

EXPORTER AU CANADA NOUVELLES

INFORMATION · CONSEIL · CONTACT

SERVICES D'INFORMATION, DE COMMUNICATION ET DE TECHNOLOGIE (TIC)

DANS CE NUMÉRO

1. MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL
2. LA DEMANDE DE MAIN-D'ŒUVRE POST-PANDEMIQUE DANS LES SERVICES DE TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE
3. ACTUALITÉ RÉGIONALE
4. APERÇU DES ACTIVITÉS DE TFO CANADA
5. NOUVEAU PERSONNEL
6. JOYEUSES FÊTES
7. MAMBO STUDIOS : UNE CROISSANCE SOUTENUE POUR PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES SEXES





STEVE TIPMAN
DIRECTEUR GÉNÉRAL
TFO CANADA

Les possibilités d'exportation dans le secteur des services de technologies d'information et des communications (TIC) sont très prometteuses

Ce numéro de notre bulletin est consacré à l'exportation des services de technologies d'information et des communications (TIC). Il s'agit d'un domaine souvent négligé, mais qui pourrait pourtant profiter à plusieurs petites et moyennes entreprises dans le monde, notamment lorsque l'on considère le potentiel que représentent les services de TIC en matière de création d'emplois et de promotion de l'innovation et des exportations.

Si les entreprises dirigées par des femmes sont désavantagées dans le secteur manufacturier, ce n'est souvent pas le cas dans le domaine des services. La compétitivité des entreprises de services dirigées par des femmes est très comparable à celles des entreprises dirigées par des hommes. Ce n'est pas le cas pour le secteur manufacturier où les entreprises dirigées par des femmes sont moins performantes dans la plupart des aspects de la compétitivité. En outre, les jeunes entrepreneurs sont très présents au niveau des jeunes entreprises de services. Le secteur des services semble plus attrayant pour les jeunes entrepreneurs que le secteur manufacturier, sans doute à cause de l'accès facile et des faibles besoins de capitaux.

Le Centre du commerce international dans son rapport *Connected Services, Competitive Businesses* publié en 2022 révèle que 16 % des entreprises de services interrogées dans ce secteur sont dirigées par des jeunes, comparativement à 10 % dans le secteur manufacturier. Bien qu'il soit toujours présent, l'écart dans la participation au commerce pour les entreprises dirigées par des femmes et des jeunes est plus faible pour les sociétés de services que pour les entreprises de fabrication. Le pourcentage d'écart entre les entreprises d'exportation et nationales dirigées par des femmes n'est que de six points au niveau des services. Dans le secteur manufacturier, la différence est trois fois plus importante. Pour les entreprises dirigées par des jeunes, le pourcentage d'écart pour les exportations est de cinq points dans les services, mais il est quatre fois plus élevé dans l'industrie manufacturière.

Même s'il s'agit de statistiques irréfutables qui rappellent combien il est important de développer le secteur des services des TIC dans les économies émergentes, un article récent de la Banque mondiale indique que près de trois milliards de personnes ne sont pas connectées, et que la vaste majorité se trouvait dans les pays en développement. L'écart d'utilisation reste également un défi, puisque près de la moitié (43 %) de la population mondiale n'a pas utilisé l'Internet mobile l'année dernière, alors qu'elle vit dans des zones où la couverture du haut débit mobile est assurée. Par conséquent, il est primordial de favoriser l'inclusion numérique. L'article de la Banque mondiale poursuit en précisant que, selon les estimations, 60 % du produit intérieur brut (PIB) mondial devrait dépendre des technologies de communication numérique en 2022. Les populations vulnérables des pays en développement et des pays développés, incapables de se connecter aux technologies numériques ou de les utiliser risquent d'être à la traîne durant la reprise postpandémie, ce qui pourrait entraîner des répercussions plus importantes.

Alors que de nombreuses régions du monde se tournent vers les technologies numériques, TFO Canada s'engage à contribuer pour assurer aux bénéficiaires de ses projets une assistance technique, un renforcement de compétences et un soutien pour garantir qu'ils sont inclusifs et équitables.

Au nom de l'équipe de TFO Canada, je vous souhaite de joyeuses fêtes et une année 2023 prospère remplie à nouveau de succès en matière de commerce international.

