

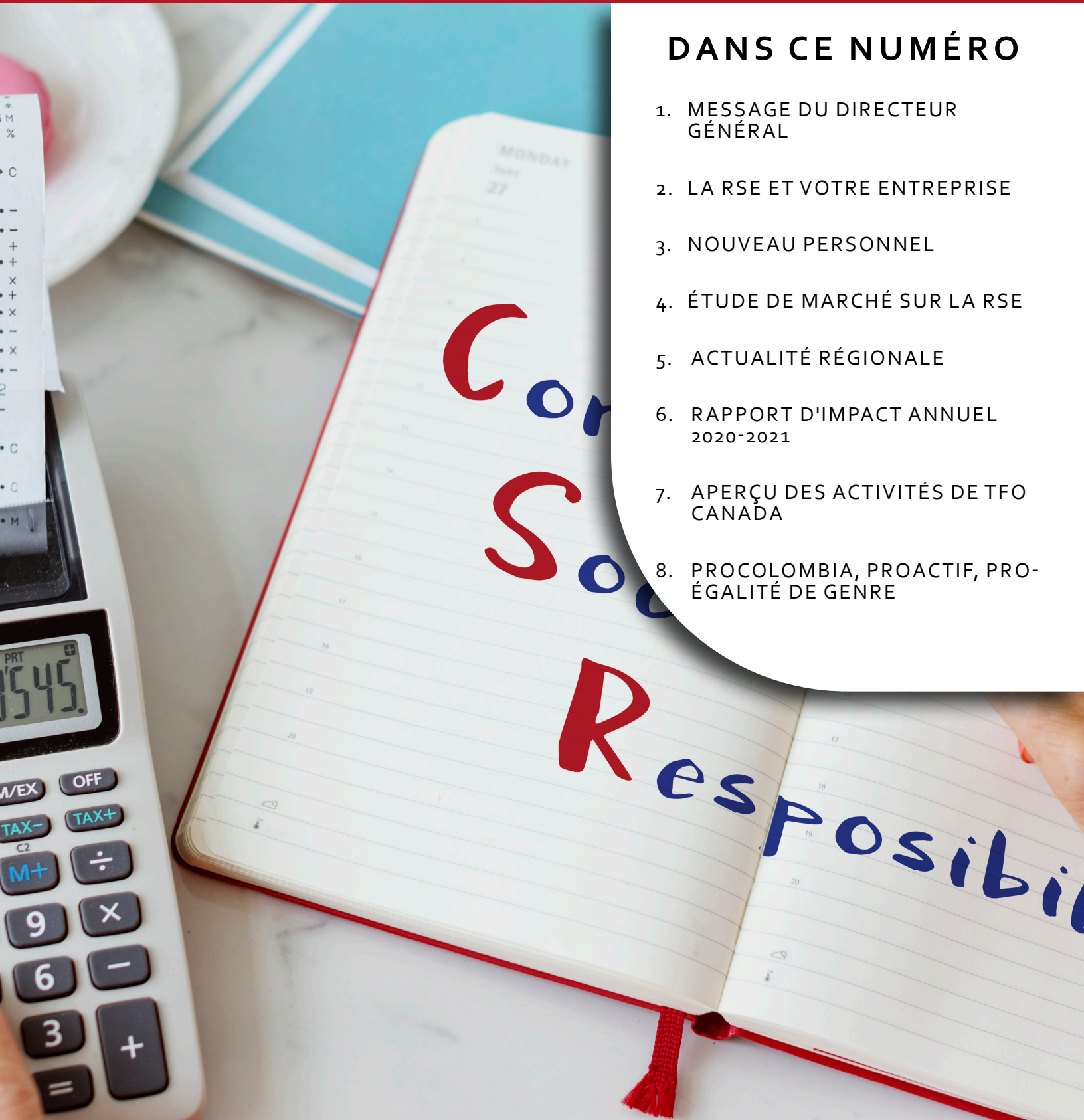
# EXPORTER AU CANADA - NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

## LA RSE ET VOTRE ENTREPRISE

### DANS CE NUMÉRO

1. MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL
2. LA RSE ET VOTRE ENTREPRISE
3. NOUVEAU PERSONNEL
4. ÉTUDE DE MARCHÉ SUR LA RSE
5. ACTUALITÉ RÉGIONALE
6. RAPPORT D'IMPACT ANNUEL 2020-2021
7. APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA
8. PROCOLOMBIA, PROACTIF, PRO-ÉGALITÉ DE GENRE





**STEVE TIPMAN**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
TFO CANADA

## La responsabilité sociale d'entreprise : une bonne chose pour votre entreprise

Ce numéro du bulletin de nouvelles de TFO Canada porte sur la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) et son implication pour votre entreprise.

