

EXPORTER AU CANADA NOUVELLES

Stimuler la diversification commerciale dans un contexte tarifaire complexe

Contenu

**Message du directeur
général**

**Le commerce
international : la
nouvelle norme**

**La guerre tarifaire de
Trump : un catalyseur
pour renforcer les liens
commerciaux entre le
Canada, l'Amérique
latine et les Caraïbes**

**Pourquoi les
importateurs canadiens
diversifient-ils leurs
marchés
d'approvisionnement : Un
virage stratégique dans
l'approche commerciale**

**Explorer le nouveau
paysage du commerce
mondial :
Le Canada, passerelle
stratégique pour les pays en
développement**

**Le Canada, partenaire
stratégique pour les pays
en développement**

**Dans un contexte de
guerre commerciale nord-
américaine, la relation
entre la Colombie et le
Canada se démarque par
son potentiel de
croissance bilatérale**

**TFO Canada
45ème anniversaire
Catalyser une croissance
économique durable**



Message du directeur général

Favoriser la croissance économique par une diversification accrue des échanges

Dans un climat d'incertitude marqué par des bouleversements économiques et géopolitiques mondiaux, les systèmes commerciaux internationaux sont mis à rude épreuve. Cette instabilité pousse de plus en plus d'acheteurs canadiens à repenser leurs chaînes d'approvisionnement et à explorer de nouvelles sources. TFO Canada, organisation non gouvernementale à vocation missionnaire, s'appuie sur une longue expérience de collaboration avec les petites et moyennes entreprises des pays en développement. Cette expertise en fait un allié de confiance pour les entreprises canadiennes cherchant à diversifier leurs fournisseurs.

La diversification des échanges – qu'il s'agisse de varier les produits ou de conquérir de nouveaux marchés – s'impose désormais comme un levier essentiel de croissance. Pour les économies émergentes comme pour les pays industrialisés, cette stratégie permet de limiter les risques, de renforcer la compétitivité et de bâtir une résilience face à une conjoncture mondiale instable et en perpétuelle évolution.

La diversification du commerce vise avant tout à diminuer la dépendance à un nombre limité de produits ou de partenaires commerciaux. En 2024, le Canada illustre bien ce besoin : 76,5 % de ses exportations étaient destinées aux États-Unis, tandis que 49,5 % de ses importations en provenaient. Ces chiffres soulignent l'importance d'élargir les horizons commerciaux du pays. Dans ce contexte et en accord avec les nouvelles priorités du Canada en matière de commerce, TFO Canada identifie une opportunité concrète de soutenir activement cette diversification. L'objectif : contribuer à réduire la concentration sur le marché américain, tout en générant de la valeur pour les PME exportatrices des pays en développement. TFO Canada adopte une approche globale, reconnaissant que la diversification ne concerne pas uniquement les exportations canadiennes, mais aussi ses importations. Cette stratégie comprendra la sélection de secteurs

clés, de marchés prioritaires et de pays partenaires cibles. Elle visera à renforcer les capacités d'exportation des pays en développement vers le Canada et à soutenir les entreprises canadiennes dans la diversification de leurs importations — un levier qui pourra aussi dynamiser leurs propres exportations de biens, produits et services. Le succès de cette démarche reposera largement sur la capacité des entreprises à tisser ou retisser des liens commerciaux solides à l'international.

En somme, la diversification du commerce constitue un levier puissant et multidimensionnel pour stimuler la croissance économique. En multipliant les marchés desservis et en diversifiant les produits échangés, les pays renforcent la stabilité, la compétitivité et la résilience de leurs économies. Certes, le parcours vers une diversification réussie peut s'avérer exigeant, mais les bénéfices à long terme — en matière d'innovation, de sécurité économique et de développement inclusif — en font un choix stratégique judicieux.



Steve Tipman
Directeur général
TFO Canada



"Diversification commerciale : une opportunité clé pour les PME des pays en développement. En ciblant des marchés de niche où leurs produits ou services se distinguent, ces entreprises peuvent éviter une concurrence frontale avec les grandes marques tout en répondant de manière plus fine aux attentes spécifiques de leurs clients"

Le commerce international : la nouvelle norme

Par Christian Sivière, associé chez TFO Canada

Ces dernières années, le commerce mondial a connu une relance vigoureuse, bien que marquée par des disparités. Après le choc de 2020 lié à la pandémie, les échanges commerciaux ont retrouvé dès 2021 leurs niveaux d'avant-crise, confirmant le rôle incontournable du commerce international dans la reprise économique globale. Depuis 2022, la dynamique de croissance du commerce mondial montre des signes de ralentissement, en grande partie à cause de facteurs géopolitiques majeurs. Des conflits persistants — tels que la guerre en Ukraine, les attaques contre Israël suivies d'une riposte à Gaza, ainsi que les agressions visant les routes commerciales en mer Rouge — ont provoqué des perturbations significatives dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. Ces événements engendrent incertitude, pénuries et hausses des coûts logistiques, rendant les conditions d'exportation plus difficiles, en particulier pour les petites et moyennes entreprises.

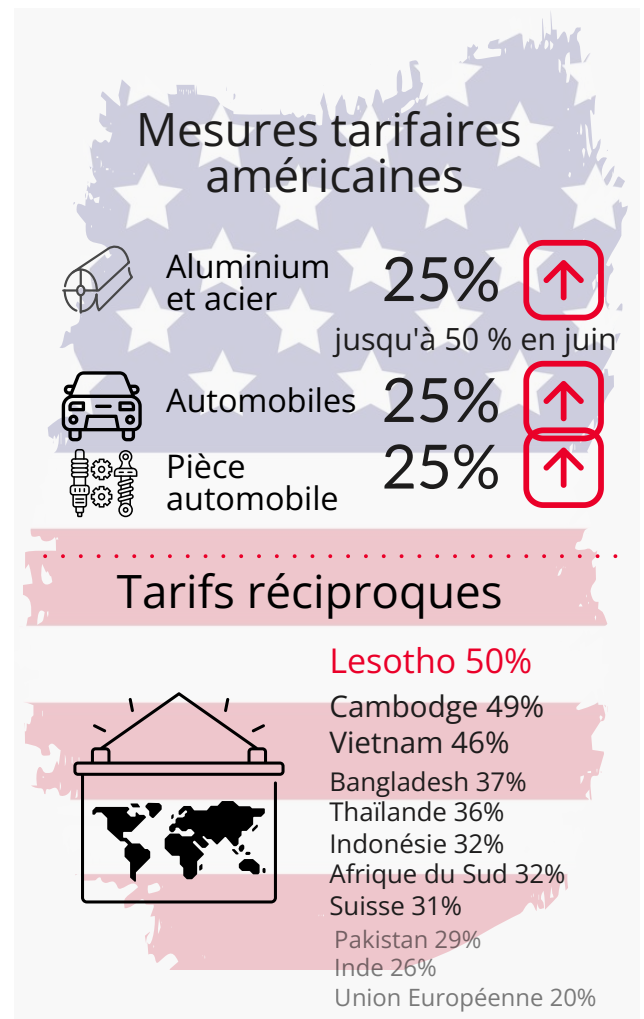
À cela s'ajoute un nouveau bouleversement survenu le 20 janvier, avec le début du second mandat du président Trump. Ce changement de cap politique a déclenché des répercussions à l'échelle planétaire, comparables, selon certains observateurs, à l'impact de la pandémie de Covid-19. Les mesures adoptées par la nouvelle administration américaine affectent directement l'environnement commercial mondial — et les PME exportatrices des pays en développement n'y échappent pas, tant les économies sont désormais interdépendantes.