Conseils de Tipman pour les échanges commerciaux

Pour réussir à exporter vos services de technologies de l'information et des communications (TIC) auprès de clients potentiels qui n'auront pas un produit physique à évaluer, vous devez trouver des moyens de montrer la valeur, la particularité et la fiabilité de vos services. Votre clientèle cible peut être impliquée dans la conception et l'exécution du service, et le facteur temps est crucial. Vous devrez consentir plus d'efforts pour leur démontrer que vous comprenez et pouvez répondre à leurs besoins spécifiques.





DEMANDE DE MAIN-D'OEUVRE POUR LES SERVICES DE TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES APRÈS LA PANDÉMIE

Par Theo Ward, Associé de TFO Canada

À la grande question pour les sociétés de services numériques qui s'intéressent au marché canadien est « La pandémie a-t-elle créé plus de possibilités? » La réponse est oui, même si la concurrence entre les prestataires a augmenté.

La majeure partie des secteurs technologiques au Canada a connu un ralentissement au début de 2020. L'interruption a toutefois été de plus courte durée pour les secteurs liés aux TIC, car les entreprises des segments interentreprises et entreprises-consommateur se sont rapidement déportées vers le télétravail. En août 2021, la Banque du Canada a publié une [analyse interne](#) de la demande pour la main-d'œuvre nationale, du premier confinement imposé pendant la pandémie en mi-mars 2020 jusqu'au troisième confinement à partir du 1er avril 2021. L'analyse constate une chute rapide et brutale de la demande générale au début, et ensuite une augmentation constante de la demande pour la main-d'œuvre qui, en juillet 2021, dépassait celle du début de 2020. Cette croissance reflétait la reprise de l'économie en général.

Il est intéressant de noter que la demande pour la main-d'œuvre qualifiée en technologies numériques a moins diminué et s'est rétabli plus rapidement que pour tous les autres besoins de compétences le premier confinement. Là où la croissance de la demande de compétences en technologies numériques diffère, cependant, c'est qu'elle s'est grandement accélérée pendant la deuxième et la troisième série de mesures de confinement imposées au Canada, au point où la demande de compétences numériques dépassait de 40 % celle de tous les autres secteurs en mai 2021. Selon la Banque du Canada, il s'agit d'un phénomène de la reprise au Canada, car une telle différence n'existait pas avant mars 2020.

Cette accélération est due, en partie, à la demande intense de transformation numérique dans l'ensemble du spectre économique. Dans une enquête menée par [EY Canada](#) auprès de 150 grandes entreprises canadiennes, 63 % ont déclaré que la transformation numérique était une priorité absolue pour la croissance, notamment l'amélioration de l'infrastructure technologique et l'analyse numérique.

Le Canada est toujours confronté à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée en TIC qui existait avant 2020, et l'accélération de la demande ici et aux États-Unis n'a fait qu'exacerber le problème. Cela dit, les entreprises qui cherchent à combler cette pénurie sont confrontées à une intensification de la concurrence mondiale des marchés d'approvisionnement émergents. De plus, le Canada est un marché plus petit et plus axé sur les relations que son voisin du sud. Par conséquent, il est conseillé aux entreprises de services numériques étrangères d'effectuer leurs recherches et d'identifier les sous-marchés spécifiques à cibler dans un secteur aussi vaste et diversifié que le pays lui-même.

Consultez la récente étude de marché réalisée sur [le secteur des services au Canada](#), et bientôt une nouvelle étude sur les sous-secteurs des TIC canadiens sera bientôt disponible.

ACTUALITÉ RÉGIONALE

Asie et Moyen-Orient

Dans le cadre du projet [Plateforme de connaissances sur la participation des femmes au commerce pour stimuler une croissance inclusive et durable \(WIT\)](#), TFO Canada en collaboration avec ses partenaires de recherche régionaux d'Asie-Mekong Institute (MI) et de l'Africa-Centre for the Study of the Economies of Africa (CSEA) ont réalisé avec succès l'activité pour le partage des résultats finaux de l'étude en novembre 2022, à Ottawa, au Canada. Les partenaires de recherche ont présenté tous les résultats de la recherche ainsi que les recommandations politiques. En ciblant les PME de divers secteurs d'activité économique, l'objectif de ce projet de recherche est d'examiner la relation entre le commerce, la création d'emplois pour les femmes et le renforcement du pouvoir économique des femmes. Le projet a également analysé le profit que les PME dirigées par des femmes dans les pays en développement tirent des possibilités offertes sur le marché. Les acteurs des secteurs privé et public nationaux, régionaux et internationaux peuvent exploiter les résultats de l'étude.