Tout d'abord, expliquons la RSE. Selon l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), « La RSE est un concept de gestion par lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. On entend généralement par RSE, la manière dont l'entreprise réalise un équilibre entre les impératifs économiques, environnementaux et sociaux « Approche du triple résultat », tout en répondant aux attentes des actionnaires et des parties prenantes. »

Au Canada, et à travers le monde, les consommateurs recherchent de plus en plus des biens et des services produits de façon responsable sur le plan social et environnemental. Les gouvernements doivent également s'assurer que les produits importés respectent les exigences réglementaires relatives aux problèmes environnementaux tels que les substances toxiques et aux questions sociales comme la santé et la sécurité des travailleurs. Les petites et moyennes entreprises exportatrices doivent alors savoir comment les importateurs et les organismes de réglementation des produits qu'elles vendent définissent et évaluent la performance sociale et environnementale. Il est impératif qu'elles satisfassent leurs attentes pour maintenir leur accès aux marchés internationaux.

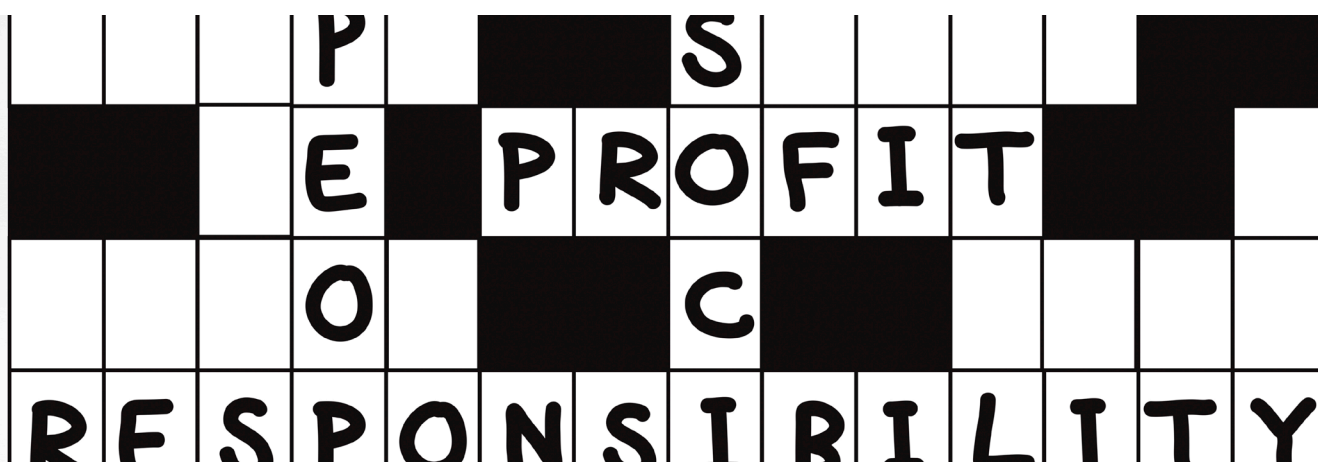
Les arguments en faveur de la RSE sont très clairs : c'est une bonne chose pour votre entreprise. En effet, selon une enquête réalisée aux États-Unis par Clutch et publiée le 7 janvier 2019, les gens s'attendent à plus de responsabilité, d'action et de transparence de la part des entreprises et achètent souvent chez des entreprises qui partagent leurs valeurs. Par conséquent, cela s'applique également aux produits qu'elles importent et vendent. Par ailleurs, l'ONUDI déclare : « Un concept de RSE correctement mis en œuvre peut procurer toute une série d'avantages concurrentiels, tels qu'un meilleur accès aux capitaux et aux marchés, une augmentation des ventes et des bénéfices, une réduction des coûts opérationnels, une amélioration de la productivité et de la qualité, un bassin de ressources humaines efficaces, une amélioration de l'image de marque et de la réputation, une plus grande fidélité des clients, de meilleurs processus de prise de décision et de gestion des risques. »

En tant que leader dans l'amélioration dans les conditions de vie par la création d'occasions d'échanges commerciaux durables à l'échelle internationale pour les petites et moyennes entreprises des pays en développement, TFO Canada possède des outils pour vous aider à élaborer vos stratégies et vos plans de RSE.

## Conseils de Tipman pour les échanges commerciaux

De plus en plus, les consommateurs croient qu'il est important que les entreprises assument leur responsabilité sociale et prennent position sur les mouvements sociaux actuels. En fait, ils se comportent souvent d'une manière telle que leurs décisions d'achat démontrent leur soutien aux causes qui leur sont chères.

