



TFO CANADA RAPPORT D'IMPACT

2021

Avril 2020 - Mars 2021

Information. Conseil. Contact.



MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Au nom du conseil d'administration et du personnel de TFO Canada, j'ai le plaisir de vous présenter le premier rapport d'impact annuel de l'organisme. L'année a été marquée par la pandémie mondiale du COVID-19 qui a influé considérablement sur la façon dont nous interagissons avec différentes parties prenantes dans le monde. Notre mission d'améliorer les conditions de vie par la création de partenariats commerciaux durables entre les exportateurs des pays en développement et les acheteurs canadiens et étrangers fut très difficile, nécessitant des modifications rapides de nos façons de travailler et d'exercer un impact.

Compte tenu des défis rencontrés dans plusieurs pays qui imposaient des restrictions pour les voyages internationaux, et fermaient souvent leurs frontières aux voyages non essentiels, bon nombre d'entre nous avons dû adapter nos façons de faire. Très rapidement, plusieurs sont devenus experts dans l'utilisation des plateformes en ligne et y recouraient comme principaux moyens de communication.

À TFO Canada, nous nous sommes bien adaptés, en offrant un plus grand nombre de nos services en ligne. Dans le cadre de la mise en œuvre de certains de nos programmes de renforcement de capacités, nous avons également travaillé plus concrètement avec des consultants sur le terrain. En outre, nos formations ont porté plus sur l'utilisation des outils numériques, la commercialisation en ligne et la mise à profit des plateformes de commerce en ligne. Les activités de promotion du commerce se sont également déroulées en ligne, et nous avons participé à quelques salons professionnels virtuels durant l'année.

J'aimerais remercier nos donateurs et nos partenaires financiers pour leur confiance et leur appui indéfectibles pendant cette période de turbulence.

Cette année a été particulièrement chargée pour les employés, les consultants et les volontaires de TFO Canada. Je suis très reconnaissant pour leurs contributions. Leur engagement en faveur de notre mission a été des plus impressionnants!

Steve Tipman
Directeur général

NOS BAILLEURS DE FONDS

The Conference Board of Canada



TFO CANADA



Le Bureau de promotion du commerce Canada (TFO Canada) est un organisme à but non lucratif dont la mission est d'améliorer les conditions de vie par la création de partenariats commerciaux pour les exportateurs des pays en développement avec les acheteurs canadiens et étrangers. TFO Canada aide les petites et moyennes entreprises (PME) et les institutions d'appui au commerce (IAC) des pays en développement à accéder aux marchés internationaux grâce à des services d'information, de conseils et de contacts. Depuis 1980, le personnel de projet et les experts sectoriels de TFO Canada dotés d'une expérience professionnelle offrent de services des promotion du commerce et de renforcement des capacités à des dizaines de milliers de PME et d'IAC d'Amérique latine et des Caraïbes, d'Afrique, d'Asie et du Moyen-Orient.

AUTOUR DU MONDE

27

Pays

\$1.6 M

Ventes effectuées en termes d'exportation

1,393

Total d'IAC et de PME formées

Projets

Les femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive financé par Affaires mondiales Canada (AMC).

Plateforme de connaissances sur la participation des femmes au commerce pour stimuler une croissance inclusive et durable financé par le Centre de recherches pour le développement international.

Promouvoir une croissance économique inclusive et durable : Faire fonctionner l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) pour les PME vietnamiennes financé par l'AMC par l'entremise de CoWater International.

Accroître l'accès des PME de l'ANASE au marché canadien des produits agroalimentaires financé par l'AMC par l'entremise de CoWater International.

Export Launchpad Bangladesh. Financé conjointement par l'International Islamic Trade Finance Corporation et AMC.

Canada-Ukraine Trade and Investment (CUTIS) financé par AMC dans le cadre du Conference Board of Canada.

Faire du commerce un succès pour les femmes en Afrique subsaharienne financé par AMC.

Formation des formateurs sur la promotion de l'accès des femmes entrepreneures maliennes au marché canadien financé par ONU Femmes.

Projet de mentorat pour la mise en marché des produits exportés de l'initiative She Trades financé par le Centre du commerce international.