L'équipe Asie travaille avec des partenaires à la sélection et à la formation de 14 PME bangladaises qui participeront au salon NY NOW en février 2023. L'équipe dispense également des formations sur la préparation à l'exportation à des PME en Jordanie, en Indonésie et au Cambodge.

En octobre 2022, 62 autres PME bangladaises (dont 40 dirigées par des femmes) du secteur des produits alimentaires transformés ont bénéficié d'une formation à la préparation à l'exportation tenant compte des genres. Cette formation a également abordé le volet technique de l'égalité des genres et l'inclusion sociale (EGSI), le marketing numérique, la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et les pratiques commerciales respectueuses du climat.



Participants à la formation au Bangladesh - octobre 2022

ACTUALITÉ RÉGIONALE

Afrique et Haïti

Tournée de familiarisation avec le marché (TFM) et SIAL Paris. TFO Canada, en partenariat avec des institutions d'appui au commerce telles que [l'ASEPEX - SENEGAL EXPORT](#), [la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Antananarivo \(CCIA\)](#), et [Côte d'Ivoire PME \(CIPME\)](#), a facilité un voyage de sept jours à Paris pour 30 PME de Côte d'Ivoire, de Madagascar et du Sénégal. Les PME ont visité différents sites et magasins de la ville afin de mieux comprendre leur marché cible. Ces initiatives sont entreprises dans le cadre du projet «Les femmes dans le commerce pour une croissance inclusive et durable», avec le soutien financier du gouvernement du Canada fourni par Affaires mondiales Canada.



Visite de suivi en Éthiopie. TFO Canada a organisé une visite de courtoisie chez son Excellence Melaku Alebel, ministre de l'Industrie de la République fédérale démocratique d'Éthiopie. TFO Canada est fier de mettre en œuvre deux projets axés sur les secteurs du vêtement et du textile, de la décoration intérieure et de l'agroalimentaire en Éthiopie. En collaboration avec nos partenaires, plus de 230 PME ont été formées pour la préparation à l'exportation et les préparatifs sont en cours pour les activités d'accès au marché avec les acheteurs canadiens et internationaux.

ACTUALITÉ RÉGIONALE

Afrique et Haïti

Le projet Export Launchpad en Ouganda a été lancé pour 13 mois avec le Conseil de la promotion des exportations de l'Ouganda (UEPB) et l'approbation du ministère des Finances. Un groupe de 112 PME doit être formé dans le cadre de ce projet avec 50 formateurs d'agents commerciaux de district.

Centre de Facilitation des Investissements (CFI) Haïti TFM à Montréal. En collaboration avec CFI Haïti et des experts canadiens, TFO Canada a organisé du 9 au 16 novembre 2022 une mission de visite à Montréal pour une délégation de PME haïtiennes sélectionnées dans le secteur de l'aromathérapie et de l'agroalimentaire, afin qu'elles se familiarisent avec le marché canadien.

ACTUALITÉ RÉGIONALE

Amérique latine et Caraïbes

Depuis octobre, l'équipe Amérique latine et Caraïbes (ALC) a commencé à faire un suivi auprès de 20 entreprises qui ont participé au SIAL 2022 en avril dernier, à Montréal, en vue d'analyser l'impact que cette mission commerciale a produit au cours des six derniers mois. Les résultats de cette enquête étaient prometteurs, car les entreprises péruviennes ont rapporté des ventes à l'exportation d'une valeur totale de 758 325 \$ CA, dont 34 332 \$ CA de ventes réalisées par une entreprise dirigée par une femme. L'équipe ALC réalisera une enquête similaire en début 2023 pour évaluer l'impact de la mission du SIAL un an plus tard.



En attendant, l'équipe ALC a commencé à sélectionner des entreprises pour deux prochaines activités relatives à l'accès au marché, dont une mission virtuelle pour des entreprises colombiennes dirigées par des femmes dans le secteur des services des TIC, ainsi que le salon professionnel CPMA 2023 pour les entreprises péruviennes du secteur alimentaire. Parallèlement, au Honduras, TFO Canada et la Chambre de commerce et d'industrie de Cortes, coordonnent une prochaine mission d'acheteurs au Honduras pour des entreprises des secteurs du café, des légumes orientaux et des fruits exotiques.

