

Le Canada avec ses 10 provinces, ses 6 fuseaux horaires, ses 3 niveaux de gouvernement, ses 35.5 millions de d'habitants (dont 62% en Ontario et Québec et 1 sur 3 habitants à Toronto, Montréal et Vancouver), sa grande diversité ethnoculturelle, l'engouement de sa population pour les produits verts et le goût pour la nouveauté et ses importations qui représentent 32% du PIB, constitue un marché plein d'opportunités et défis...

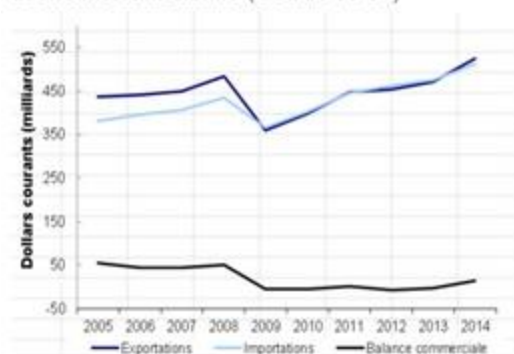
Le Canada en bref:

Pays à revenu élevé, membre de l'OCDE, membre du G8, le Canada ne constitue pas un seul grand marché mais plusieurs marchés et plusieurs mentalités.

La société canadienne est multiculturelle, plurilingue et multidisciplinaire (accueil plus de 200.000 immigrants chaque année) avec une tendance de vieillissement (1 canadien sur 7 est âgé de 65 ans et plus avec un faible taux de fécondité et une augmentation de l'espérance de vie).

Les échanges commerciaux du Canada ne cessent d'augmenter au cours des 4 dernières années (voir graphique ci-dessous).

Exportations, importations et balance commerciale: 2005-2014
économie canadienne (SCIAN 11-91)



Source : Statistique Canada, Le commerce international canadien de marchandises, 2005 à 2014.

Les Etats-Unis constituent le 1^{er} partenaire du Canada suivi par la Chine et le Mexique.

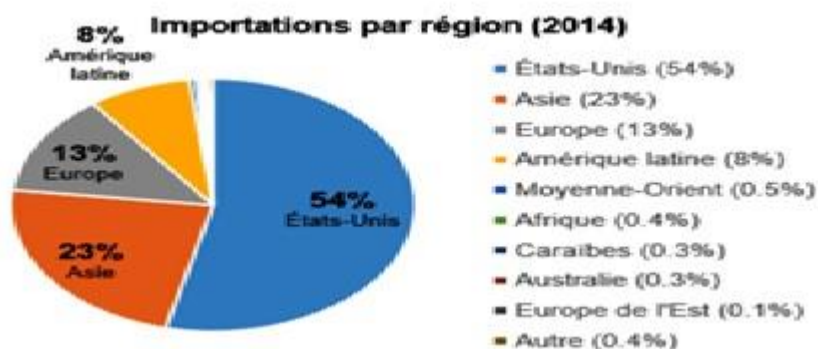
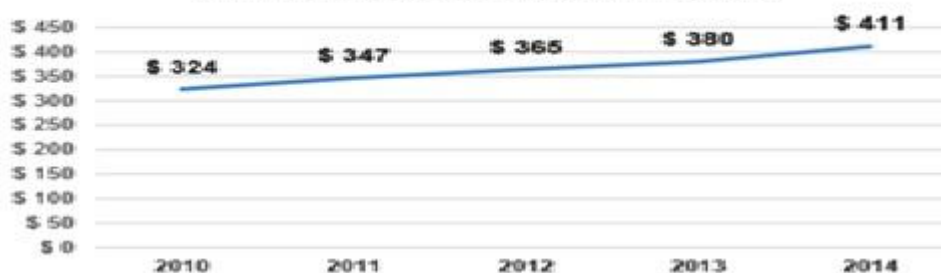
La ventilation des importations canadiennes de marchandises par destination montre que les Etats-Unis accaparent en 2014 plus de 50%.