VALEURS DE TFO CANADA

Croissance durable : Nous proposons des solutions qui améliorent le bien-être actuel et futur des personnes et des communautés

Perspectives canadiennes : Nous fondons nos points de vue sur la culture, la réputation et l'éthique du Canada pour apporter une valeur ajoutée à nos parties prenantes.

Dévouement : Nous donnons encore plus de sens à notre travail.

Égalité de genre : Nous savons que les communautés sont enrichies lorsque les femmes sont habilitées à faire des changements positifs.

Engagement en faveur les partenariats : Nous mettons à profit l'expertise de nos partenaires et faisons appel aux connaissances locales pour avoir davantage d'impact social.

SERVICES D'APPUI AU COMMERCE ET INFORMATIONS COMMERCIALES

12,249

Nombre total d'exportateurs accédant aux services en ligne de TFO Canada

2,049

Nombre total d'importateurs inscrits sur le site Web de TFO Canada

1,826

Nombre total d'IAC accédant aux services en ligne de TFO Canada

INDICATEUR

TOTAL

FEMMES

| INDICATEUR | TOTAL | FEMMES |
|---|-------|--------|
| Offres d'exportation totales | 1,580 | 1,169 |
| Webinaires | 10 | - |
| Nombre total de participants aux webinaires | 504 | 312 |
| Total d'études de marché (2 études mises à jour et 2 nouvelles études) | 4 | - |
| Nombre total d'études sur l'entrée sur le marché réalisées par le programme MBA | 5 | 3 |

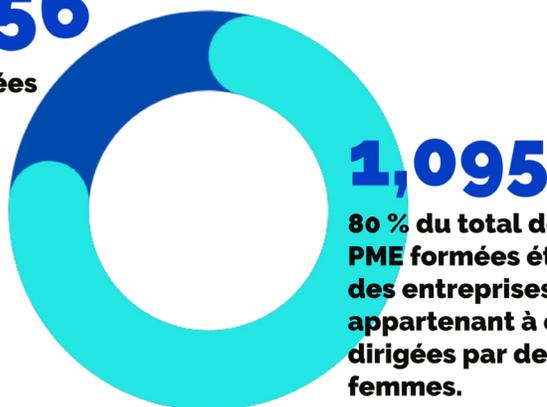
TFO Canada offre des informations générales et spécifiques à un secteur aux exportateurs et aux institutions d'appui au commerce qui recherchent ou adoptent une stratégie d'entrée sur le marché, en vue d'exporter leurs produits ou leurs services au Canada.

Nous réalisons des études sur les débouchés, utilisons l'analyse des flux commerciaux et d'autres sources de recherche pour identifier les meilleures occasions pour un pays ou une région d'accroître ses échanges commerciaux avec le Canada. Ces études intègrent le genre et l'analyse environnementale.

RENFORCER LES CAPACITÉS DES INSTITUTIONS D'APPUI AU COMMERCE ET DES PME EXPORTATRICES

1,356

PME formées



57 d'IAC formées, dont 53 % des participants étaient des responsables femmes.

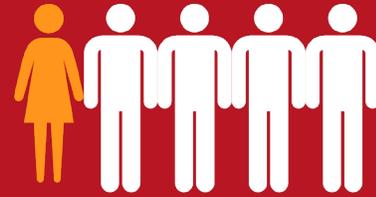
« Je veux encourager les femmes à créer quelque chose pour elles-mêmes et leurs communautés. Je remercie l'équipe de TFO Canada pour son soutien et sa motivation. Continuez votre excellent travail et je vous remercie pour vos encouragements constants. » — Aling Nur Naluri Widianti, fondatrice de Salam Racange, en Indonésie.

