

# EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

## ÉDITION DE LA CHAUSSURE

### DANS CE NUMÉRO :

1. Série de webinaires sur la propriété intellectuelle
2. Politique canadienne en matière d'importation de tissus tégumentaires
3. Le marché canadien des chaussures
4. Fabriqué en Afrique : La quête D'Oliberté pour des chaussures durables
5. Aperçu des activités de TFO Canada
6. Exploiter la riche histoire du tissage au Swaziland



© Foto de Alicé Lee por Oliberté

### FABRIQUÉ EN AFRIQUE : LA QUÊTE D'OLIBERTÉ POUR DES CHAUSSURES DURABLES

Pour Oliberté, la société de chaussures éthiques, créer des emplois durables ne constitue pas simplement une bonne pratique, mais il s'agit d'une bonne affaire. Créée par l'entrepreneur canadien Tal Dehtiar, Oliberté fabrique depuis 2009 sa marque de chaussures casual à la mode en Éthiopie.

*Suite à la page 4*

### WEBINAIRES À VENIR

[Services en ligne de TFO Canada : Présentation de nos nouveaux outils de recherche](#)

le 2 août 2016 à 9 h 00  
(en français)

[Processus d'achat : Sobeys Canada](#)

16 juin 2016 à 10 h 30  
(en anglais)

**Webinaires enregistrés :**  
[www.tfocanada.ca/webinars](http://www.tfocanada.ca/webinars)

## OFFRIR DES SERVICES À DESSEIN

En début de mois, TFO Canada a souligné la Journée internationale de la femme en partageant des témoignages de femmes inspirantes ayant réussi dans le commerce. De par le monde, des femmes changent le cours de l'existence de leurs familles, leurs communautés et leurs pays grâce à leurs œuvres. Nous tenons toujours à souligner cette journée, car nous voulons démontrer la nécessité des initiatives d'autonomisation des femmes ainsi que de leurs effets positifs sur toute la société en général.

Peut-être que certains d'entre vous se souviennent du thème de mon article dans le dernier numéro de notre bulletin « Pourquoi nous faisons ce que nous faisons ». Eh bien, cela a amené plusieurs membres de l'équipe de TFO Canada à prendre le temps pour approfondir la question et tenter de définir plus clairement notre **Raison d'être**.

En tant qu'organisation présente sur le terrain depuis plus de trente-cinq ans, le temps était venu pour nous de faire le point et examiner la validité en 2016 du mandat reçu par TFO Canada en 1980. Après mûre réflexion et au regard des échanges avec un certain nombre d'acteurs clés, dont le personnel, les membres du conseil d'administration, les représentants régionaux et les associés de TFO Canada, nous avons conclu que la formulation d'un nouvel objectif s'imposait. J'espère que vous conviendrez avec moi qu'il nous représente valablement au vu du chemin parcouru depuis nos premiers débuts ainsi que de notre évolution comme organisation.

**« TFO Canada améliore les conditions de vie en tissant des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs de pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers. »**

Grâce à votre collaboration à tous, nous ne cesserons de nous employer à offrir des services sur la base de notre **Raison d'être**.

**Steve Tipman**  
 Directeur général  
 TFO Canada



## SÉRIE DE WEBINAIRES SUR LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

**Offerts en partenariat avec l'Office de la propriété intellectuelle du Canada**



Série de cinq webinaires animés tous les mardis à 10 h 30 du 3 au 31 mai 2016 (en anglais)

Une attestation de participation sera décernée aux personnes qui prendront part à toutes les cinq sessions.