Au Guatemala, l'IAC, Agexport, a lancé un sondage d'évaluation sur le genre dans le cadre de son plan d'action sur l'égalité des genres et l'inclusion sociale. Des données sont recueillies pour cette évaluation qui dressera un aperçu des profils des entreprises dirigées par des femmes, membres du réseau d'Agexport.

Partage et apprentissage: Résultat d'une rencontre majeure avec les consuls généraux de Montréal

23 novembre

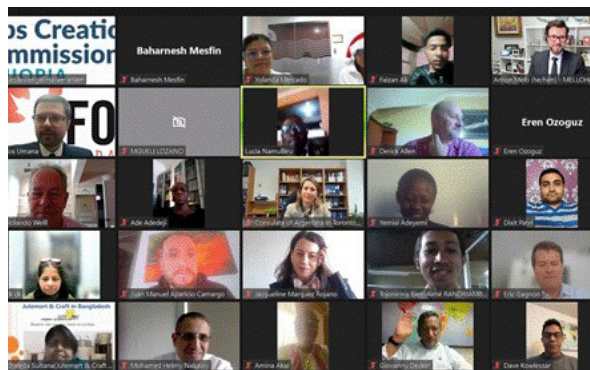
Sur invitation des consulats Ibéroaméricains de Montréal, une rencontre de groupe a été organisée entre TFO Canada et les consuls généraux de cette ville. Le déjeuner de travail, présidé par monsieur Nelson Olivero Garcia, consul du Guatemala, a permis aux consuls généraux de souligner l'importance d'une collaboration soutenue entre les consulats et TFO Canada. Steven Tipman, le directeur général de TFO Canada, a profité de l'occasion pour présenter son programme tout en relevant l'importance des efforts entrepris auprès des PME exportatrices dans les pays émergents et en développement, notamment en Amérique latine. Tout le monde a reconnu l'importance de l'égalité des genres et de la protection de l'environnement dans le contexte du changement climatique.



Webinaire: Les éléments essentiels pour commencer une activité d'import-export avec le Canada

Décembre 2022

Arnon Melo, président et cofondateur de Mellohawk Logistics, a animé un webinaire sur le thème «Les éléments essentiels pour commencer une activité d'import-export avec le Canada». Les discussions ont couvert des aspects liés à la logistique, l'étiquetage et la perturbation de la chaîne d'approvisionnement. Plus de 100 petites et moyennes entreprises et institutions d'appui au commerce d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine et des Caraïbes étaient présentes. Voici [le lien du webinaire](#)



Mises à jour majeures de l'étude de marché de TFO Canada sur le secteur des fruits et des légumes transformés au Canada

Nous avons le plaisir de vous annoncer que nous avons actualisé ce guide. Ce guide contient des informations sur les tendances, les possibilités, les exigences à remplir pour accéder au marché, ainsi que les règles d'emballage et d'étiquetage que doivent respecter les petites et moyennes entreprises (PME) qui essaient d'accéder au marché canadien des produits tels que les aliments congelés et les aliments en conserve. Le guide intégral est disponible sur notre site Web en anglais, français et espagnol. Assurez-vous d'être enregistré avec nous pour avoir accès au document intégral. Actualisé notre étude de marché sur les fruits et les légumes transformés.

Résumé

En termes de tendances, les importations d'aliments de la catégorie conservés provisoirement sont restées stables (à l'exception de l'expansion des marchés de la cerise), tandis que les marchés du secteur des aliments en conserve ont régressé (puisque les Canadiens ont choisi des modes de vie plus sains impliquant moins d'aliments transformés et plus de produits frais et de repas préparés). Les marchés des aliments congelés se sont également effrités, à l'exception de la demande accrue pour les fruits et les légumes congelés, qui coûtent souvent moins cher que les produits frais tout en offrant des avantages similaires pour la santé. Il faut noter que la demande a bondi pour les myrtilles congelées, les carottes congelées, les



autres fruits congelés et les tomates en conserve (voir la section 3 pour plus de renseignements sur les tendances et les possibilités).

L'étude de marché (section 4) offre des conseils sur la fixation des prix et les marges sur coût, la conformité aux règlements canadiens, les exigences en matière de sécurité alimentaire et les dispositions à prendre pour les mauvaises surprises qui pourraient survenir. L'emballage et l'étiquetage sont également d'une importance capitale, en raison des réglementations détaillées, mais aussi des possibilités accrues (section 5). Par exemple, au Canada, la demande croissante pour les emballages biodégradables, recyclables et réutilisables incite de nombreuses entreprises à trouver des solutions de rechange aux emballages traditionnels. Comme le transport des fruits et légumes transformés est parfois délicat, il est également important de comprendre les règles et les possibilités liées au transport et à la logistique (section 6).