Top 10 des fournisseurs du Canada

	2010	2011	2012	2013	2014
États-Unis	50,37%	49,57%	50,62%	52,10%	54,34%
Chine	11,03%	10,79%	10,98%	11,09%	11,47%
Mexique	5,48%	5,50%	5,52%	5,62%	5,63%
Allemagne	2,80%	2,87%	3,09%	3,24%	3,12%
Japon	3,33%	2,92%	3,25%	2,89%	2,60%
Royaume-Uni	2,65%	2,31%	1,85%	1,77%	1,79%
Corée du Sud	1,52%	1,49%	1,38%	1,54%	1,42%
Italie (comprend Cité du Vatican)	1,15%	1,14%	1,13%	1,23%	1,25%
France (comprend Monaco et Antilles fr.)	1,35%	1,24%	1,09%	1,13%	1,16%
Taiwan	0,98%	1,10%	0,99%	0,99%	0,90%
Sous-total	80,67%	78,95%	79,90%	81,60%	83,70%
Autres	19,33%	21,05%	20,10%	18,40%	16,30%
Total (Tous les Pays)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Source de données : Statistiques Canada et du Bureau du recensement des États-Unis

Importations canadiennes de biens de consommation (milliards de \$CAD, exclut les minéraux)



Source: Industrie Canada

Aperçu sur les échanges commerciaux entre la Tunisie et le Canada :

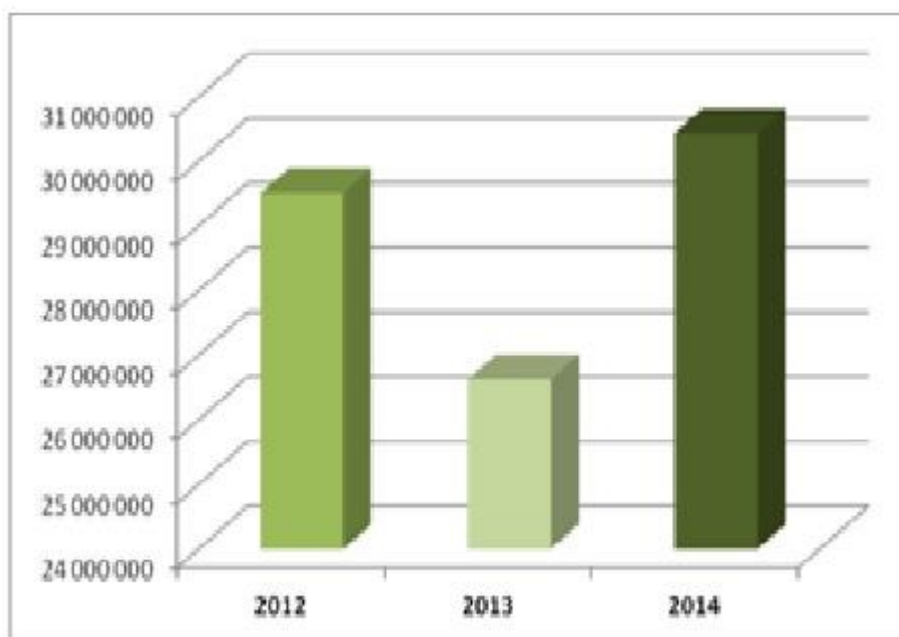
Les échanges commerciaux entre la Tunisie et le Canada sont largement en faveur du Canada (voir tableau1). Le Canada exporte 7 fois plus qu'elle importe de la Tunisie.

Tab1: Les échanges commerciaux avec le Canada

DT

	2012	2013	2014
Export au Canada	29 516 033	26 627 958	30 444 386
Import du Canada	245 835 711	149 444 655	214 420 772

Source: DOTI



La ventilation par secteur des exportations tunisiennes vers le Canada en 2014, montre la dominance du secteur agroalimentaire avec une part de 70%.