[Cliquez ici](#) pour vous inscrire

1. Notions sur la propriété intellectuelle au Canada
2. Comment enregistrer des brevets au Canada
3. Comment enregistrer une marque déposée au Canada
4. Droits d'auteur : traités internationaux, avantages d'enregistrer un droit d'auteur
5. Ce que vous devez savoir sur l'exportation de produits de contrefaçon au Canada (GRC)

## POLITIQUE CANADIENNE EN MATIÈRE D'IMPORTATION DE TISSUS TÉGUMENTAIRES D'ESPÈCES AVIAIRES

Outre les règlements généraux régissant les vêtements et les droits de douane prélevés sur les produits, l'industrie de la chaussure se doit de respecter d'autres règlements. Les produits d'origine animale tels que les cuirs, les peaux, les fourrures et les laines ayant servi à la fabrication d'articles de chaussures finis ne sont pas visés par les règlements complémentaires de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) qui encadre la réglementation de l'importation de tissus tégumentaires, y compris les peaux, les cuirs et le cuir.

Les exigences relatives à ces marchandises varient en fonction du degré de transformation, du pays d'origine et d'autres certifications exigées. Les produits finis en cuir ou en peau ne sont soumis ni aux règlements ni à l'inspection de l'ACIA. Concernant les produits en cuir non finis et les peaux séchées dures, picklées dans une solution contenant de l'acide minéral, et emballés dans des conteneurs étanches fermés et scellés, mais qui sont toujours trempés

de solution ou qui ont été chaulés pour retirer les poils, ils peuvent être exemptés des exigences d'importation. Toutefois, ils pourraient faire l'objet d'une inspection visuelle à leur arrivée.

Certains types de cuirs et de peaux peuvent être soumis à des règlements complémentaires afin de s'assurer qu'ils respectent un certain nombre de dispositions réglementaires régissant la protection de la collecte, la préservation et la production d'articles en cuir. Il s'agit de : la Loi sur la protection d'espèces animales ou végétales sauvages et la réglementation de leur commerce international et interprovincial si le cuir provient d'un animal menacé, la Loi sur les produits antiparasitaires si le cuir est conservé à l'aide de traitements chimiques et de la Loi canadienne sur la protection de l'environnement si le cuir est obtenu au moyen de procédés biosourcés.

[Agence canadienne d'inspection des aliments, Importation de tissus tégumentaires](#) : La politique énumère sept procédures d'importation du cuir et des peaux.

### CONSEILS COMMERCIAUX DE TIPMAN

*« La motivation joue un rôle essentiel dans le succès. Même s'il est vrai que l'exportation peut apporter de grandes satisfactions, vous devez y consacrer le temps, les efforts ainsi que les ressources appropriés. Considérez cela comme un investissement à long terme et non comme une solution miracle. »*



## LE MARCHÉ CANADIEN DES CHAUSSURES

L'avenir semble radieux pour le secteur des chaussures au Canada. La valeur totale du marché a atteint son plus haut niveau des derniers cinq années en 2014 avec 6 milliards de dollars de ventes au détail. Bien que les statistiques indiquent une hausse annuelle moyenne de 4 % entre 2010 et 2014, on estime qu'une grande partie de la croissance observée récemment au niveau des ventes au détail est liée à la baisse du dollar canadien et non à un surplus de la consommation réelle. Néanmoins, les chaussures ont été un des principaux secteurs performants de l'industrie de l'habillement pendant la saison 2014-2015. Les ventes suivent de très près le calendrier de la mode et les changements de saison, notamment les ventes de bottes d'hiver chaudes en hiver et les ventes considérables de chaussures de sport et de sandales en été.

### IMPORTATIONS

La plus grande partie de la demande en chaussures est satisfaite par les importations qui ont atteint une valeur totale de 2,7 milliards en 2014. La plupart des chaussures sont importées de Chine, ainsi que d'autres pays asiatiques comme le Vietnam, l'Indonésie, le Cambodge et l'Inde. L'Europe est également une source importante d'approvisionnement en chaussures, surtout pour les chaussures dédiées au segment haut de gamme du marché provenant d'Italie. D'autres pays clients de TFO Canada qui sont des sources d'approvisionnement majeures en chaussures comprennent le Mexique, le Brésil, le Bangladesh et la République dominicaine.