FACILITER L'ACCÈS AUX MARCHÉS CANADIENS ET INTERNATIONAUX

« Toutes les formations sont utiles pour nous, ainsi que les PME. La formation nous fournit les informations et les qualifications nécessaires pour tirer profit de l'accord visant à développer les capacités d'exportation des membres. »

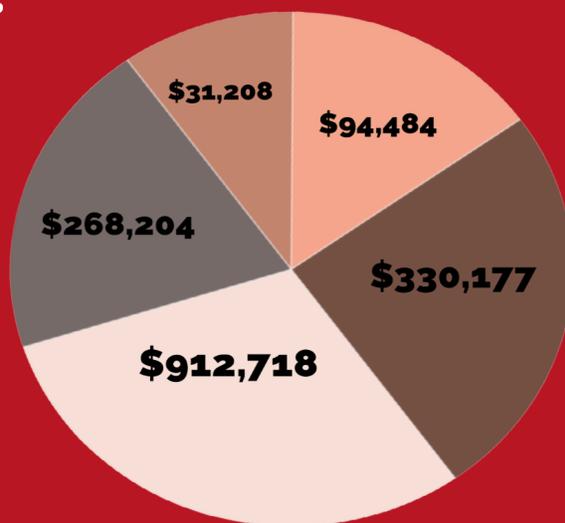
— Monsieur Pham Ngoc Thanh — Association des femmes entrepreneures du Vietnam.

35 PME ont participé à des rencontres virtuelles entre entreprises

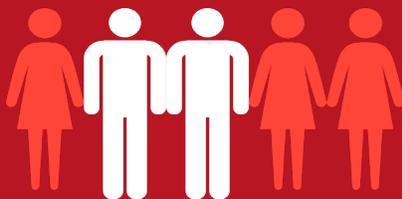


8 entreprises appartenant à ou dirigées par des femmes.

1,6 million de dollars générés en termes de ventes à l'exportation lors de salons professionnels virtuels.



REPRÉSENTATION ET PARTICIPATION ACCRUES DES FEMMES DANS LA PRISE DE DÉCISION AU SEIN DES INSTITUTIONS D'APPUI AU COMMERCE ET DES PME EXPORTATRICES



57 d'IAC formées, dont 53 % des participants étaient des responsables femmes.

412 PME formées sur la promotion et l'intégration du genre, de l'inclusion et de l'autonomisation économique des femmes

36%

de personnes formées provenaient d'entreprises appartenant à ou dirigées par des femmes.

CONNAÎTRE LE MARCHÉ CANADIEN ET D'AUTRES MARCHÉS INTERNATIONAUX EN TERMES D'ENVIRONNEMENT, DE CHANGEMENT CLIMATIQUE ET DE PRATIQUES COMMERCIALES RESPONSABLES

| INDICATEUR | TOTAL | FEMMES |
|---|-------|------------------------------|
| Total d'institutions d'appui au commerce ayant participé aux formations sur les impacts environnementaux et les pratiques de responsabilité sociale d'entreprise lorsqu'elles travaillent avec des acheteurs des marchés internationaux | 4 | 4 responsables femmes (50 %) |
| Total de PME exportatrices ayant participé aux formations sur les impacts environnementaux et les pratiques de responsabilité sociale d'entreprise lorsqu'elles travaillent avec des acheteurs des marchés internationaux | 72 | 40 |



Projet au Vietnam



Export Launchpad Bangladesh

TÉMOIGNAGES DES COORDONATEURS DU PROGRAMME DE MBA

« Depuis plus de 30 ans, la collaboration entre TFO Canada et l'École de gestion Telfer de l'Université d'Ottawa dans le cadre de son programme d'étude de MBA consacré à l'entrée sur les marchés offre une précieuse expérience pratique aux étudiants en MBA dans le domaine de la commercialisation stratégique. Les étudiants trouvent constamment le projet très pertinent et stimulant. Les entreprises clientes apprécient le dévouement des étudiants et appliquent certaines recommandations, dont certaines pour réussir leur entrée sur le marché canadien. »

– Martine Spence - Professeure titulaire / École de gestion Telfer, Université d'Ottawa