Mises à jour des guides pratiques pour l'entrée sur le marché canadien de la décoration intérieure

La dernière version de l'étude de marché de TFO Canada sur les produits de décoration intérieure couvre un large éventail d'articles d'ameublement, d'articles de bricolage, d'articles d'appoint pour décorer la maison, de produits de décoration et fonctionnels pour la cuisine et la table, les articles-cadeaux, les petits meubles et plus! Les articles provenant de ces secteurs sont faits avec un grand nombre de matériaux, y compris la poterie, la terre cuite, le verre, les métaux, les tissus et les textiles, ainsi que les matières industrialisées telles que les résines.

Le marché canadien est estimé à une valeur au détail de plus de 10 milliards de dollars canadiens par an. Les ventes au détail remontent lentement à leur niveau d'avant le COVID. Le rapport présente un aperçu de ce marché concurrentiel, ainsi que ses principales caractéristiques et tendances. Il présente également un profil détaillé des importations entrant dans le pays, démontrant ainsi le nombre important d'acteurs sur le marché.

Le Canada, tout comme son voisin américain, est un marché très sensible à l'évolution des prix. Le prix constitue souvent un des facteurs déterminants les plus importants dans le choix de l'acheteur et du consommateur final. La qualité est même plus importante pour certains produits. La spécificité du produit représente également un élément important. Les consommateurs accordent de plus en plus de valeur aux caractéristiques sociales et environnementales des produits qu'ils achètent. Il est, par conséquent, très important pour l'exportateur d'intégrer ces caractéristiques pour susciter l'intérêt des acheteurs.

Le gouvernement du Canada a une réglementation stricte concernant ce qui peut ou non être vendu au Canada, en termes de fabrication et de marquage des produits, ainsi que les matériaux utilisés. Des règles spécifiques relatives à la sécurité des produits abordent ces exigences. Le guide intégral est disponible sur notre site Web en anglais.

Les versions française et espagnole seront au cours de la première semaine de janvier 2023. Veuillez vous assurer que vous êtes enregistré auprès de nous pour accéder au document complet.

Rapports régionaux

Susan Baka, Représentante régionale en Ontario

Alors que les salons professionnels en présentiel ont repris durant l'été, et nous avons participé au Salon de [la mode](#) et au [Salon du cadeau et de la maison](#) de Toronto, organisés tous les deux en août, à Toronto. Les acheteurs et les importateurs présents aux salons ont bénéficié d'une présentation leur expliquant comment TFO Canada pouvait les aider à trouver des produits dans les pays en développement. Les salons qui se tiendront à Toronto cet automne et auxquels madame Baka participera pour promouvoir les services de TFO Canada englobent le [CHFA Now](#), [Grocery Innovations Canada](#) et [Apparel et Textile Sourcing Canada](#). Cette activité permet de toucher un plus grand nombre d'acheteurs canadiens qui peuvent explorer notre base de données des PME exportatrices afin de diversifier leurs sources d'approvisionnement.

Jacques Nadeau, Représentant régional au Québec

Sous l'égide de l'Université du Québec à Montréal, l'UQAM et de son organisateur, Karl Miville de Chêne, un Séminaire sur les marchés africains dans le contexte de la souplesse organisationnelle s'est tenu le 8 novembre 2022. De grandes organisations de la scène africaine francophone ont présenté leur vision et les efforts consentis par leur pays en matière de développement. Les ambassadeurs du Mali (Son Excellence Fatima Braoulé Meité) et de la Côte d'Ivoire (Son Excellence Bafétigué Ouattara) et le conseiller économique du Sénégal (M. Zaccaria Coulibaly) se sont adressés à l'assistance. Investissement Québec, Affaires mondiales Canada, Repaf et TFO Canada ont également présenté les engagements de leurs organisations. Il est important de souligner l'engouement pour la nouvelle Zone de libre-échange continentale africaine (AfCFTA) qui offre aux pays africains de nouveaux horizons prometteurs pour le développement régional.