Dès février, les nouvelles orientations commerciales de l'administration américaine ont marqué un tournant abrupt : une menace tarifaire de 25 % a été brandie contre l'ensemble des importations en provenance de ses partenaires traditionnels, notamment le Canada et le Mexique — seuls les produits énergétiques ayant été épargnés, avec un tarif de 10 %. Bien que les produits canadiens conformes aux règles d'origine du CUSMA aient finalement obtenu une exemption, cette mesure reste précaire. Ce premier coup a été suivi d'une série de hausses tarifaires unilatérales : en mars, l'aluminium et l'acier ont été ciblés à hauteur de 25 % (portés à 50 % en juin), suivis en avril par les automobiles, puis en mai par les pièces automobiles, chacune à 25 %. En parallèle, des droits de douane dits « réciproques » ont été imposés en juin à plusieurs pays, selon un mécanisme inédit basé sur le ratio entre le déficit commercial bilatéral et le commerce total de ces pays avec les États-Unis. Si le Canada a été épargné par les sanctions tarifaires, de nombreux pays partenaires ont vu leurs exportations lourdement frappées. Parmi eux : le Lesotho (50 %), le Cambodge (49 %), le Vietnam (46 %), le Bangladesh (37 %), la Thaïlande (36 %), l'Indonésie et l'Afrique du Sud (32 %), la Suisse (31 %), le Pakistan (29 %), l'Inde (26 %) et l'Union européenne (20 %), pour ne nommer que ceux-là. La Chine a quant à elle été ciblée de manière particulièrement agressive, avec des droits de douane passant de 45 % à un sommet de 145 %, avant d'être ramenés à 55 % à la suite de contre-mesures imposées par Pékin. Fait étonnant : la Russie n'a jamais été incluse dans cette vague de sanctions tarifaires.

L'ensemble de ces mesures a été largement critiqué pour leur caractère arbitraire, en contradiction avec les règles établies de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ainsi qu'avec la législation commerciale américaine. Deux tribunaux des États-Unis ont d'ailleurs statué en ce sens, mais leurs jugements font actuellement l'objet d'un appel par le

gouvernement, avec une éventuelle issue devant la Cour suprême. Ce qui frappe dans l'approche actuelle de la politique commerciale américaine, c'est son extrême imprévisibilité : les décisions peuvent évoluer brusquement, frapper aussi bien les adversaires que les alliés traditionnels, et semblent reposer sur des critères largement subjectifs. Cette instabilité s'accompagne d'un discours parfois trompeur. Certes, les États-Unis enregistrent des déficits commerciaux avec de nombreux pays — mais uniquement dans le domaine des biens. En revanche, ils affichent des excédents notables en matière de services. Autre idée reçue : l'affirmation selon laquelle les droits de douane seraient supportés par les pays exportateurs. En réalité, ces taxes sont payées par les importateurs américains, qu'ils soient résidents ou non, et sont ensuite répercutées sur les détaillants et les consommateurs finaux. Ce mécanisme contribue directement à l'augmentation des prix à la consommation, alimentant ainsi l'inflation intérieure. Plusieurs grandes entreprises américaines — notamment Walmart, Procter & Gamble et John Deere — ont publiquement annoncé une hausse de leurs prix ainsi qu'une baisse anticipée de leurs bénéfices pour l'année en cours. En cause: les perturbations tarifaires qui pèsent directement sur leurs chaînes d'approvisionnement et leurs marges bénéficiaires.

Les témoignages d'exportateurs à travers le monde confirment que le commerce international traverse une période de turbulences marquées par une forte imprévisibilité. Une inquiétude croissante se dessine: celle de voir certaines grandes puissances, à l'image des États-Unis, délaisser les cadres multilatéraux pour privilégier des approches strictement nationales. Ce repli se manifeste



également au sein des institutions internationales: l'Organisation mondiale du commerce (OMC), pilier du système commercial global, voit sa capacité d'action limitée par l'absence de nomination des juges d'appel. Cette paralysie institutionnelle nuit gravement à l'efficacité du règlement des différends commerciaux. Un autre élément préoccupant de la politique commerciale américaine actuelle est la remise en question implicite des accords de libre-échange. Même lorsqu'ils sont pleinement ratifiés et mis en œuvre, ces accords peuvent être unilatéralement suspendus ou annulés par les États-Unis.

Pour les exportateurs, la leçon est claire : il est essentiel de diversifier leurs marchés afin de limiter leur exposition aux fluctuations des règles commerciales américaines, qui peuvent évoluer sans préavis. Cette recommandation est particulièrement cruciale pour le Canada (où 75 % des exportations sont destinées aux États-Unis), le Mexique (85 %), mais aussi pour d'autres grandes économies qui dépendent significativement du marché américain : 20 % des exportations de l'Union européenne, de la Chine et du Japon, 18 % pour l'Inde, et 12 % pour le Brésil. Par ailleurs, la politique protectionniste américaine actuelle comporte deux effets pervers : elle encourage les entreprises étrangères à relocaliser leurs investissements aux États-Unis, au détriment d'autres marchés, et elle affaiblit les normes internationales en matière de commerce. Lorsqu'un acteur majeur ne respecte plus les règles multilatérales, cela ouvre la voie à une fragmentation accrue et à une multiplication des mesures unilatérales ailleurs dans le monde.