### TENDANCES À LA CONSOMMATION

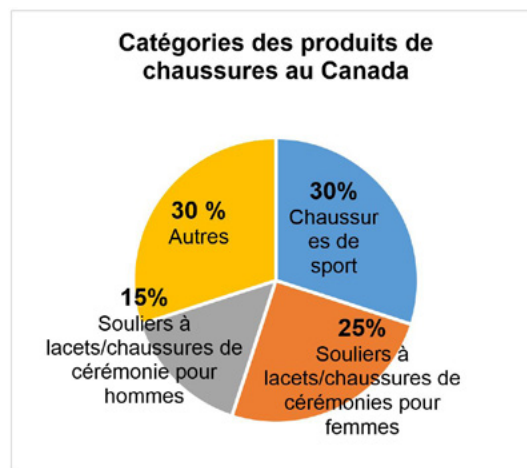
Les femmes forment le plus grand groupe de consommateurs de ce secteur, avec plus de la moitié des achats de chaussures effectués par des femmes âgées de 35 ans et plus. Lorsqu'on observe les plus grandes tendances de la mode masculine, le segment pour les hommes attire de plus en plus l'attention des consommateurs et devrait se retrouver au cœur de la croissance au cours des prochaines années. Une des plus grandes tendances dans le domaine des chaussures est la poussée à la consommation de styles confortables et décontractés qui procurent des bienfaits de nature orthopédique sans que le style n'en pâtisse. Les innovations apportées par les acteurs de ce secteur prennent de l'ampleur avec les avancées technologiques, y compris les chaussures fabriquées au moyen de l'impression 3D, de la nanotechnologie et des lacets automatiques. Il existe une plus grande variété d'accessoires de chaussures en termes de style mais également de prix.



Source : Statistique Canada, Tableau CANSIM [080-0022](#)

### EL CAMINO HACIA EL MERCADO

Les principaux acheteurs de chaussures sont les magasins de chaussures, de vêtements et d'accessoires, les commerces de gros, les grands magasins et les magasins d'articles de sport. Même si les magasins de vente au détail se ravitaillent directement dans leurs usines à l'étranger, près de 90 % des acheteurs de chaussures achètent leurs produits par l'entremise de représentants et de distributeurs. Il existe peu d'exigences réglementaires particulières concernant les chaussures, toutefois, la majorité des articles sont soumis à des taux tarifaires relativement élevés. Cela peut offrir des avantages en termes de coûts pour les exportateurs des pays ayant des accords de libre-échange bilatéraux ou des pays les moins avancés bénéficiant d'un [accès en franchise de droits au Canada](#).



Source : IBIS World [Report 44821CA](#), avril 2015



## FABRIQUÉ EN AFRIQUE : LA QUÊTE D'OLIBERTÉ POUR DES CHAUSSURES DURABLES



Pour Oliberté, la société de chaussures éthiques, créer des emplois durables ne constitue pas simplement une bonne pratique, mais il s'agit d'une bonne affaire. Créée par l'entrepreneur canadien Tal Dehtiar, Oliberté fabrique depuis 2009 sa marque de chaussures casual à la mode en Éthiopie. Nous avons approché les responsables d'Oliberté qui nous ont renseigné sur comment diriger et rendre prospère une société de fabrication de chaussures éthiques en Afrique. Nous avons ainsi appris qu'il fallait :

**1. Commencer et valoriser par le savoir qui existe déjà :** « L'Éthiopie dispose du plus grand cheptel d'Afrique. Les connaissances et le savoir-faire ayant trait à la fabrication de chaussures de bonne qualité existaient déjà. Nous sommes arrivés non pas avec l'intention de procéder à des changements en tant que tel, mais parce que nous voulions offrir aux gens la possibilité de faire valoir leurs compétences et la chance de produire dans le respect des traditions. »

**2. Recruter des responsables locaux :**

« Nous recrutons des responsables au niveau local, car nous voulons assurer une certaine pérennité. Nous voulons créer des emplois qui seront disponibles pas seulement pour les personnes que nous employons maintenant, mais pour leurs enfants et les enfants de leurs enfants. Pour produire un changement durable, il est nécessaire de travailler avec la communauté et de former la base. »

**3. S'attendre à relever des défis et s'adapter :** Au début, Oliberté a eu de la difficulté à s'approvisionner auprès des usines locales. « Parfois, il nous est arrivé d'être en rupture de stock pour produit ou de devoir prendre des commandes supplémentaires à l'extérieur de l'Éthiopie. » Plutôt que de se retirer du pays, Tal a ouvert sa propre usine pour mieux contrôler la chaîne d'approvisionnement.