Le représentant régional de TFO Canada a coordonné des réunions exploratoires avec l'Université HEC Montréal pour promouvoir la création de nouvelles études d'entrée sur le marché (SEM), dans le cadre des programmes pilotes de MBA et de baccalauréat avec TFO Canada. TFO Canada se réjouit de poursuivre les discussions et l'engagement avec l'Université HEC de Montréal pour la réalisation de cette initiative.

NOUVEAU PERSONNEL

Ines Muganyizi Agente de projet, Afrique



Ines Muganyizi a rejoint TFO Canada en novembre 2022 en qualité de chargée de projet pour l'Afrique. Elle a neuf ans d'expérience professionnelle progressive en développement international et en consultation. Durant sa carrière, Ines a acquis de solides compétences en matière d'analyse, de recherche et de mise en œuvre de projets. Ses domaines d'expertise incluent l'offre de services publics, l'engagement du secteur privé, l'esprit d'entreprise axé sur l'impact et la création d'emplois. Dans ses fonctions précédentes, Ines a été exposée à plusieurs secteurs et sous-secteurs, dont l'agriculture, les services financiers, l'apprentissage continu et le transport urbain. Elle a aussi interagi et collaboré avec des parties prenantes du secteur privé, public et à but non lucratif, y compris Emploi et développement social Canada (EDSC), l'Agence suédoise de coopération internationale pour le développement (Sida), l'Ambassade de Suisse en Tanzanie, la Bill and Melinda Gates Foundation, le ministère de l'Agriculture et des Coopératives de la Tanzanie, le ministère des Mines et de l'Énergie de la Tanzanie, Eco Bank en Tanzanie et la Banque mondiale en Tanzanie.

Ines a une perspective du monde qui l'a amenée à étudier à l'extérieur de la Tanzanie, son pays d'origine. Elle a un baccalauréat en économie et en études environnementales du Connecticut College aux États-Unis. Dans le cadre de son diplôme, elle a passé un semestre à l'Université de Melbourne, en Australie. Entre 2020 et 2021, Ines a suivi et obtenu une maîtrise en politique publique de l'Université McGill, au Canada.

Chafik Awal Gestionnaire de projet, Afrique

Chafik Awal a rejoint TFO Canada en décembre 2022 en qualité de gestionnaire de projet pour l'Afrique. Il est chargé de la conception, la mise en œuvre, du suivi et de l'élaboration des rapports des activités commerciales dans la région.

Il apporte plus de 15 ans d'expérience professionnelle en développement du commerce international en Afrique, en Europe et au Canada. Récemment, il a été délégué commercial à l'ambassade du Canada en Tunisie pendant quatre ans et était responsable de différents secteurs (aéronautique et défense, éducation internationale). Chafik possède de solides compétences en gestion de projet, en recherche et en analyse. Dans une expérience précédente, il a été durant quatre ans chef de projet chez Entreprise Europe Network (EEN) et gestionnaire du marketing numérique pendant 10 ans à CEPEX (Centre de promotion des exportations – ministère tunisien du Commerce). Il a participé et organisé plusieurs rencontres interentreprises lors de différentes expositions et foires commerciales. Il est spécialisé dans l'identification des besoins des entrepreneurs, la réalisation d'études de marché et l'identification de nouvelles opportunités d'affaires.

Chafik est bilingue. Il parle anglais et français et il est titulaire de diplômes en affaires et en technologies de l'information, y compris une maîtrise pour cadre de SAA – School of Management of the University of Torino (Italie), un baccalauréat de l'Université virtuelle de Tunis et un baccalauréat en technologies de l'information de l'Université de Sousse.





MAMBO STUDIOS: UNE CROISSANCE SOUTENUE POUR PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES SEXES

Mambo Studios est une entreprise colombienne de services créatifs qui produit des publicités pour les entreprises, notamment des animations, des vidéos, des graphiques, des graphiques de mouvement et des services innovants. L'entreprise a partagé des mises à jour sur son récent succès d'exportation depuis la Colombie, grâce à son travail avec TFO Canada.

La composante de genre est essentielle et comprend l'objectif d'atteindre une participation de 50 % de femmes. L'équipe était composée de six personnes en 2020, puis de onze en 2021, pour atteindre aujourd'hui 32 employés, dont 17 femmes. Parmi les postes les plus élevés de l'entreprise, le chef de projet et le superviseur de l'administration sont des femmes. Ce pourcentage



de participation 50/50 est resté stable, mais avec une forte augmentation du nombre de femmes. En outre, 30 des 32 employés ont moins de 26 ans, car l'entreprise travaille à promouvoir les jeunes talents et l'égalité des genres, et 60 % de l'équipe est issue des populations les plus vulnérables de Colombie.