Face aux tensions commerciales exacerbées par les politiques tarifaires américaines, de nombreux pays visés cherchent désormais à réduire leur dépendance non seulement en matière d'exportations, mais également pour leurs propres approvisionnements. Le Canada, par exemple, dépend encore à près de 50 % des importations en provenance des États-Unis. Ce constat a renforcé sa volonté de diversifier ses sources d'approvisionnement en élargissant ses achats de matières premières, de composants et de pièces auprès d'autres régions. L'Union européenne adopte une démarche similaire, ce qui crée de nouvelles perspectives pour les exportateurs des pays en développement.

Le Canada importe 50 % de ses approvisionnements des États-Unis et cherche désormais à diversifier ses sources d'approvisionnement



75% des exportations canadiennes sont destinées aux États-Unis - il est temps de répartir les risques



L'annonce de tarifs douaniers déclenche une ruée vers le transport maritime, faisant grimper les prix du fret de trois fois en l'espace de quelques jours



Cette réorientation commerciale s'accompagne toutefois de conséquences collatérales importantes, notamment une forte volatilité dans le secteur du transport maritime. Lorsqu'un nouveau tarif américain est annoncé contre un pays spécifique, les volumes d'expédition chutent, entraînant une baisse des taux de fret et un redéploiement des navires vers d'autres routes. À l'inverse, l'annonce d'un sursis tarifaire temporaire — par exemple de 90 jours — déclenche une ruée des expéditeurs pour faire partir leurs marchandises avant l'échéance, provoquant une saturation rapide des navires et une flambée des tarifs, parfois multipliés par trois en quelques jours. Les perturbations tarifaires ont des répercussions concrètes sur la disponibilité et l'accessibilité des services d'expédition, notamment pour les pays des régions concernées. Cette volatilité complique grandement la planification pour les exportateurs, puisque les coûts logistiques jouent un rôle central dans leur compétitivité. Dans ce contexte incertain, la diversification des marchés d'exportation devient une stratégie incontournable pour mieux répartir les risques. Pendant que ces « guerres commerciales » s'intensifient, d'autres enjeux mondiaux fondamentaux — tels que la crise environnementale, l'accès à l'éducation, les inégalités croissantes ou les conflits armés — peinent à recevoir l'attention et les ressources qu'ils méritent.

Dans ce nouvel environnement, il est plus que jamais crucial pour les PME des pays en développement d'établir des partenariats solides avec des clients issus de marchés ciblés, réceptifs à l'innovation, enclins à diversifier leurs approvisionnements, et attachés au respect des règles commerciales internationales. Le Canada représente notamment l'un de ces partenaires stratégiques.

La guerre tarifaire de Trump : un catalyseur pour renforcer les liens commerciaux entre le Canada, l'Amérique latine et les Caraïbes.

Par Dave McKenzie, Fondateur et coordinateur de l'initiative de service communautaire, École de commerce John Molson, Université Concordia

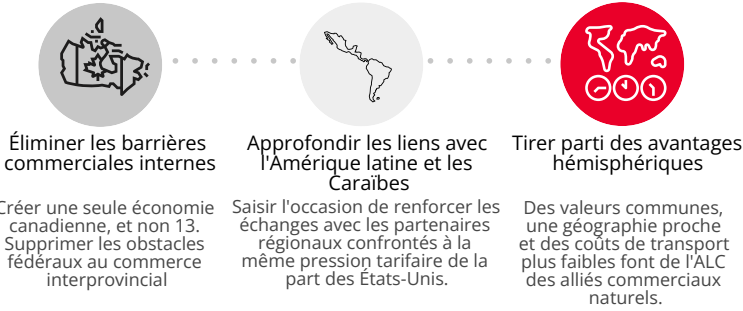
Face à l'escalade tarifaire orchestrée par le président Trump et à la guerre commerciale ciblant les produits manufacturés, le Canada doit impérativement réduire sa dépendance excessive au commerce bilatéral avec les États-Unis et élargir et diversifier activement ses marchés internationaux. En priorité, une réforme interne s'impose : lever les barrières fédérales qui freinent le commerce interprovincial. Comme l'a souligné le premier ministre Carney, **le Canada a besoin d'une seule économie nationale, et**

non de treize économies fragmentées. Il est d'ailleurs encourageant de voir les gouvernements provinciaux et territoriaux engagés dans des discussions en ce sens.

Le Canada dispose aujourd'hui d'une opportunité claire d'approfondir ses relations commerciales avec les pays d'Amérique latine et des Caraïbes — des régions elles aussi confrontées à des pressions tarifaires de la part des États-Unis. Bien que leurs droits de douane effectifs demeurent inférieurs

à ceux imposés à de nombreux concurrents asiatiques, ces pays affichent une volonté croissante de consolider leurs partenariats régionaux et de s'ouvrir à de nouveaux débouchés dans un contexte mondial marqué par l'incertitude.

3 étapes pour se diversifier La stratégie commerciale du Canada



Au-delà de leur proximité géographique dans l'hémisphère occidental, le Canada, l'Amérique latine et les Caraïbes entretiennent des liens profonds : valeurs partagées, affinités culturelles et familiales, collaborations universitaires, échanges touristiques dynamiques, sans oublier le chevauchement des fuseaux horaires qui facilite la conduite des affaires entre ces régions. Leurs économies sont largement complémentaires, et les courtes distances qui les séparent contribuent à réduire les coûts logistiques et à renforcer l'efficacité des chaînes d'approvisionnement.

Le partenariat commercial entre ces régions ne part donc pas de zéro : il repose déjà sur des fondations solides, qu'il convient de consolider et d'élargir. Fort de huit accords de libre-échange conclus avec des pays d'Amérique latine, le Canada consolide sa présence économique dans la région. Des négociations sont également en cours pour intégrer l'Équateur, le Brésil et l'Argentine dans un nouveau cadre commercial ambitieux. Parallèlement, le Canada, aux côtés du Mexique, du Chili et du Pérou, est membre de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), qui renforce les échanges avec les économies de l'Asie-Pacifique.

Le pays entretient aussi des relations privilégiées avec les Caraïbes, notamment à travers son partenariat avec la Communauté des Caraïbes (CARICOM). Ce partenariat stratégique, officialisé le 18 octobre 2023 à Ottawa lors du Sommet des dirigeants Canada-Caricom, définit les grandes orientations de l'engagement canadien envers la région. Dans ce contexte, le Canada est bien positionné pour soutenir le développement de l'Amérique latine en mobilisant des capitaux, en partageant son expertise et en fournissant des technologies dans des secteurs clés comme l'énergie, l'exploitation minière et les infrastructures. Grâce à son industrie avancée et à son secteur technologique dynamique, le Canada est en mesure de stimuler le développement de divers secteurs en Amérique latine.