# LA RSE ET VOTRE ENTREPRISE



*Par Daphna Lewinshtein,  
Conseillère en responsabilité sociale des entreprises de TFO Canada*

Depuis ces deux dernières décennies, les entreprises adoptent progressivement la responsabilité sociale d'entreprise. Le rythme et l'intensité avec lesquels elles se montrent socialement responsables, et les consommateurs exigent qu'elles le fassent, se sont accélérés depuis 2020 en raison de la pandémie de la COVID-19, du mouvement mondial pour la justice raciale et des perturbations économiques de la dernière année. Ces perturbations ont non seulement amplifié les injustices sociales, mais elles ont également révélé une inégalité structurelle dans le système international.

La responsabilité sociale d'entreprise nous demande de transcender les spécificités locales du droit du travail et les lois environnementales locales. Elle consiste à structurer votre modèle d'affaires en tenant véritablement compte du bien-être de vos employés et de votre impact sur l'environnement et votre communauté. Au Canada, et dans le monde entier, les consommateurs recherchent de plus en plus des biens produits de manière responsable et qui sont bons pour la planète. Les initiatives de RSE contribuent également à créer un cadre de travail plus productif et positif pour le personnel.

Face à la mondialisation, la concurrence est rude aujourd'hui et une entreprise peut avoir de la difficulté à se démarquer auprès de ses clients. La RSE peut aider votre entreprise à se démarquer. La réalisation d'initiatives de responsabilité sociale d'entreprise permet parfois aux gens de considérer votre entreprise comme une force positive pour le bien. La RSE est également importante pour la notoriété de votre marque. Pour préserver leurs relations avec leur clientèle à long terme, les entreprises doivent gagner la confiance de leur public cible. Montrer que vous disposez d'une bonne stratégie en matière de RSE peut vous aider à forger une bonne réputation, gagner la confiance des clients et préserver vos relations à long terme.

La responsabilité sociale d'entreprise est essentielle pour la mise en œuvre de plusieurs priorités clés du gouvernement et du peuple du Canada, notamment le respect des droits de la personne, l'adoption de mesures de lutte contre les changements climatiques, le commerce et le développement inclusif, les droits des peuples autochtones et l'impact de sa politique d'aide internationale féministe.

Lorsqu'ils prennent des décisions concernant leurs achats, les consommateurs canadiens accordent plus d'attention au traitement que les entreprises réservent à leur personnel, ainsi qu'aux questions de durabilité environnementale. Les sociétés disposant d'une bonne politique de responsabilité sociale d'entreprise gagnent souvent plus d'argent, attirent et retiennent des employés très compétents et voient leur réputation s'améliorer avec une augmentation de leur clientèle.

La responsabilité sociale d'entreprise se généralise. Elle est devenue la nouvelle norme et est là pour de bon!

## NOUVEAU PERSONNEL



**Kristin Marinacci**  
Directrice de programme Afrique

Kristin Marinacci s'est jointe à TFO Canada à titre de Directrice de programme Afrique en septembre 2021. Kristin est chargée de diriger la mise en œuvre d'un programme multirégional visant à accroître le nombre de femmes exportatrices de pays en développement participant au commerce international. Elle assure également la supervision stratégique de l'équipe basée à Ottawa qui travaille main dans la main avec les organismes de soutien au commerce en Afrique pour favoriser une croissance économique plus inclusive.

Kristin a une formation en urbanisme et a plus de 25 ans d'expérience en gestion de projets et de programmes dans le domaine du développement international en Afrique, en Asie et en Amérique latine. Kristin apporte une expérience pratique à l'équipe de renforcement des institutions après avoir travaillé avec la Fédération Canadienne des municipalités pendant plus de 20 ans. Les domaines d'expertise comprennent la gouvernance locale, l'efficacité organisationnelle, la participation de multiples intervenants et du public, la bonne gouvernance, la planification stratégique, la mesure du rendement et le renforcement des capacités.

## NOUVEAU PERSONNEL

**Carlos E. Umaña**  
Agent de Projet l'Amérique latine et les Caraïbes

Carlos E. Umaña est le chargé de projet pour l'Amérique latine et les Caraïbes. Il appuie la Directrice et la gestionnaire de programme dans la mise en œuvre et le suivi des projets et des activités d'assistance technique et de renforcement des capacités liés au commerce dans cette région.