« Le partenariat de 11 ans entre le Bureau de promotion du commerce du Canada et la Community Service Initiative de la John Molson School of Business (JMSB) de l'Université Concordia, pour collaborer et réaliser des études de marché pour l'exportation au profit de petites et moyennes entreprises (PME) exportatrices triées sur le volet est un exemple concret de « Se préparer pour le vrai monde. » Les étudiants en MBA de la JMSB, qui travaillent en équipe comme consultants, acquièrent une visibilité interculturelle du milieu international de l'exportation. Ils améliorent leurs connaissances sur la logistique de l'exportation, réalisent des études et une analyse stratégique axées sur le marché et fournissent des informations pratiques et relatives au marché, ainsi qu'une stratégie d'entrée sur les marchés aux PME d'Afrique, d'Asie, du Moyen-Orient et d'Amérique du Sud qui veulent accéder au marché compétitif et développé du Canada. »

– Dave McKenzie, GDIA, MA — Fondateur et coordonnateur, Community Service Initiative (CSI) John Molson School of Business, Concordia University

HISTOIRE DE AÏSSATA NAMOKO

« C'est ma passion pour les textiles et la couture qui m'a motivée. J'ai hérité ce savoir-faire de ma mère lorsque j'étais enfant. La chose la plus passionnante dans mon travail c'est la teinture en particulier avec l'indigo. »

Djiguiyaso, qui signifie « maison de l'espoir » en langue bambara, est une coopérative créée en 2004 au Mali. Spécialisée dans le textile, ses produits typiques maliens sont fabriqués suivant des méthodes traditionnelles et avec des colorants écologiques. Aïssata Namoko est la fondatrice de Djiguyaso et travaille dans ce secteur depuis 60 ans avec les membres de sa famille. Dès l'âge de six ans, sa mère qui était tisserande l'initia aux textiles maliens. Cette transmission intergénérationnelle de la production du textile est fondamentale pour la préservation du savoir-faire traditionnel, ce qui a conduit Aïssata créer Djiguyaso qui offre au monde des textiles typiques du Mali qui sont transformés en articles de maison, en décorations intérieures, en vêtements et en accessoires.

En 2004, la coopérative a démarré avec 10 femmes, et travaille actuellement avec plus de 100 femmes et 24 hommes locaux. Au fil des ans, Aïssata a formé des femmes et des hommes de sa communauté dans la teinture, la filature, la couture, le crochet, le tissage et la finition des produits.

Lire l'histoire intégrale d'Assiata a www.tfocanada.ca

HISTOIRE DE JUAN MANUEL DUQUE

Juan Manuel Duque est le directeur général de Mambo Studios, une société qui offre des services créatifs et fait de la publicité pour des sociétés, y compris les animations, les vidéos, les représentations graphiques, la création d'animation et les services novateurs. À l'instar de plusieurs pays, la Colombie a adopté des mesures de confinement pour limiter la propagation du virus de la COVID-19. Bien que cela ait constitué un défi pour plusieurs PME, Mambo Studios a eu assez de chance de poursuivre ses activités. « C'est un des avantages d'être un prestataire de service qui travaille principalement en ligne. Le confinement a dans une certaine mesure touché notre clientèle en Colombie. Cependant, à l'étranger, nous recevons toujours du travail des États-Unis, du Canada et de Porto Rico. »

« Avant le confinement, notre clientèle se trouvait surtout aux États-Unis et au Panama. Nous avons toujours voulu conquérir d'autres marchés et le Canada semblait être un grand débouché. Dans le cadre de ProColombia, Mambo Studios a été présentée à TFO Canada et au programme Gateway to Trade (Portail du commerce) en 2018. »

Lire l'histoire intégrale de Juan a www.tfocanada.ca

« Dans les studios Mambo, nous sommes en mesure de nous identifier culturellement aux marchés avec qui nous travaillons. Nous comprenons les valeurs culturelles»



TFO CANADA

rue 130 Slater, bureau 400
Ottawa, Ontario, Canada
K1P 6E2

1 613 233 3925
1 800 267 9674 (Canada toll-free)

info@tfoCanada.ca

www.tfoCanada.ca



[@TFOCANADAOTT](https://www.facebook.com/TFOCANADAOTT)



[Trade Facilitation Office](https://www.youtube.com/TradeFacilitationOffice)



[@TFOcan](https://twitter.com/TFOcan)



[linkedin.com/TFOCanada](https://www.linkedin.com/TFOCanada)