Il dispose des ressources financières, du savoir-faire et des technologies de pointe nécessaires pour appuyer des projets dans les domaines de l'énergie, des mines et des infrastructures. La sophistication de son tissu industriel et la croissance rapide de ses innovations technologiques permettent également de favoriser la modernisation des industries locales.

Par ailleurs, l'Amérique latine, forte de ses abondantes ressources naturelles et de son rôle de premier plan dans l'agriculture mondiale, représente un marché aux perspectives prometteuses. Les fertilisants et les technologies agricoles

canadiennes peuvent jouer un rôle clé dans l'augmentation des rendements de cultures telles que le soja, les fruits, ou d'autres produits agricoles.

Enfin, plusieurs pays de la région pourraient devenir des plateformes manufacturières stratégiques pour les entreprises canadiennes. Avec l'essor de leurs marchés intérieurs, ces pays offrent de nouvelles opportunités d'exportation, particulièrement en réponse aux politiques protectionnistes mises en place aux États-Unis. De leur côté, les entreprises latino-américaines confrontées à des barrières tarifaires pourraient envisager le Canada comme un tremplin stratégique pour élargir leur présence à l'international.

Sur le plan du tourisme, les Canadiens qui, l'hiver venu, se rendaient traditionnellement en Floride pourraient désormais privilégier les destinations caribéennes. Celles-ci offrent un cadre naturel enchanteur, une hospitalité reconnue, des liens historiques avec le Canada, une cuisine savoureuse et un taux de change avantageux.

Les acteurs économiques du Canada, de l'Amérique latine et des Caraïbes sont de plus en plus conscients des risques liés à une trop grande dépendance envers des marchés uniques. Au-delà des enjeux liés aux droits de douane, la diversification des marchés devient un levier incontournable.

Comme le souligne Exportation et développement Canada (EDC), élargir son portefeuille de marchés permet de renforcer sa stratégie d'exportation et d'ouvrir de nouvelles perspectives de croissance, particulièrement dans un contexte mondial instable. En étant présentes sur plusieurs marchés, les entreprises gagnent en agilité, peuvent s'adapter plus rapidement et atténuer leur exposition aux risques.

La diversification commerciale offre des avantages tangibles :

La croissance des ventes
éviter la saturation de marché en explorant de nouvelles régions permet de ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier.

Une stabilité renforcée
en répartissant les risques entre plusieurs marchés, les entreprises se prémunissent contre les aléas saisonniers, les fluctuations monétaires et les tensions géopolitiques.

Une compétitivité accrue
évoluer sur la scène mondiale renforce la capacité d'innovation, affine les pratiques opérationnelles et consolide la résilience, autant d'atouts qui rejaillissent sur la performance nationale.

Dans ce contexte, le renforcement des échanges commerciaux entre le Canada, l'Amérique latine et les Caraïbes apparaît comme un choix stratégique évident. Les entreprises de ces régions peuvent capitaliser non seulement sur les accords officiels, mais aussi sur des réseaux informels pour élargir leur portée, dynamiser leurs économies et générer des retombées positives pour leurs citoyens.

Et si, au passage, cela permet de renverser la dynamique imposée par les tarifs protectionnistes de l'ère Trump... c'est non seulement une bonne affaire, mais aussi une douce revanche teintée d'élégance commerciale.



Pourquoi les importateurs canadiens diversifient-ils leurs marchés d'approvisionnement

Un virage stratégique dans l'approche commerciale

Par Janin Mendoza, chargée de projet pour l'Amérique latine et les Caraïbes et services de soutien au commerce - TFO Canada

Dans un contexte mondial marqué par l'instabilité des **tarifs douaniers**, les **tensions géopolitiques**, les **impacts du changement climatique**, la **montée de l'inflation** et les **perturbations persistantes des chaînes d'approvisionnement**, les importateurs canadiens revoient en profondeur leur approche en matière d'approvisionnement international. Un récent sondage mené par TFO Canada auprès d'un échantillon ciblé d'acheteurs de la Colombie-Britannique, du Québec et de l'Ontario met en lumière une tendance forte:

La diversification des marchés d'importation n'est plus perçue comme un choix stratégique, mais comme une nécessité vitale.

Peu importe leur taille, les entreprises s'emploient activement à **diversifier leurs marchés** pour limiter leur dépendance à une région ou un partenaire unique. Cette approche vise à accroître leur résilience face aux perturbations et à maintenir leur compétitivité. Comme l'a souligné [Kero Trading Inc.](#), « nous avons été contraints de chercher de nouvelles sources d'approvisionnement ». Pour les exportateurs issus des pays en développement, cette dynamique représente une **véritable opportunité**. Toutefois, pour en tirer pleinement parti, ils doivent répondre à des exigences toujours plus élevées en matière de prix, de qualité, de fiabilité logistique et de régularité des livraisons.

Les tarifs redessinent la carte

Les bouleversements du **paysage tarifaire international** transforment déjà en profondeur les pratiques d'approvisionnement des acheteurs canadiens. Plutôt que de simplement réagir, ils anticipent les risques émergents en recherchant des chaînes d'approvisionnement agiles et adaptables. Les entreprises canadiennes **misent sur des modèles logistiques flexibles et des stratégies diversifiées**, s'éloignant de la **dépendance à des zones fortement exposées aux droits de douane**. Elles privilégient désormais des partenaires capables d'offrir de la souplesse, une visibilité accrue et une réelle agilité stratégique.

Lors d'un sondage, huit entreprises interrogées ont toutes confirmé avoir apporté d'importants ajustements à leur stratégie d'approvisionnement face aux fluctuations tarifaires mondiales. Une tendance nette s'est imposée : **le recul des centres d'importation traditionnels, comme les États-Unis**, au profit de l'approvisionnement direct et d'une préférence marquée pour les produits fabriqués au Canada.

« Nous explorons désormais des options au-delà des États-Unis », a déclaré un représentant de [Jiva Manufacturing & Distributing Inc.](#), une PME spécialisée dans les aliments biologiques en Colombie-Britannique. En Ontario, certaines entreprises du secteur agroalimentaire, comme [Africa Haven Inc.](#), ont déjà **franchi le pas en contournant complètement le marché américain**, préférant établir des chaînes d'approvisionnement directes avec des partenaires africains. D'autres encore, comme [Coffee Central Roasting](#) en Colombie-Britannique, suivent de près l'évolution des politiques tarifaires américaines, conscientes que ces changements pourraient indirectement rediriger les flux commerciaux vers le Canada.