Avant de se joindre à TFO Canada, Carlos a travaillé comme diplomate de carrière à l'ambassade du Costa Rica au Canada, où il a reconnu la pertinence de TFO Canada pour les PME des pays en développement. Il a également été négociateur commercial et conseiller auprès du Ministère du commerce extérieur du Costa Rica, où il a participé à de multiples négociations sur l'accès aux marchés pour le commerce des marchandises. Carlos possède une vaste expérience de recherche sur le commerce international et les politiques publiques. Cela comprend la participation à des projets avec la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), la Banque interaméricaine de développement (BID) et le groupe de réflexion Academia de Centroamerica. Les documents générés par ces projets sont devenus une référence dans la discussion des politiques publiques au Costa Rica.

Carlos parle anglais, français et espagnol. Il est titulaire d'un baccalauréat et d'une maîtrise en économie de l'Université du Costa Rica et d'un baccalauréat en droit et politique économiques internationaux de l'Université de Barcelone.



# ÉTUDE DE MARCHÉ SUR LA RSE



Nous sommes heureux de vous annoncer que nous avons mis à jour notre étude de marché sur la responsabilité sociale d'entreprise. Ce guide explique de manière détaillée comment les petites et moyennes entreprises (PME) peuvent intégrer des pratiques socialement responsables à leurs activités. Le guide intégral est disponible sur notre [site Web](#) en anglais, français et espagnol. Assurez-vous d'être [inscrits](#) pour avoir accès à l'intégralité du document.

## Résumé

Le gouvernement du Canada entend par responsabilité sociale des entreprises (RSE) les mesures volontaires prises par une entreprise pour mener ses activités de manière durable et responsable sur le plan économique, social et environnemental. Au Canada, et à travers le monde, les entreprises, les gouvernements et les consommateurs désirent de plus en plus acheter des biens et des services produits dans un souci de responsabilité sociale, culturelle et environnementale.

La RSE est un modèle d'affaires qui aide les entreprises à devenir plus responsables sur le plan social et environnemental envers leurs employés, leurs parties prenantes et le public. Elle permet à une entreprise de mettre l'accent, non plus sur les profits seulement, mais plutôt sur la prise en compte de réalisations plus utiles à la société.

Au nombre de ces réalisations utiles à la société et respectueuses de l'environnement figurent :

- La réduction des émissions de gaz à effet de serre ou de l'empreinte carbone d'une entreprise
- L'offre d'un cadre de travail sûr à tous les employés
- La mise en place de politiques non discriminatoires
- Le droit à un salaire minimum vital
- L'offre de droits égaux aux groupes marginalisés
- et plus encore.

Ces enjeux influencent le mode d'achat des gouvernements, des entreprises et des consommateurs. Les détaillants et l'industrie des biens de consommation évaluent les fournisseurs et leurs partenaires pour s'assurer qu'ils mènent leurs activités de manière responsable sur le plan environnemental et social.

Les petites et les moyennes entreprises (PME) qui exportent au Canada devraient s'informer sur la façon dont les acheteurs définissent et évaluent la performance et les engagements sociaux et environnementaux d'une entreprise. En intégrant la RSE dans leurs modèles d'affaires et en atteignant leurs cibles en matière de RSE, les PME peuvent démontrer leur volonté d'opérer à l'échelle sociale, culturelle et environnementale des changements pouvant leur permettre de satisfaire davantage les exigences des acheteurs et d'avoir accès à une large clientèle.

# ACTUALITÉ RÉGIONALE

## Asie et Moyen-Orient



Dans le cadre du projet « Les femmes dans le commerce pour une croissance inclusive et durable (WIT), l'équipe Asie poursuit activement sa collaboration avec les partenaires, les experts techniques locaux et les coordonnateurs locaux pour une mise en œuvre efficace des prochaines activités de programme dans la région, notamment l'élaboration permanente par les institutions d'appui commercial (IAC) de plans d'action sexospécifiques et le renforcement des capacités des IAC à offrir aux PME des services de préparation à l'exportation sexospécifiques.

L'équipe Asie a également animé un atelier virtuel sur l'égalité de genre et l'inclusion sociale (ÉGIS) en août 2021. Au total, 17 cadres supérieurs (dont 16 femmes et un homme) et membres de conseil d'administration de six IAC ont été formés au Vietnam.

En outre, deux études de marché sexospécifiques locales ont été réalisées dans la région, dont une en Indonésie (juillet 2021) et une qui a commencé au Vietnam (juillet 2021).

Une séance de renforcement des capacités (Formation des formateurs – FdF) a été organisée pour les IAC sur l'exportation au Canada et vers d'autres marchés internationaux, y compris des informations sur les attentes des consommateurs, la RSE, les pratiques commerciales intelligentes face au climat, la réglementation et la préparation à l'exportation. Au total, 47 (37 femmes et 10 hommes) représentants de cinq IAC de la Jordanie et sept IAC de l'Indonésie ont été formés.