	Export en 2014
1-AGRO-ALIMENTAIRE	20 837 369
2-TEXTILE ET HABILLEMENT	4 244 035
4-INDUSTRIES MECANIKES ET ELECTRIQUES	3 264 798
5-INDUSTRIES DIVERSES	1 397 072
3-CUIR ET CHAUSSURE	701 112
Total	30 444 386

Les principaux produits agroalimentaires exportés vers le Canada en 2014 se présentent comme suit:

Top 10 des produits agroalimentaires exportés de la Tunisie vers le Canada en 2014	
	DT
150910 - HUILE D'OLIVE VIERGE, FRACTIONS, NON CHIMIQUEMENT MODIFIEES	13 602 429
080410 - DATTES FRAICHES OU SECHES	2 645 488
150990 - HUILE D'OLIVE AUTRE QUE VIERGE, FRACTIONS, NON CHIMIQUEMENT MODIFIEES	1 889 824
190240 - COUSCOUS	386 491
151800 - GRAISSES ET HUILES ANIMALES OU VEGETALES ET LEURS FRACTIONS	226 821
071290 - LEGUMES, NON REPR. SOUS 0712.10 A 0712.30 ET MELANGES DE LEGUMES, SECS, NON AUTREMENT PREPARES	216 403
200290 - TOMATES, (NON REPR. SOUS 2002.10), PREPAREES OU CONSERVEES AUTREMENT QU'AU VINAIGRE OU A L'ACIDE	172 975
151000 - AUTRES HUILES ET LEURS FRACTIONS, OBTENUES EXCLUSIVEMENT A PARTIR D'OLIVES, MEME RAFFINEES	152 125
190590 - PRODUITS DE LA BOULANGERIE, DE LA PATISSERIE OU DE LA BISCUITERIE, NON REPR. SOUS 1905.10 A 1905.40;	104 427
151710 - MARGARINE, SAUF LIQUIDE	104 090

Source: CEPEX

Il est à préciser à ce titre que la Tunisie est le 4^{ème} fournisseur du Canada en Huile d'olive (SH 1509) après l'Italie, la Grèce et l'Espagne et le 6^{ème} fournisseur du Canada en dattes (SH 080410).

La Tunisie se classe après le Maroc et l'Egypte pour les importations canadiennes de l'Afrique.

Importation canadienne depuis l'Afrique

Afrique	Importations en 2014	Pourcentage du total	Taux de croissance
TOTAL	1,180,319,498	100%	1%
Afrique du Sud	514,315,851	44%	3%
Maroc	277,044,324	23%	14%
Côte-d'Ivoire	219,684,993	19%	3%
Egypte	95,126,123	8%	-5%
Tunisie	74,148,207	6%	8%

Excluding mineral products (HS2 Codes 26-27 and 71-80)
Source: Industry Canada, Trade Data Online (2013)

Enfin, la Tunisie importe du Canada essentiellement le blé, l'huile de soja, les fromages et le miel naturel.

Pourquoi exporter au Canada:

Plusieurs opportunités s'offrent aux exportateurs tunisiens notamment dans l'exportation des produits agroalimentaires puisque le Canada est le 13^{ème} marché d'importation au monde, le 6^{ème} importateur mondial de produits agricoles et agroalimentaires et plus de 3 000 transactions d'importation effectuées tous les mois évaluées à environ un milliard de dollars.

Plusieurs secteurs ont également enregistré plus 4% en termes d'importations canadiennes à l'instar des fruits et légumes transformés (9%), cuirs et articles en cuir (8%), poissons et produits de la mer (7%), chaussures (6%)....

Les importations canadiennes par secteur



Excluding mineral products (HS2 Codes 26-27 and 71-80)
Source: Industry Canada, Trade Data Online (2013)

Les ventes d'aliments au détail* représentent 10% des dépenses des consommateurs au Canada, 30% des produits sont importés et 75% des fruits et légumes frais sont également importés.