Diversification = Résilience



Un impératif stratégique : **diversifier sa base de fournisseurs**. Le message est sans équivoque: la diversification des fournisseurs est devenue incontournable. Tous les répondants s'accordent à dire qu'il est crucial de construire une base d'approvisionnement variée, non seulement pour faire face aux périodes de crise, mais aussi pour renforcer la résilience en temps de stabilité. Il s'agit là d'un pilier fondamental pour garantir **la continuité des opérations et préserver la compétitivité**. « La diversification n'est plus une option », a affirmé un représentant d'une entreprise au Québec « **L'offre en matières premières évolue constamment, et les défis logistiques ne cessent de croître.** » [Kero Trading Inc](#) abonde dans le même sens : « Face à un monde traversé par des tensions géopolitiques et des conflits, et à l'imprévisibilité des politiques commerciales, diversifier nos sources d'approvisionnement devient essentiel. »

9 Acheteurs canadiens



4 Colombie-Britannique
2 Ontario
3 Québec
Type
7 petit 1 moyen
1 grand



L'essor de la diversification ne repose pas uniquement sur la volonté d'atténuer les risques : il s'agit aussi de bâtir des chaînes d'approvisionnement capables de s'adapter aux évolutions du marché, aux attentes des clients et aux réalités géopolitiques. Toutefois, les acheteurs reconnaissent que cette transition comporte son lot de défis. Comme l'a souligné un représentant d'[Artigiano Roasting](#) « cela peut poser un défi », illustrant les complexités auxquelles font face les entreprises, même lorsque l'avantage stratégique d'un réseau d'approvisionnement élargi ne fait aucun doute.

Pour certaines entreprises comme [Courchesne Larose](#), la diversification ne constitue pas une tendance récente, mais un pilier stratégique de longue date. Cette approche est avant tout dictée par la nécessité d'**assurer un approvisionnement régulier et fiable pour leurs clients**.

Ce que les exportateurs doivent retenir : prix, qualité et relation de confiance comme leviers d'entrée

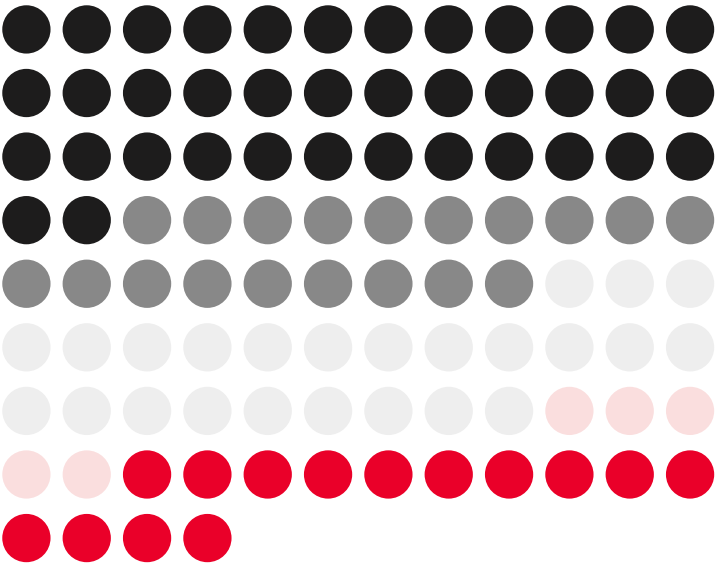
Que recherchent réellement les acheteurs canadiens lorsqu'ils évaluent de **nouveaux marchés fournisseurs**? Loin de se limiter aux simples coûts, ils privilégient un équilibre judicieux entre **rentabilité, efficacité logistique, fiabilité, qualité constante et communication fluide**.

Les témoignages recueillis illustrent ces priorités :

Prix et rentabilité – « Il devient de plus en plus difficile de trouver des cafés à des prix raisonnables », souligne [Coffee Central Roasting](#), « Les prix du café vert ont bondi en 2025 ». Dans la même veine, KK BEE LTD précise : « Nous cherchons activement de nouveaux marchés pour réduire le coût de nos produits ».

Qualité et fiabilité – Comme l'ont exprimé [Jiva Manufacturing & Distributing Inc.](#) et [Fresh Direct Produce Group](#) « la salubrité des aliments, la qualité uniforme des produits et une logistique maîtrisée sont des éléments non négociables pour établir un partenariat commercial durable. »

Communication fournisseur et logistique – « Nous nous soucions de la fiabilité, d'une communication claire et d'une bonne logistique », a déclaré une entreprise au Québec.



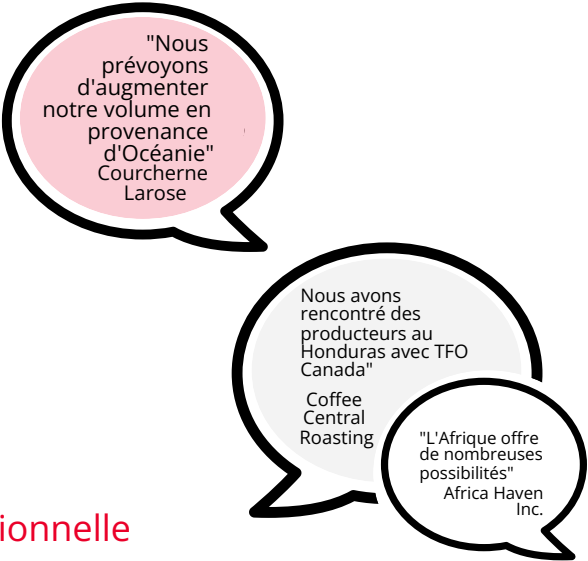
■ Prix/Coût ■ Gestion de la logistique ■ Qualité
■ Communication ■ Fiabilité

Le réseau d'approvisionnement s'élargit à l'échelle mondiale

Les neuf entreprises interrogées **diversifient activement** leurs sources d'approvisionnement afin de ne plus dépendre d'un seul marché. Les zones géographiques nouvellement explorées ou dont le rôle dans la chaîne d'approvisionnement s'est renforcé incluent notamment:

- **Asie** : Vietnam, Philippines, Inde, Indonésie, Thaïlande, Chine
- **Amérique Latine** : Pérou, Bolivie, Chili, Colombie, Costa Rica, Équateur, Guatemala, Honduras, Mexique et Paraguay
- **Afrique** : Maroc, Afrique du Sud, Égypte
- **Europe** : Espagne, Portugal, Turquie
- **Océanie** : Certains s'étendent maintenant à l'Australie et à la Nouvelle-Zélande

Il s'agit d'un **repositionnement stratégique vers des partenaires commerciaux émergents et diversifiés**, soutenus, dans certains cas, par des organisations comme TFO Canada.