Dans le cadre du projet Plateforme de connaissances sur la participation des femmes au commerce pour stimuler une croissance inclusive et durable, TFO Canada, en collaboration avec son partenaire région, le Mekong Institute (MI), a réalisé un sondage des PME en ligne entre juillet et septembre 2021. La Plateforme de connaissance WIT fournira des solutions pour permettre aux PME dirigées par des femmes dans les pays en développement de tirer profit des possibilités commerciales internationales que les secteurs privé et public peuvent exploiter à l'échelle nationale, régionale et mondiale.

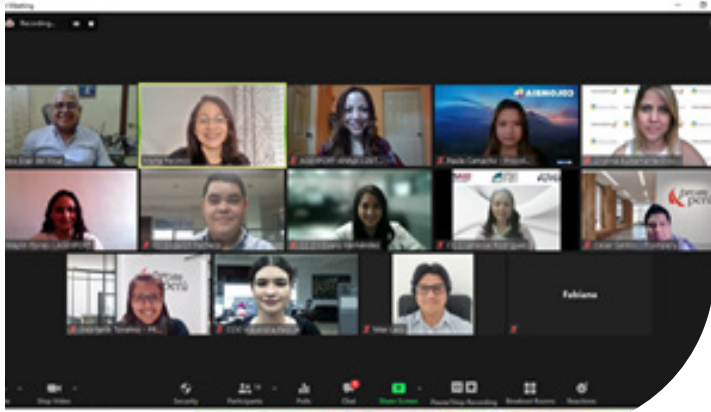
# ACTUALITÉ RÉGIONALE

## Afrique et Haïti



L'un des faits marquants dans la région Afrique depuis le dernier trimestre a été la tenue du Salon virtuel des produits et des services du Mali 2021, du 8 au 13 juillet. L'événement a été coordonné avec l'ambassade du Mali au Canada, TFO Canada et ses associés. Le salon a débuté par les interventions d'invités de marque du corps diplomatique du Mali et du Canada, de ministres des deux pays et du directeur général de TFO Canada. Ce salon virtuel comportait des rencontres interentreprises entre des acheteurs canadiens et des sociétés du secteur agroalimentaires qui proposent des produits tels que le beurre de karité, l'huile de baobab et la gomme arabique parmi d'autres.

Il s'agit de la troisième année de mise en œuvre du projet WIT dans la région et nous sommes prêts à démarrer les activités les plus intéressantes du projet en termes d'impacts sur l'état de préparation des PME à l'exportation. Les ateliers sur l'égalité de genre et l'inclusion sociale (ÉGIS) ont été efficacement réalisés dans la majorité des pays partenaires. La dernière formation sur l'ÉGIS s'est tenue au Bénin au profit des cadres supérieurs de la Chambre de commerce et de l'industrie du Bénin (CCIB). La formation s'est déroulée du 5 au 8 juillet 2021 avec un total de 27 participants, dont 16 femmes. Nous prévoyons actuellement la formation des formateurs sur les services de préparation à l'exportation pour une formation du personnel de nos IAC partenaires



Dans le cadre du projet WIT, l'équipe Amérique latine a élaboré de juillet à septembre des plans de travail avec les agents de mise en œuvre des IAC en Colombie, au Pérou, au Guatemala et au Honduras. Les experts en genre locaux de TFO Canada ont apporté une assistance technique à chaque IAC pour finaliser les plans d'action sur le genre (PAG) et les accompagner dans le processus d'approbation interne.

En juillet dernier, l'équipe Amérique latine a également exécuté le programme de formation des formateurs (FdF) sur les services de soutien à l'exportation visant à renforcer les capacités des IAC à mieux s'engager aux côtés des femmes exportatrices et

offrir des services mieux adaptés à leurs besoins. Au total, 17 représentants de quatre IAC ont assisté à la formation. La FdF comprenait les modules suivants : évaluer l'état de préparation des PME à l'exportation, développer un plan d'exportation, identifier votre marché cible, développer des stratégies d'accès aux marchés, coûts et tarification, communications avec la clientèle, égalité de genre, négociations et documents d'exportation. Par ailleurs, l'expert local de TFO Canada a apporté une assistance technique spéciale à Camara de Comercio e Industrias de Cortes (Chambre de commerce et de l'industrie de Cortes) du Honduras pour renforcer leurs capacités à concevoir et offrir la formation sur l'élaboration des plans d'exportation aux PME.