**4. Raconter votre histoire :** « Parfois, il est difficile d'expliquer aux gens jusqu'à quel point vous êtes en train de réussir. Mais vous devez partager ce genre d'information et faire savoir aux gens que vous réussissez. Nos clients sont

incroyablement ouverts au changement positif que nous sommes en train d'apporter. »

**5. Concevoir un produit formidable :** « Commencez toujours par le produit et relatez votre histoire par la suite. Une de nos plus grandes difficultés a été de persuader les gens que nous pouvions fabriquer des chaussures de qualité en Éthiopie. Nous y sommes parvenus en étant patients, en recrutant des personnes formidables et en continuant de nous améliorer chaque jour. »



**6. Savoir qu'une certification peut être utile :** en 2012, Oliberté est devenue la première société de chaussures au monde certifiée équitable. « En effet, nous nous sommes efforcés d'obtenir la certification la plus difficile à acquérir pour montrer que cela était faisable, et pouvait être rentable. C'est un point important pour les droits de nos employés et cela nous aide à nous assurer que nous agissons dans le meilleur de leurs intérêts.

*Haga clic aquí para obtener más información sobre [Oliberte](#)*  
 © Fotos de Alice Lee

## APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

### PARTAGE D'HISTOIRES À SUCCÈS LORS DU FORUM INTERNATIONAL DE L'EUMC ET DE CECI INTERNATIONAL

22 JANVIER 2016

La gestionnaire de projet et chef d'équipe des services d'information commerciale de TFO Canada Clarecia Christie a participé à une table ronde sur le thème : « Engagement du secteur privé dans le développement : de la responsabilité sociale d'entreprise à l'investissement » lors du Forum international de l'EUMC et de CECI International. Le directeur des programmes Laurent Viot et la gestionnaire de projet pour l'Amérique latine, la République dominicaine et Cuba, Marysabel Gonzalez ont également participé au forum. TFO Canada a animé

un kiosque durant l'événement en vue de faire connaître ses services.



*Clarecia Christie présente lors du Forum International de l'EUMC et le CECI*

### PRÉSENTATION AU GLOBAL ECONOMIC INSTITUTE AFRICA

2 FÉVRIER 2016

Le directeur général de TFO Canada, Steve Tipman, a participé à une table ronde lors de l'activité organisée par le

Global Economic Institute Africa sur le thème « Entrepreneuriat, innovation, philanthropie et développement économique en Afrique : tendances émergentes et possibilités futures ». M. Tipman a présenté les programmes et les activités que mène TFO Canada dans le domaine du commerce international en Afrique.



*Steve Tipman partage les expériences de TFO Canada en Afrique*



## APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

### SÉMINAIRES SUR L'EXPORTATION AU CANADA EN HAÏTI 23 FÉVRIER AU 3 MARS 2016

La gestionnaire de projet pour les régions Afrique et Caraïbes, Amandine Gakima, s'est rendue en Haïti pour animer des séminaires sur l'exportation au Canada, à Port-au-Prince et au Cap-Haïtien. Elle y a également offert des ateliers sur la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) en se servant du Guide de TFO Canada sur la RSE pour expliquer de manière pratique la façon dont les exportateurs haïtiens pouvaient intégrer la RSE dans leurs activités, et s'en servir comme avantage comparatif sur le marché canadien. Les sessions ont été organisées en étroite collaboration avec le Service des délégués commerciaux du Canada et l'ambassade du Canada en Haïti.