Naviguer dans l'incertitude avec une stratégie intentionnelle

Alors que les marchés établis se transforment et que l'environnement géopolitique demeure incertain, les acheteurs canadiens **redoublent d'ouverture** à l'égard de nouveaux partenaires d'approvisionnement. Toutefois, leurs standards demeurent élevés. Ils recherchent des fournisseurs dignes de confiance, dotés d'une résilience éprouvée et d'une transparence sans faille — notamment dans les pays du Sud — avec lesquels ils bâtissent des relations solides fondées sur un équilibre entre coût compétitif, qualité constante et fiabilité logistique.

Vous êtes en mesure de répondre à ces attentes? Alors vous ne ferez pas que survivre dans ce nouveau contexte commercialvous prospérerez !.

Explorer le nouveau paysage du commerce mondial : Le Canada, passerelle stratégique pour les pays en développement

Par Quynh TRAN (LLB, MA, Ph.D), Représentante commerciale en chef du Vietnam au Canada

Le contexte commercial international a subi une transformation profonde. Au-delà des barrières tarifaires classiques, une ère d'incertitude sans précédent — alimentée par les tensions géopolitiques et l'évolution rapide des politiques commerciales — représente désormais un défi majeur. Cette instabilité complique la planification stratégique, en particulier pour les pays en développement fortement impliqués dans les échanges mondiaux. Un tel climat risque de freiner l'élan d'innovation et d'entraver l'expansion économique.

Pourquoi la diversification est plus importante que jamais

Pour les pays en développement, la dépendance à un nombre restreint de marchés, bien qu'autrefois source de prospérité, les rend aujourd'hui particulièrement vulnérables. La diversification n'est plus simplement un levier d'élargissement commercial : elle devient un pilier essentiel pour renforcer la résilience économique, atténuer les chocs extérieurs, stimuler la croissance et consolider les chaînes d'approvisionnement.

Le Vietnam illustre parfaitement cette stratégie. Nation dynamique de près de 100 millions d'habitants, son commerce extérieur représente le double de son PIB — un indicateur clair de son intégration mondiale. Fort d'un réseau de 17 accords de libre-échange (ALE) couvrant plus de 50 pays, dont le Canada, le Vietnam a su attirer des investissements directs étrangers considérables et soutenir l'essor de son tissu entrepreneurial, désormais constitué d'environ un million d'entreprises. Ce modèle offre des enseignements précieux pour d'autres pays en développement souhaitant s'ouvrir efficacement aux marchés internationaux.

Canada: une plateforme stratégique pour les pays en développement

Pour les nations émergentes en quête de diversification de leurs exportations, le Canada représente une opportunité majeure — souvent sous-estimée. Grâce à ses infrastructures portuaires de pointe sur les façades atlantique et pacifique, le Canada offre un point d'entrée privilégié vers l'Amérique du Nord, l'Amérique latine et les Caraïbes — un levier essentiel pour optimiser les coûts logistiques et accroître la compétitivité des exportations.

Le Canada s'appuie sur un réseau étendu de 16 accords de libre-échange couvrant 51 pays, et des discussions sont en cours pour conclure un accord avec l'ANASE. Ces partenariats permettent de réduire les barrières tarifaires et d'alléger les contraintes réglementaires. Grâce à l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), les entreprises canadiennes bénéficient déjà d'un accès privilégié à des marchés stratégiques comme le Vietnam, ouvrant la voie à de nouvelles opportunités économiques. L'engagement constant du Canada en faveur d'un système commercial mondial ouvert et fondé sur des règles renforce son rôle de partenaire stable et digne de confiance.

La portée stratégique des accords de libre-échange (ALE) : bien au-delà d'un simple accès aux marchés

Les ALE modernes représentent de véritables leviers de stratégie industrielle. Ils favorisent une intégration plus étroite dans les

chaînes de valeur régionales et mondiales, en multipliant les synergies entre les économies partenaires. Grâce à leur réseau commun d'accords commerciaux, le Canada et le Vietnam ont accès à un marché combiné de 4,4 milliards de consommateurs, ouvrant la voie à une intégration approfondie des activités de production, d'investissement, de transfert technologique et de développement de marque.

Vietnam: carrefour stratégique vers les marchés asiatiques

Grâce à sa participation active aux initiatives régionales et à la densité de ses accords de libre-échange, le Vietnam offre une passerelle efficace vers de vastes marchés asiatiques.

Implanter une présence commerciale dans le pays permet souvent un accès fluide et en franchise de droits à une large portion du continent — représentant plusieurs milliards de consommateurs. Des accords comme le PTPGP prévoient des règles de transbordement, permettant à des marchandises de transiter par un pays tiers tout en conservant leur éligibilité aux préférences tarifaires. Cette flexibilité renforce le rôle du Vietnam, aux côtés du Canada, comme acteur clé des chaînes d'approvisionnement mondiales.

Conclusion: Tracer la voie d'une prospérité partagée

Dans un contexte marqué par une certaine « lassitude commerciale », le dynamisme de pays comme le Canada et le Vietnam — résolument engagés en faveur de la mondialisation et d'un commerce fondé sur des règles — offre une alternative solide et inspirante. La nécessité de diversifier les chaînes d'approvisionnement et de limiter la dépendance excessive à un partenaire unique apparaît désormais incontournable.

De nombreux exemples prometteurs de collaboration stratégique émergent : certaines entreprises canadiennes développent des produits innovants à partir d'ingrédients issus des deux pays, tandis que d'autres investissent dans des installations de production au Vietnam, valorisant les matières premières canadiennes pour les réexporter à travers l'Asie. En unissant leurs produits, leurs expertises et leurs atouts, les partenaires économiques peuvent générer des capacités nouvelles et renforcer leur compétitivité globale. Ce potentiel souligne le rôle stratégique des ALE dans la construction d'une plateforme commerciale à portée véritablement mondiale.

Pour les pays en développement, la durabilité de la croissance repose sur une diversification active des débouchés et un ancrage régional renforcé — des leviers que les ALE permettent d'actionner de façon ciblée. Dans ce contexte, s'allier à des partenaires complémentaires partageant une vision à long terme — tels que le Canada — devient essentiel. Ces partenariats stratégiques favorisent la résilience face aux turbulences économiques et tracent la voie d'un avenir commun fondé sur une prospérité inclusive et durable.

Le Canada, partenaire stratégique pour les pays en développement

Par Gabriel Royayo, Président de la Chambre de commerce de Guayaquil

La diversification des marchés est désormais bien plus qu'une ambition : c'est une nécessité stratégique pour favoriser la croissance économique dans un monde marqué par l'instabilité. Le commerce international est en pleine mutation, sous l'effet conjugué des



tensions géopolitiques



avancées technologiques



l'évolution des politiques commerciales

Cette nouvelle réalité impose aux pays et aux entreprises d'adopter une posture plus ouverte, résiliente et adaptable.