En août dernier, une équipe d'experts locaux en environnement/RSE a été recruté pour préparer et offrir un programme de FdF en environnement et en RSE dans le domaine du commerce international. Des experts canadiens ont formé les consultants locaux. Les ressources de formation ont été adaptées au contexte de chaque pays et la logistique de la formation a été coordonnée avec les IAC. Le programme de FdF a été mis en œuvre en septembre dans les quatre pays où un total de 21 personnes (14 femmes et 7 hommes) ont été formées.

Les IAC partenaires de Colombie, du Pérou et du Honduras ont envoyé des invitations aux PME pour participer au programme de formation du projet. PROCOLOMBIA a commencé la mise en œuvre de ce programme en septembre.

## TFO CANADA RAPPORT D'IMPACT ANNUEL 2020-2021



TFO Canada est fière de présenter son premier rapport d'impact. Bien que l'année 2020-2021 ait été frappée par les impacts de la COVID-19, nous avons tout de même pu mener à bien notre mission qui est d'améliorer des vies par la création de partenariats commerciaux durables pour les exportateurs des pays en développement avec des acheteurs canadiens et étrangers. Indépendamment des défis collectifs et individuels auxquels nous avons tous été confrontés, à TFO Canada nous avons appris à nous adapter à ces changements et sommes restés engagés dans notre mission. Le télétravail n'a fait que nous motiver encore plus à renforcer nos relations avec nos partenaires et bénéficiaires, le présent rapport démontre nos efforts d'adaptation au nouveau contexte pour délivrer des formations virtuelles, webinaires et produire divers ressources en ligne.

Le rapport d'impact 2020-2021 de TFO Canada met en lumière notre enthousiasme, nos engagements et nos réalisations en faveur de notre mission, tout en aidant les plus vulnérables (en particulier les femmes et les groupes marginalisés) à accéder aux marchés canadiens et internationaux.

[Bonne lecture !](#)

# APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA

## **Forum économique Mali-Canada**

28 juillet 2021

Une délégation de quatre personnes a participé à la foire virtuelle des produits et des services du Mali qui a réuni 150 participants. Steve Tipman, le directeur général de TFO Canada, a présenté un aperçu du marché canadien et Hery Ramiarison, l'agent de projet de TFO Canada a fait une présentation sur les outils et les services en ligne que TFO Canada offre pour orienter les PME exportatrices et les IAC par rapport à l'accès au marché canadien.

## **Prochaines étapes : futures tendances de la consommation au Canada**

Susan Baka

26 août 2021

La pandémie a considérablement bouleversé les habitudes et les comportements des consommateurs, ce qui influencera probablement le changement au cours des prochaines années. Cela a d'importantes implications pour l'industrie alimentaire qui doit se tourner vers l'avenir et avoir des plans d'action adaptables et flexibles. Ipsos a exploité l'apprentissage automatique pour créer un modèle de distribution futur, un outil de planification stratégique qui montre ce à quoi l'avenir peut ressembler, qui a été expliqué dans ce webinaire. Le modèle comprend des données d'étude qui ont évalué les comportements de 50 000 Canadiens au niveau des services de détails et de restauration chaque année. Il va au-delà d'une estimation numérique en permettant d'identifier des signes de changement et de mesurer les changements futurs. Cela permet aux producteurs, aux détaillants de produits alimentaires et à l'industrie de se concentrer sur les signes essentiels, pour façonner leurs stratégies de commercialisation, appliquer l'innovation en comprenant la rigidité des comportements et d'améliorer la croissance de manière globale.

Pour obtenir de plus amples renseignements, envoyez un courriel à : [Elen.Alexov@ipsos.com](mailto:Elen.Alexov@ipsos.com)

Le rapport annuel d'Ipsos sera publié bientôt.



## **Commerce durable et inclusif dans les secteurs de l'habillement, de la décoration intérieure et de l'artisanat**

16 septembre 2021

Notre directeur général, Steve Tipman, a animé la discussion sur le commerce durable et inclusif dans les secteurs de l'habillement, de la décoration intérieure et de l'artisanat. Le panel a réuni des intervenants provenant de différentes régions du monde, notamment Nigest Haile, Fondatrice et directrice générale du CAWEE (Centre for Accelerated Women's Economic Empowerment) originaire d'Éthiopie; Marcia Mendez, conseillère commerciale de l'ambassade du Guatemala au Canada, et Do Thi Thu Huong, qui travaille pour le ministère de l'industrie et du commerce du Vietnam.