*Amandine Gakima anime le Séminaire sur le marché canadien et la RSE*

### PROGRAMME DE PARTENARIAT POUR LE CAFÉ ENTRE TFO CANADA ET TIM HORTONS

#### RENCONTRE DU COMITÉ TECHNIQUE 22 AU 24 FÉVRIER 2016 AU GUATEMALA

La gestionnaire principale de projet de TFO Canada, Lidia Karamaoun, a présidé la deuxième rencontre du Comité technique du partenariat pour le café qui s'est déroulée le 20 février à Guatemala-Ville. Pendant son séjour, Lidia a participé à des visites de terrain à San Antonio La Paz, à El Progreso (avec Technoserve) et à San Martin, Chimateno (avec HRNS). Là-bas, elle a pu assister à une formation pratique sur les bonnes pratiques en matière d'agronomie et de gestion agricole dans les deux régions. Elle a pu également discuter avec les agriculteurs et le personnel technique qui étaient présents. La formation d'El Progreso était consacrée aux agricultrices.

### COMITÉ DE PILOTAGE ET VISITES DE TERRAIN, 6 AU 7 MARS AU GUATEMALA

Steve Tipman, directeur général de TFO Canada, s'est rendu au Guatemala dans le cadre de la rencontre du Comité de pilotage du Partenariat pour le café organisé à San Antonio La Paz, à El Progreso. En vue de souligner les 40 ans de relations diplomatiques entre le Canada et le Guatemala, Steve a fait un exposé sur les activités que mène TFO Canada dans le pays aux côtés des représentants de l'ambassade canadienne et des partenaires locaux de Technoserve et HRNS. Steve a pu rendre visite à plusieurs bénéficiaires du programme et a participé à une session de formation sur les bonnes pratiques agronomiques avec les agriculteurs locaux.



*Lidia Karamaoun assiste à une formation d'élagage des plantes de café*

### SÉMINAIRE DES REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX SUR LES SOLUTIONS DE RECHANGE ÉQUITABLES ET ÉTHIQUES EN MATIÈRE DE LOCALISATION DE SOURCES D'APPROVISIONNEMENT 10 MARS 2016 À TORONTO

La représentante régionale de TFO Canada en Ontario, Alma Farias, a animé un séminaire sur « l'approvisionnement équitable et éthique comme alternative aux pratiques traditionnelles. » L'activité a été marquée par la présence d'un groupe d'experts en approvisionnement équitable et éthique et a été l'occasion de présenter un aperçu de la commercialisation des produits équitables. Plus de 20 représentants commerciaux de pays en développement, installés à Toronto, y ont participé.



*Steve Tipman présente lors d'un séminaire avec les représentants du commerce*

### COMMUNICATION DE L'ASSOCIATION DES RESTAURATEURS DU QUÉBEC 24 FÉVRIER 2016

Le représentant régional de TFO Canada au Québec, Marc Germain, a animé une séance d'information avec les représentants commerciaux basés à Montréal. Le représentant de l'Association des restaurateurs du Québec, Ghislain Meillassoux, a fait une communication sur l'association et a parlé du salon qu'ils organiseront à la même période que le SIAL en avril au profit de leurs membres, y compris les sociétés de restauration. Des représentants du Mexique, du Chili, de l'Équateur et d'Argentine ont pris part à la rencontre.

### FORMATION DES REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX À OTTAWA 22 ET 23 MARS 2016

TFO Canada a accueilli des représentants de 25 pays lors de la formation des représentants commerciaux offerte chaque année à Ottawa. L'événement a mis en vedette des conférenciers de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) qui ont expliqué les règlements et le processus d'enregistrement des droits de propriété intellectuelle au Canada. Les gestionnaires de projet de TFO Canada Clarcia Christie et Amandine Gakima ont également fait un exposé sur la « Recherche de données commerciales pour les besoins des exportateurs » tout en offrant aux participants des outils pratiques disponibles à [www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca) pour aider les exportateurs à pénétrer les marchés canadiens et internationaux.