Les ventes des aliments biologiques* sont en plein essor au Canada avec 20 % de croissance annuelle depuis 2006 et dont 80 % sont importés.

Les ventes des aliments ethniques* enregistrent aussi une hausse d'environ 8 % par an.

Le segment de marché pour les produits halal*, représente des ventes annuelles de plus d'un milliard de \$ au Canada et une augmentation de 13 % par année.

*Source : TFO Canada

Comment exporter au Canada:

Pour réussir à exporter en général et au Canada en particulier, il est fortement recommandé de repérer le marché potentiel pour son produit. Comme indiqué précédemment, le Canada n'est pas **un** grand marché mais **plusieurs** marchés diversifiés, plusieurs mentalités et langues avec des besoins de produits et services différents d'une province à une autre.

Ainsi chaque province canadienne dispose de spécificités et de particularités. Les opportunités d'affaires diffèrent également d'une province à une autre. Viser la province du Québec impliquera une démarche d'approche différente à celle de la province d'Ontario.

A titre d'illustration, dans la province du Québec, plus de 80% de sa population est francophone. Montréal, le centre économique de la province, est considéré la 2^{ème} ville francophone du monde. Cependant, parler la langue française ne veut pas dire avoir le profil d'un français vivant en Amérique du Nord. Les techniques de négociation avec les québécois diffèrent de celles à adopter avec les français. Ainsi le pragmatisme et les engagements à court terme sont privilégiés par les québécois.

Aussi, les conditions de commercialisation entre provinces sont variables ce qui renforce le caractère régional et hétérogène du Canada.

Ainsi, la province anglophone d'Ontario contrairement à celle du Québec, présente des similitudes avec le Midwest des Etats unis. De ce fait, l'Ontario pourrait être approchée autant qu'une région-test avant de s'étendre vers les marchés des Etats-Unis.

Vu la diversité du marché canadien, il serait judicieux de se concentrer sur une à deux provinces notamment celles de Québec et d'Ontario qui accaparent à elles seules plus de 70% des importations canadiennes.

Importations provinciales de marchandises en provenance du monde, 2013

	Valeur (milliards \$)	Variation en valeur (milliards \$)	Part (%)	Croissance (%)
Ontario	268,0	6,2	56,4	2,4
Québec	77,9	3,1	16,4	4,2
Colombie-Britannique	45,1	2,3	9,5	5,4
Alberta	29,8	2,5	6,3	9,1
Manitoba	19,1	-0,1	4,0	-0,3
Nouveau-Brunswick	13,4	0,4	2,8	3,3
Saskatchewan	11,2	0,1	2,4	1,0
Nouvelle-Écosse	6,0	-0,6	1,3	-9,2
Terre-Neuve-et-Labrador	4,9	-0,5	1,0	-8,6
Yukon	0,1	0,0	0,0	8,7
Nunavut	0,0	0,0	0,0	47,4
Île-du-Prince-Édouard	0,0	0,0	0,0	3,9
Territoires du Nord-Ouest	0,0	0,0	0,0	-65,4
Ensemble des provinces	475,6	13,6	100	2,9

Source : www.international.gc.ca

Une analyse approfondie du marché cible (province) et un plan de marketing prenant en considération les spécificités culturelles de la province constituerait une phase sine qua non pour approcher avec succès le marché visé.

A ce titre, il est opportun de lister les prestations offertes par TFO Canada aux exportateurs étrangers souhaitant faire des affaires au Canada.

TFO Canada, organisme canadien sans but lucratif et ayant signé un accord de coopération pour 4 ans (Septembre 2014- Septembre 2018) avec le CEPEX, offre des multiples services d'information commerciale pour les hommes d'affaires désirant accéder au marché canadien.

Parmi ces informations citons:

- Plus de 20 études de marché approfondies sur le marché canadien des importations
- Guide Exporter au Canada
- Base de données des importateurs canadiens
- Publications électroniques (bulletins – Exporter au Canada et ImportInfo)
- Webinaires sur des thèmes en lien avec le commerce international

Le portail d'Industrie Canada propose également des statistiques et une base de [base de données sur les importateurs canadiens \(BDIC\)](#).