## **Apparel Textile Sourcing Canada**

15 – 16 septembre

Voici quelques faits saillants du salon du vêtement et du textile

- L'année dernière, l'industrie du vêtement a perdu 25% de ses ventes. Les entreprises qui s'en sont bien sorties sont celles qui ont fait preuve d'agilité et de rapidité.
- La pandémie n'a pas nécessairement diminué – ou augmenté – l'approvisionnement en vêtements et textiles dans les pays en développement. Les marques comme Roots estiment qu'il s'agit plutôt de renforcer la manière dont elles travaillent avec les fournisseurs et de redoubler leurs efforts pour traiter avec ceux qui agissent conformément à ses valeurs fondamentales.





# APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA



## SIAL Canada

Susan Baka  
21 septembre 2021

Voici quelques faits saillants du SIAL Canada:

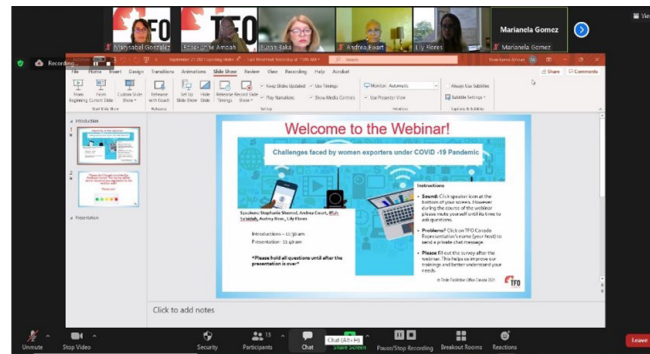
- Malgré l'évolution des habitudes de consommation alimentaire, la perturbation des chaînes d'approvisionnement, la hausse des prix des produits de base et les pénuries de main-d'œuvre, l'innovation en matière de produits et l'accent mis sur la qualité – qui favorisent le succès dans l'industrie alimentaire – se poursuivent et les perspectives sont positives.
- Les PME seront à la pointe de l'innovation dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire.

- Les trois grandes tendances sont le désir des consommateurs pour la commodité, la santé, et le bien-être (par exemples, les snacks sains, la croissance des protéines cétos, sans gluten et végétaliennes) et la durabilité.
- Le végétarien continuera de croître et de devenir plus courant.
- Seulement 25% des Canadiens recherchent des produits locaux dans les épicerie.

## Webinaire sur les défis rencontrés par les femmes exportatrices dans le cadre des pandémies de la COVID-19

Le 23 septembre 2021

Le webinaire a réuni les conférencières suivantes: Stephanie Sherrod – Vice-présidente de la programmation d'OWIT, Andrea Ewart – experte en droit international, douanes et commerce, Iffah Sa'aidah – Attachée commerciale – Ambassade d'Indonésie, Audrey Ross – Spécialiste de la logistique et des douanes Orchard Custom Beauty; et Lily Flores – Directrice des achats – New Alasko, L.P.



Le webinaire a réuni 24 participants, 22 femmes, 1 homme et une personne qui a préféré ne pas s'identifier. Les conférencières ont expliqué que 80% des femmes sont engagées dans le commerce transfrontalier à travers le monde. Il s'agit d'un secteur informel et les femmes ne sont souvent pas protégées par la loi et les politiques, ce qui les exclut du système commercial. Les conférencières se sont concentrées sur la manière dont les facilitateurs de commerce peuvent aider les femmes exportatrices à relever certains des défis auxquels elles sont confrontées, y compris celles du secteur informel. En outre, les conférencières ont discutées de la complexité et des défis auxquels les femmes sont confrontées lorsqu'elles exportent dans le cadre de la pandémie de la COVID-19 et de la manière dont les femmes peuvent minimiser les risques et naviguer plus facilement.

L'intégralité du webinaire est disponible sur notre site Web [ici](#).

## Sommet de l'innovation des marques privées

Susan Baka  
22 – 23 septembre

Voici quelques points saillants du Sommet de l'innovation des marques privées:

- Les perturbations de la chaîne d'approvisionnement pendant la COVID-19 ont incité les consommateurs à essayer quelque chose de différent, ce qui est très bon pour les marques privées.
- L'écoute des besoins des clients est la clé de l'innovation; la recherche montre que les marques privées peuvent prendre la tête de l'innovation
- Les consommateurs ne choisissent plus les marques privées uniquement en fonction du prix, mais aussi en fonction des ingrédients et d'un emballage unique.
- La tendance à la santé et au bien-être est passée de la niche au courant dominant (par exemple, le kale est populaire).
- Les opportunités comprennent des produits et des emballages d'apparence moins stérile pour les personnes âgées, ainsi qu'une plus grande variété de compléments alimentaires.
- Le qualificatif "privé" n'est plus nécessaire, car les meilleurs détaillants parlent de "notre marque".