D'après l'Organisation mondiale du commerce (OMC), les tensions croissantes entre les grandes puissances commerciales, notamment les États-Unis et la Chine, ainsi que l'augmentation des droits de douane, devraient entraîner une baisse de 0,2 % du commerce mondial de marchandises d'ici 2025, avec un possible rebond en 2026. Toutefois, si les mesures tarifaires s'intensifient, la contraction pourrait atteindre jusqu'à 1,5 % dès cette année.

Dans ce contexte, le Canada se positionne comme un partenaire international de plus en plus attractif. Malgré des relations bilatérales complexes avec les États-Unis et un changement de leadership politique avec l'arrivée du Premier ministre Mark Carney, le Canada poursuit le renforcement de ses partenariats stratégiques avec des alliés clés tels que le Royaume-Uni, les Pays-Bas et l'Allemagne. Dans ce climat mondial tendu, le chef du gouvernement canadien a adopté une posture résolue en faveur de la souveraineté commerciale du pays, misant sur des alliances internationales solides pour faire front aux tensions commerciales croissantes.

Perspectives actuelles du Canada

Selon les résultats de l'Enquête sur les perspectives des entreprises menée par la Banque du Canada au premier trimestre 2025, les entreprises canadiennes font preuve d'une remarquable stabilité face à l'incertitude globale. Elles prévoient dans leur grande majorité de maintenir leurs effectifs tout en recherchant activement de nouvelles opportunités d'investissement axées sur l'optimisation et la productivité. L'engagement envers l'efficacité demeure particulièrement marqué dans des secteurs structurants tels que l'énergie et les ressources naturelles. Le dynamisme du commerce intérieur et la demande soutenue en matières premières devraient continuer à stimuler l'économie canadienne dans les mois à venir.



Dans le prolongement de cette analyse, la Banque du Canada a également publié les résultats de son Enquête sur les attentes des consommateurs pour le premier trimestre 2025, offrant un éclairage complémentaire sur la confiance et les anticipations des ménages. Les ménages restent positifs et résilients. Malgré un contexte économique mondial instable, les ménages canadiens demeurent confiants et résilients. Bien que la confiance envers le marché du travail reste modérée, des signes encourageants de reprise émergent, tandis que la population continue de privilégier la consolidation de sa sécurité financière.



Le Canada, une économie ouverte

Au fil des décennies, le Canada s'est forgé une solide réputation d'économie ouverte grâce à un large éventail d'accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux. Ceux-ci incluent des ententes avec plusieurs partenaires latino-américains — Chili, Colombie, Pérou, Costa Rica, Panama — ainsi qu'avec des puissances asiatiques comme la Corée du Sud, l'Inde et le Japon, et des blocs économiques tels que l'ASEAN, l'AELE ou encore l'Union européenne à travers l'AECG.

Ce réseau commercial a été renforcé par le lancement officiel, en novembre 2022, de la Stratégie indo-pacifique, une feuille de route ambitieuse à moyen et long terme visant à approfondir les relations économiques, politiques et sécuritaires avec les nations d'Asie du Sud-Est et d'Océanie. Dans ce cadre, le Canada a investi dans des politiques publiques structurantes, encourageant l'expansion du commerce et des investissements, tout en renforçant la résilience de ses chaînes d'approvisionnement. Les efforts se concentrent notamment sur des secteurs critiques comme les minéraux stratégiques, l'énergie propre et l'agroalimentaire.

Commerce extérieur du Canada

D'après les données de la plateforme Penta-Transaction, le Canada a réalisé en 2024 des exportations totalisant 779 milliards de dollars, enregistrant une croissance annuelle moyenne de 11 % depuis 2020. Les importations, quant à elles, ont atteint 747 milliards de dollars, soit une progression moyenne annuelle d'environ 9 % sur la même période. Ces résultats confirment la solidité du Canada en tant qu'acteur stratégique du commerce mondial.

Dans un contexte mondial dominé par les incertitudes — tensions commerciales, mutations technologiques et réalignements géopolitiques — la diversification des exportations vers des marchés stables comme le Canada devient à la fois un levier de croissance et une stratégie essentielle pour les pays en développement. Pour des nations comme l'Équateur, le Canada représente un partenaire fiable, engagé en faveur d'un commerce équitable, durable et régi par des règles claires.

Tirer parti des accords commerciaux bilatéraux permet à ces pays de s'intégrer de manière plus compétitive aux chaînes de valeur mondiales. Dans cette optique, l'Équateur et le Canada ont

récemment finalisé un accord commercial, entamé en mars 2024 et conclu après plusieurs cycles de négociation en février dernier. Cet accord ouvre des perspectives concrètes pour les petites et moyennes entreprises équatoriennes, en particulier dans des secteurs non traditionnels tels que les fleurs, aliments transformés, textiles, chaussures, céramique, cosmétiques et

grâce à l'élimination progressive des droits de douane. Le traité intègre également des dispositions novatrices en matière de commerce numérique, d'innovation et de soutien aux PME, favorisant leur modernisation, l'accès à de nouveaux marchés et le renforcement de la compétitivité bilatérale.

Dans un contexte de guerre commerciale nord-américaine, la relation entre la Colombie et le Canada se démarque par son potentiel de croissance bilatérale

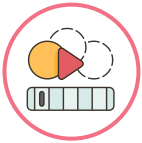
Par Juan Camilo Vargas V., Chambre de commerce Canada-Colombie

Depuis l'entrée en vigueur de leur accord de libre-échange en août 2011 — le tout premier signé par la Colombie avec un pays membre du G7 — les deux nations bénéficient d'un cadre favorable à l'expansion de leurs échanges. Pour la Colombie, les avantages sont significatifs : 98 % de ses exportations agricoles (hors produits laitiers et avicoles) ainsi que 99,8 % de ses produits industriels ont désormais accès au marché canadien en franchise de droits.

L'accord prévoit également des retombées positives pour la Colombie dans le domaine des services, notamment grâce à l'exportation en franchise de TVA de prestations stratégiques pour l'économie canadienne, telles que



l'externalisation des processus métier (EPM)



l'animation numérique



& les services informatiques et de télécommunications.

La main-d'œuvre colombienne est particulièrement prisée dans ces secteurs au Canada : elle se distingue par sa qualité, sa compétitivité et sa capacité à répondre efficacement aux besoins des entreprises canadiennes.