Pour comprendre le marché canadien, les subtilités culturelles de la province visée, les exigences des distributeurs et des acheteurs potentiels et estimer le potentiel de son produit et/ou services, les visites et les participations dans des salons professionnels au Canada sont des moyens incontournables.

A ce niveau, il est utile de noter que le CEPEX organisera la participation tunisienne au salon international de l'alimentation SIAL Canada qui se tiendra du 13 au 16 avril 2016 au Palais des Congrès à Montréal. Les exposants et visiteurs tunisiens bénéficieront gratuitement des services techniques offerts par TFO Canada à l'instar de l'année dernière lors de la participation tunisienne au SIAL Toronto en Avril 2015.

Les services techniques qui seront offerts aux exposants et visiteurs tunisiens sont:

1. Une session en ligne de préparation et de sensibilisation animée par un expert en aliments transformés et qui orientera avant le déroulement du salon, les exposants et visiteurs tunisiens sur les éventuels ajustements des produits selon les exigences canadiennes.
2. Une tournée de familiarisation au marché à Montréal avant le déroulement du SIAL Canada 2016 en visitant quelques circuits de distribution à Montréal.
3. Des rencontres professionnelles (B2B) entre les exposants et visiteurs tunisiens et les importateurs et acheteurs canadiens invités par TFO Canada lors du SIAL.

Pour contourner les défis logistiques et les exigences réglementaires dictés par le marché canadien, il serait fort conseillé de conclure un partenariat avec un agent de vente ou distributeur basé au Canada et disposant d'un réseau préétabli dans la province cible.

Enfin, bien que le marché canadien présente des multiples défis en termes de distances, de diversités culturelles, d'exigences des clients et de réglementations, de concurrence intense et d'agressivité des milieux d'affaires, il demeure un marché offrant pleins d'opportunités et de potentiel d'affaires pour les vrais entrepreneurs qui sauraient présenter un produit ou service répondant à un créneau spécifique, prêts à ajuster leurs produits ou/et services selon les exigences de la cible canadienne et ayant développé une approche marketing et communication spécifique.

Événements commerciaux au Canada 2016

Agricole et agroalimentaire

- [Salon International de l'alimentation \(SIAL\) Montréal](#) (Le CEPEX participera à cette édition avec un pavillon tunisien et un programme d'accompagnement et des rencontres B2B en collaboration avec TFO Canada)
- [Gourmet Food and Wine Expo](#)

- [Eat Vancouver](#)
- [BC Food Service Expo](#)

Industrie aéronautique et spatiale

- [Aeromart](#)
- [Canadian Aviation Association Convention](#)

Energie

- [Global Petroleum Show](#)
- [GO Expo](#)

Technologies de l'information et de la communication (TIC)

- [OCE Discovery](#)

- [French IT Connection](#)
- [Venture Capital Forum](#)

Sciences de la vie

- [BioContact](#)
- [BioPartnering North America](#)

Environnement

- [Americana](#)
- [Globe](#)

Liens utiles:

- [Industrie Canada : www.ic.gc.ca](#)

- Base de données sur les importateurs canadiens : www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/fra/accueil
- L'Agence des Services Frontaliers du Canada ASFC (Tarif des douanes) : www.cbsa-asfc.gc.ca
- L'agence Canadienne d'Inspection des Aliments ACIA
- Système automatisé de référence à l'Importation SARI : www.inspection.gc.ca
- Le portail international du Canada : www.canadainternational.gc.ca
- Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada : www.international.gc.ca/commerce
- Bureau de la concurrence Canada : www.competitionbureau.gc.ca/

Sources :

www.statcan.gc.ca

www.bdc.ca

www.tfocanada.ca

www.ccifcmtl.ca/