EXPORTER AU CANADA

# PROCOLOMBIA, PROACTIF, PRO-ÉGALITÉ DE GENRE

De mars à juin 2021, TFO Canada a offert des formations sur l'égalité de genre et l'inclusion sociale (ÉGIS) dans le cadre du projet « Les femmes dans le commerce pour une croissance inclusive et durable » (WIT) aux institutions d'appui au commerce (IAC) des pays bénéficiaires. Les formations visaient à sensibiliser sur l'importance d'avoir des femmes aux postes de direction et de développer des stratégies pour une participation équitable des PME dirigées par des femmes au commerce international, afin que les IAC puissent offrir de bons services de préparation à l'exportation sexospécifiques aux PME dirigées par des femmes et des hommes.

Dans la région Amérique latine, TFO Canada a formé quatre IAC. En Colombie, la formation sur l'ÉGIS a duré cinq jours et a enregistré la participation de 17 employés, dont douze femmes et cinq hommes. En outre, TFO Canada a apporté une assistance technique pour l'élaboration du plan d'action sur l'ÉGIS de [PROCOLOMBIA](#). La formation fut un succès et les IAC partenaires ont fait part de leur enthousiasme au personnel de TFO Canada concernant la suite et les impacts de la formation. TFO Canada a pu discuter en détail des répercussions de la formation avec Flavia Santoro Trujillo, présidente de ProColombia, notre IAC partenaire en Colombie.

Flavia nous raconte : « Avant la formation sur l'ÉGIS, nous n'avions pas de politique de genre et nous n'avions suivi aucune formation sur l'ÉGIS non plus, car à ProColombia, nous avons une forte représentation féminine à la direction. Au sein de la direction, environ 70 % des postes de direction sont occupés par des femmes. L'égalité de genre est au cœur de notre mode de fonctionnement et nous en sommes très fiers. »

« La formation nous a appris à sensibiliser les gens sur l'importance d'avoir des programmes axés sur le genre et elle nous a motivés à accroître la mise en œuvre d'initiatives faisant la promotion de l'égalité de genre. »

À la suite de la formation sur l'ÉGIS, ProColombia ne tarda pas à déployer de nouvelles stratégies. Flavia nous a déclaré « Avant la formation sur l'ÉGIS, ProColombia n'avait aucune politique de genre, en partie à cause de la forte présence de femmes dans l'organisation. Depuis la formation, ProColombia s'intéresse et applique les stratégies nouvelles apprises pour améliorer le processus interne qui continuera à profiter à tout le personnel, notamment aux femmes de ProColombia à tous les postes.

De plus, nous réalisons un sondage pour recueillir des informations sur les sociétés dirigées par des femmes. Les résultats du sondage nous permettront de mieux classer les sociétés sur la base des critères suivants : sociétés dirigées par des femmes, sociétés employant beaucoup de femmes ou sociétés appartenant à des femmes.

Parallèlement, nous démarrons un programme pilote dénommé 'Mentora Exportadora' (programme de mentorat pour les femmes exportatrices) destiné à permettre aux entreprises dirigées par des femmes de servir de mentors à d'autres entreprises dirigées par des femmes. Ce programme vise à promouvoir un échange fructueux d'informations et d'expériences directement liées à l'augmentation des exportations des entreprises dirigées par des femmes. »

Pour plusieurs entreprises, ces deux dernières années furent difficiles en raison de la pandémie de la COVID-19, surtout les petites entreprises pour qui les conséquences furent plus graves. Chez ProColombia, la priorité c'est de bâtir un « avenir meilleur ». Flavia déclare : « Après les formations que nous avons reçues de TFO Canada et les programmes pilotes que nous prévoyons réaliser, nous espérons aider davantage les entreprises à combler les écarts de genre, multiplier les occasions d'affaires et minimiser l'impact de la pandémie. »

Globalement, la formation sur l'ÉGIS s'est avérée cruciale pour les IAC que nous avons appuyées pendant cette période. TFO Canada se réjouit de voir la mise en œuvre des stratégies offertes durant les formations. Nous attachons la plus grande importance à l'égalité de genre dans le cadre de notre travail en établissant des partenariats commerciaux durables pour les exportateurs des pays en développement. Nous aimerions remercier Flavia Santoro Trujillo, présidente de ProColombia d'avoir partagé leurs expériences.



**FLAVIA SANTORO TRUJILLO**  
**PRÉSIDENTE DE PROCOLOMBIA**

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 2021