, valises, sacs de golf et sacs à main en cuir, huiles essentielles
	Zambie	1,2 M\$ CA (2016)	Pierres précieuses, miel, machinerie, sacs à main (en cuir), sculptures, sacs de golf, sacs à outils et autres contenants en cuir

ANNEXE B

Importateurs : cas de réussite

M&M Twins

M&M Twins Limited est un pionnier du marché des aliments ethniques et son partenariat avec TFO Canada s'est avéré relativement lucratif pour les deux parties. L'entreprise, qui vend une grande variété de produits sur le marché canadien, notamment du riz spécialisé, des produits à la noix de coco et du thé de Ceylan, compte depuis plus de 30 ans sur TFO Canada pour établir des relations d'affaires avec des fournisseurs de pays en développement. L'organisme lui a notamment procuré une liste de fournisseurs de produits spécifiques à l'étranger et a organisé des missions d'acheteurs auxquelles M&M a souvent participé, notamment au Pérou, en Malaisie, au Sri Lanka et en Guyane. L'entreprise apprécie ces missions commerciales, car elles lui ont permis de comparer les prix, de trouver de nouveaux fournisseurs et même de régler des problèmes avec les douanes canadiennes. La mission commerciale à laquelle l'entreprise a participé avec TFO Canada au Sri Lanka en 1983 a été un de ses premiers succès. Elle avait passé alors un marché avec Ceylon Biscuits pour vendre des biscuits Munchee au Canada et, plusieurs décennies après, M&M Twins Limited fait encore affaire avec le même exportateur. La durée de la relation de M&M Twins avec TFO Canada donne une idée des avantages mutuels que les deux partenaires en ont retirés et a permis à M&M de recevoir une reconnaissance de la part du gouvernement canadien pour ses initiatives en matière de commerce extérieur et son excellence en affaires internationales.¹⁷

¹⁷ http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=5_5&chapid=5



Mantab

Mantab est une autre entreprise canadienne qui a bénéficié des missions d'acheteurs de TFO Canada; il s'agit d'un importateur québécois de fruits et légumes en conserve de grande qualité. TFO Canada a offert, par l'intermédiaire de son programme d'accès au marché canadien, un soutien logistique à Mantab pour participer à la mission commerciale organisée en 2014 au salon professionnel Expo Alimentaria au Pérou. Grâce au soutien logistique, Mantab a pu envoyer deux représentants lors de cette mission commerciale, ce qui lui a permis de couvrir d'autres régions et de rencontrer tous les fournisseurs lors de l'événement. Sa présence à Expo Alimentaria lui a valu de conclure des affaires. En plus de consolider sa relation avec les fournisseurs actuels, l'importateur canadien a pu en trouver de nouveaux. Pendant la mission commerciale, Mantab a rencontré un fournisseur non péruvien qui exposait ses produits au salon et elle a commandé des conteneurs de cœurs de palmier, qu'elle a reçus peu après. Mantab a aussi pu commander des conteneurs de poivrons rouges rôtis auprès d'un autre fournisseur sur place. Quand elle a reçu les marchandises, elle était tellement contente de la qualité des produits qu'elle a passé ensuite une grosse commande. Pour Mantab, il s'est agi d'une expérience positive sur les plans personnel et professionnel. Comme l'a dit Martine Nepton, la principale acheteuse chez Mantab, « TFO Canada était très bien organisé et est un organisme formidable. Il a servi de pont entre nous et le Pérou. Nous avons eu le sentiment d'être pris en main. »¹⁸

¹⁸ http://www.tfocanada.ca/docs.php?page=5_5&chapid=15