Cet accord commercial se distingue également par son engagement en faveur du développement durable. Pour la première fois, un protocole complémentaire abordant les droits de l'homme, la protection de l'environnement et les normes du travail a été intégré à ce type d'instrument, dans le but de garantir que les échanges économiques contribuent positivement à ces dimensions essentielles.

Par ailleurs, il convient de rappeler que ce type d'accords génère des bénéfices tangibles pour les économies concernées, notamment à travers la création d'emplois dans des secteurs clés tels que l'agro-industrie et le textile — des domaines où la Colombie dispose d'un potentiel productif considérable.

L'analyse sectorielle révèle que les principales exportations colombiennes demeurent concentrées autour de produits traditionnels tels que le café, l'or, le charbon, les fleurs, le pétrole brut, le sucre, les fruits, l'huile de palme et les vêtements.

Toutefois, le contexte actuel de guerre commerciale en Amérique du Nord ouvre une fenêtre d'opportunités stratégiques, tant pour la Colombie que pour le Canada, grâce à une utilisation optimisée de leur accord commercial bilatéral.

La forte dépendance géographique du Canada à l'égard des États-Unis — combinée aux mesures tarifaires récentes touchant des secteurs clés comme l'automobile, l'agroalimentaire, la machinerie et les équipements — renforce l'urgence de diversifier ses chaînes d'approvisionnement. Cette dynamique offre à la Colombie un rôle de partenaire complémentaire, facilitant de nouveaux flux d'échanges avec un allié commercial de confiance.

Grâce à son réseau **d'accords de libre-échange (ALE) et à la complémentarité de son économie** avec celle de pays comme le Canada, la Colombie dispose des atouts nécessaires pour renforcer sa position dans les chaînes de valeur mondiales. En intégrant des secteurs à fort potentiel tels que l'industrie légère, les pièces automobiles, la fabrication, le textile, entre autres, elle peut se repositionner comme un acteur commercial à plus forte valeur ajoutée.

Pour y parvenir, il est essentiel que les organismes en charge de la promotion du commerce — en collaboration étroite avec les syndicats — mènent un travail rigoureux d'analyse de marché. Cette démarche permettra d'identifier des opportunités concrètes, d'aligner l'offre à la demande internationale, et d'optimiser ainsi l'usage des accords commerciaux existants.

Tirer pleinement parti des nouvelles opportunités offertes par le contexte de tensions commerciales suppose une mobilisation active du secteur privé. Cela passe par l'organisation de missions commerciales, la participation à des foires internationales et à des rencontres B2B. Pour accompagner ces initiatives, des institutions telles que la Chambre de commerce de Bogotá, ProColombia et la Chambre de commerce colombo-canadienne se tiennent prêtes à offrir leur appui, afin de transformer le contexte géopolitique actuel en avantage économique concret.

Feuille de route en 3 étapes



Intelligence du marché
Identifier les opportunités et comprendre les besoins du marché canadien.



Faire correspondre l'offre et la demande
Aligner l'offre colombienne sur la demande canadienne pour mieux tirer parti de l'accord de libre-échange.



Engager les secteurs privé et public
Stimuler la participation à des missions commerciales et à des réunions B2B avec le soutien des secteurs public et privé.

TFO Canada 45ème anniversaire Catalyser une croissance économique durable

Le 6 mai 2025 a marqué le 45e anniversaire de TFO Canada. Au fil des ans, notre mission a consisté à catalyser la croissance économique par le biais de partenariats commerciaux durables et inclusifs en aidant les petites et moyennes entreprises des pays en développement à accéder aux marchés étrangers.

À l'occasion de cet anniversaire, nous reconnaissons la valeur de la collaboration de nos partenaires et l'excellent travail réalisé par l'équipe et les consultants. Continuons à construire ensemble un écosystème qui favorise les PME exportatrices dans les pays en développement.

Compte tenu de l'importance du commerce pour l'amélioration des moyens de subsistance, TFO Canada s'efforce de faire du commerce un meilleur moteur de développement équitable et durable. Nous avons l'intention de continuer à croître, à innover et à nous adapter aux défis de l'avenir. Nous sommes convaincus qu'avec la force de notre équipe et de nos alliés, nous atteindrons de nouveaux objectifs.



De gauche à droite:
Steven Tipman,
Directeur exécutif de TFO Canada
(2014 - présent),
Carolynne Buchan,
ancienne directrice exécutive de TFO
Canada (1997-2001),
Brian Mitchell,
ancien directeur exécutif de TFO
Canada (2007-2014), et
Dwayne Wright
également ancien directeur exécutif
de TFO Canada (2001-2007).

1980
Fondé
Fondé par le gouvernement canadien sous le nom de
Bureau de promotion du commerce Canada

1983
Mission internationale
Première mission internationale dans cinq pays
de l'ANASE.

1985
Incorporé
TFO Canada a été constituée en tant
qu'organisation canadienne à but non lucratif.

1994 - 2014
**Accès au marché
canadien**
1994 - Première ImportInfo - fournit aux importateurs
des informations sur les nouveaux produits.
1996 - Premier site web de TFO Canada.
2003 - Programme de renforcement des capacités
commerciales de l'Afrique (PACT).
2006 - Base de données des fournisseurs.
2009 - Programme canadien d'accès aux marchés
et de renforcement des capacités commerciales
2011 - Premier bulletin "Exporter au Canada".
2013 - TFO Canada - CESO Projet de renforcement
des capacités au Burkina Faso, en Bolivie et en
Guyane.
2014 - Programme canadien d'accès aux marchés et
de renforcement des capacités.
Partenariat pour le café Tim Horton.
2017 - Lancement de l'exportation - Sénégal.

2019 - 2025
**Développement du
commerce durable,
résilient et inclusif**
2019 - Projet Les femmes dans le commerce
pour une croissance inclusive et durable.
2020 - Projets de facilitation du commerce au
Pérou et en Indonésie.
2021 - Lancement d'un nouveau site web
Lancement de l'exportation - Bangladesh.
2022 - Lancement de l'exportation - Uganda.
2024 - Lancement de l'exportation - Jordanie.



www.tfocanada.ca
info@tfocanada.ca

TFO Canada améliore la vie des gens en créant des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs des pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers. Nous facilitons l'accès au marché canadien et partageons l'expertise commerciale canadienne au profit des petits exportateurs gérés par des hommes et des femmes des pays en développement et des hommes et femmes qu'ils emploient.

Fondée en 1980, TFO Canada est une organisation non gouvernementale, sans but lucratif. Ce bulletin d'information est produit avec le soutien financier du gouvernement du Canada, par l'intermédiaire d'Affaires mondiales Canada.