*Formation pour les représentants commerciaux en poste à Ottawa*

# EXPLOITER LA RICHE HISTOIRE DU TISSAGE AU SWAZILAND

En alliant la tradition à l'innovation, Gone Rural prône un nouveau modèle d'entreprise sociale visant à rendre autonomes les femmes des communautés rurales. La société appuie 750 artisanes du Swaziland, en leur donnant les moyens de produire des collections de paniers et d'articles de table de grande qualité fabriqués avec la fibre Lutinzi qui pousse localement et d'autres fibres naturelles. Et les résultats sont fabuleux. Les produits artisanaux de Gone Rural sont présentés dans les salles d'expositions de design du monde entier, y compris au Canada par [Dix Mille Villages](#) et [Far and Wide Collective](#). Lorsque Gone Rural a démarré ses activités dans les années 60, les femmes du Swaziland jouissaient du statut d'enfants mineurs en vertu de la loi. Mais grâce à l'engagement fort qu'elle a pris envers les femmes et la culture de produits biologiques, l'entreprise se sert de sa créativité pour déclencher un changement au sein des communautés rurales.

Gone Rural a été présentée pour la première fois à l'associée de TFO Canada, Kathleen Holland, lors d'un salon professionnel organisé à Johannesburg, en Afrique du Sud. Après avoir constaté la qualité des produits de Gone Rural, la société a été sélectionnée pour participer au programme Design Africa de TFO Canada. Dans le cadre de ce programme qui regroupait des experts sectoriels ainsi que des designers d'un peu partout en Afrique, Gone Rural a bénéficié d'un accompagnement opérationnel ainsi que d'une certaine exposition aux marchés internationaux. « Les documents de marketing élaborés démontraient qu'ils étaient en avance sur leur temps et



*Sibongile Zwane a commencé à tisser avec Gone Rural il y a sept ans, et continue d'apprendre de nouvelles techniques et designs pour développer ses compétences*

rendaient justice à notre travail. Cela a vraiment apporté de l'innovation à notre marque, » a déclaré Julie Nixon, la Directrice générale de Gone Rural. Design Africa a également financé la participation de Gone Rural à un certain nombre de salons internationaux, dont le Salon Ingarda en Afrique du Sud et le salon du design SIDIM au Canada. Cette exposition au monde extérieur a permis à la société d'accroître ses ventes et de renforcer sa présence sur les marchés internationaux.

La flexibilité est le secret du modèle de Gone Rural. En se fixant comme objectif d'emmener les produits artisanaux sur le marché, Goal Rural renforce les compétences artisanales traditionnelles des femmes afin de leur apprendre de nouvelles techniques et des designs

contemporains. Le tissage permet aux femmes de travailler à la maison et aux heures qui leur conviennent, de sorte à ne pas modifier l'organisation quotidienne de leurs vies. La philosophie de Gone Rural est de payer ses artisans deux fois le salaire minimum payé au Swaziland. En effet, pour chaque produit vendu, entre 40 et 48 % du prix de gros sont remis aux femmes comme salaires. Ce revenu permet de rehausser le statut des femmes et renforcer le contrôle qu'elles exercent sur les ressources qu'elles possèdent chez elles. « 90 % de nos femmes affirment désormais être les décideuses en chef de leur famille en ce qui a trait aux questions économiques, comparativement aux 38 % à l'échelle nationale, » a déclaré Julie.

[Cliquez ici](#) pour en savoir davantage sur Gone Rural.

TFO Canada améliore les conditions de vie en tissant des partenariats commerciaux durables entre les exportateurs de pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers. Nous facilitons l'accès au marché canadien et partageons l'expertise canadienne en matière de commerce avec des entreprises d'exportation appartenant ou gérées par des hommes et des femmes dans les pays en développement, et avec leurs employés. TFO Canada a été établi en 1980 en tant qu'organisme non - gouvernemental sans but lucratif.

Ce bulletin est réalisé avec l'appui financier du gouvernement du Canada par l'entremise des Affaires mondiales Canada.

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2016



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

130 rue Slater, Suite 1025 Ottawa,  
ON Canada K1P 6E2  
1.613.233.3925 (tél.)  
1.613.233.7860 (fax.)  
1.800.267.9674 (sans frais)  
Courriel: [newsletter@tfocanada.ca](mailto:newsletter@tfocanada.ca)