MAMBO STUDIOS: SUITE DE L'ARTICLE

Un soutien clé que l'entreprise a reçu par le biais de TFO Canada a été la réalisation d'une étude d'entrée sur le marché (EEM) en 2021 par un groupe de consultants du programme de MBA de l'Université Concordia. Selon Juan Manuel Duque, PDG de Mambo Studios : « Ce fut l'une des expériences de conseil les plus enrichissantes que j'ai reçues en tant qu'entrepreneur. Le travail des deux consultants était extrêmement détaillé. J'ai rarement trouvé des personnes qui comprennent notre secteur et notre entreprise comme elles l'ont fait. Ils ont réussi à comprendre comment l'entreprise pouvait se développer et à établir une stratégie qui serait couronnée de succès, et ils l'ont fait de manière très complète et professionnelle, avec une compréhension incroyable de l'industrie et de nos processus. Le document généré a été un excellent guide pour nous permettre d'aborder toutes nos activités d'exportation. »

Les résultats de la mise en œuvre de la stratégie de développement des études d'entrée sur le marché ont été incontestablement bénéfiques. Mambo Studios a enregistré une croissance sans précédent et soutenue de ses activités sur le marché. Les ventes de l'entreprise ont augmenté de 67 % entre 2020 et 2021, puis de 186 % supplémentaires entre 2021 et 2022. Mambo Studios est une entreprise tournée vers l'exportation, puisqu'elle exporte 95 % de la valeur de sa production. Ses principaux marchés sont notamment les États-Unis et le Canada. De plus, l'entreprise a diversifié ses marchés en incluant de nouveaux pays comme le Portugal, les Pays-Bas et le Royaume-Uni.

Mambo Studios connaît un essor sur le marché canadien et le nombre de ses partenaires stratégiques au Canada est passé d'un à trois. Par exemple, la société a récemment travaillé avec une agence de contenu multiculturel de Toronto sur une publicité produite pour Western Union en Colombie.

« En général, pour les entreprises, il est essentiel d'investir dans le contenu audiovisuel et dans l'animation pour expliquer comment fonctionnent leurs produits et leurs services, et ce qui fait leur particularité, » ajoute Duque. « Cherchez des fournisseurs à l'étranger qui va vont permettre d'obtenir de meilleurs rendements et marges au moment de contracter un projet, non seulement en raison de la compétitivité des prix, mais aussi parce qu'ils vont obtenir une excellente qualité et une réponse en résultat. Pour les entreprises de mon secteur, je les encouragerai toujours à exporter. L'exportation de services est la clé qui permet la compétitivité des entreprises dans les pays en développement. »

Duque recommande vivement aux entreprises de profiter des programmes offerts par TFO Canada. « Notre entreprise a bénéficié de deux initiatives grâce à TFO Canada : le programme Passerelle pour le commerce a été l'occasion d'entrer sur le marché canadien et de commencer à générer un portefeuille et une rentabilité au Canada, et le programme de MBA a été l'étape suivante en ce qui concerne la façon dont nous devons nous développer. J'encouragerais toujours les gens à avoir des contacts et à mettre à profit les ressources disponibles. »

Duque souligne également que le marché canadien valorise le multiculturalisme, avec un contenu adaptable en anglais et en français, et accorde de l'importance à la représentation équitable des genres.

De projets sont en cours. « Nous recherchons des clients externes, car l'entreprise travaillait auparavant selon un modèle d'intermédiation par le biais d'agences, » explique Duque. « Nous avons adopté cette stratégie après la recommandation faite dans le cadre de notre consultation avec Concordia. Le Canada est l'un des principaux marchés cibles pour 2023, et nous nous sommes engagés à maintenir une participation minimale de 50 % de femmes dans le cadre des objectifs stratégiques de l'entreprise. »

TFO Canada est heureux de voir les PME mettre en œuvre les stratégies développées dans le cadre du programme MBA avec des universités canadiennes sélectionnées. TFO Canada s'est engagée à promouvoir l'égalité des sexes et l'inclusion sociale en créant des partenariats commerciaux durables pour les exportateurs des pays en développement. Nous tenons à remercier Juan Manuel Duque pour son engagement et le partage de ces expériences.

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.

