

EXPORTER AU CANADA NOUVELLES

Contenu

Message du
directeur
général

Tendances et
régulations dans
le secteur
canadien de
l'habillement et
du textile

Document
d'information sur
le marché de
l'habillement et
des textiles

Mises à jour du
programme

Café Utake:
Brasser le succès
sur le marché
mondial



Message du directeur général

Principales tendances et réglementations dans l'industrie canadienne de l'habillement et du textile

Au Canada, l'automne est une saison où a lieu de nombreuses transitions : les jours deviennent plus courts, les feuilles se parent de couleurs éclatantes telles que le jaune, le rouge et l'orange, les enfants reprennent le chemin de l'école, et les gens commencent à se préparer pour l'hiver. Pour certains, anticiper la baisse des températures implique l'achat de nouveaux vêtements qui les protégeront lorsque le thermomètre descendra en dessous de zéro degré Celsius.

Cette édition de l'infolettre de TFO Canada met en avant le secteur de l'habillement et du textile, un domaine qui peut susciter un grand intérêt chez plusieurs de nos abonnés. Pour les petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement souhaitant entrer sur le marché canadien de l'habillement et du textile, il est crucial de comprendre les tendances et les réglementations pour réussir. Tout d'abord, le marché canadien est très compétitif, avec une demande croissante pour des textiles durables et fabriqués de manière éthique. Les consommateurs recherchent de plus en plus des produits respectueux de l'environnement et socialement responsables. Cela a entraîné une popularité accrue du coton biologique, des matériaux recyclés et des produits issus du commerce équitable. S'aligner sur ces tendances peut offrir un avantage concurrentiel significatif aux PME qui souhaitent se positionner sur ce marché.

Le Canada impose des exigences strictes en matière d'importation qui doivent être gérées avec soin. Le [Tarif des douanes canadien](#) détaille les droits applicables à divers produits textiles, et il est crucial que les exportateurs en soient informés pour éviter des coûts imprévus. De plus, la [Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation](#) (LCSPC) régit les normes de sécurité pour les vêtements, incluant les exigences d'étiquetage, les normes d'inflammabilité et l'utilisation de certains produits chimiques. Le non-respect de ces règlements peut entraîner de lourdes sanctions, y compris la saisie des marchandises.

Les divers accords commerciaux et les traitements tarifaires préférentiels que le Canada a établis avec de nombreux pays offrent également des opportunités aux PME exportatrices. Ces avantages peuvent être significatifs pour les entreprises cherchant à exporter leurs produits, à condition de respecter les exigences des règles d'origine.

Pour réussir sur le marché canadien, les PME des pays en développement doivent prioriser la conformité à ces réglementations et aligner leurs produits sur les tendances de consommation actuelles. En adoptant cette approche, elles peuvent pénétrer un marché rentable tout en bâtissant une réputation de production éthique et de haute qualité, de plus en plus prisée par les consommateurs canadiens.



Steve Tipman
Directeur général
TFO Canada



"Pour réussir leur accès au marché canadien de l'habillement et du textile, les petites et moyennes entreprises doivent s'efforcer de comprendre les préférences et les tendances des consommateurs locaux et de tirer parti des outils de marketing numérique pour atteindre un public plus large. Développer des partenariats avec des distributeurs et des détaillants locaux peut également aider à s'adapter aux exigences réglementaires"

Tendances et réglementations dans le secteur canadien de l'habillement et du textile

Par Myriam Laroche, associé chez TFO Canada

L'industrie canadienne de l'habillement et du textile connaît une transformation majeure. À mesure que les consommateurs prennent davantage conscience des impacts environnementaux et sociaux de leurs achats, les entreprises sont encouragées à adopter des pratiques plus durables.

Chaînes d'approvisionnement éthiques et transparentes

Une des tendances les plus marquantes de cette industrie est l'accent croissant mis sur des chaînes d'approvisionnement éthiques et transparentes. De plus en plus, les consommateurs veulent savoir d'où viennent leurs vêtements, comment ils sont fabriqués et dans quelles conditions. Cela a conduit à un intérêt accru pour la technologie blockchain, utilisée comme un passeport numérique pour suivre le parcours d'un vêtement de la matière première au produit fini, garantissant le respect des normes éthiques et environnementales tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Les détaillants et les fabricants sont également sous pression pour fournir plus d'informations sur les matériaux utilisés dans leurs produits et les processus de production. Cela inclut des informations sur le nombre de personnes ayant manipulé un vêtement et les conditions de fabrication. À mesure que les exigences des consommateurs augmentent, les fournisseurs devront offrir davantage de transparence et de traçabilité à leurs produits.

Pratiques d'économie circulaire

Le concept d'économie circulaire, visant à minimiser les déchets et à maximiser l'efficacité des ressources, gagne du terrain dans l'industrie de l'habillement et du textile. Les entreprises cherchent à prolonger la durée de vie de leurs produits grâce au recyclage, à la réutilisation et à la réparation. Des technologies

facilitant le recyclage des textiles sont en développement, et les initiatives de collecte et de réutilisation des vêtements usagés se multiplient.

La popularité des vêtements de seconde main et des services de location est également en hausse, reflétant un changement d'attitude des consommateurs vers une consommation plus durable. En adoptant des pratiques d'économie circulaire, les entreprises peuvent réduire leur empreinte environnementale et répondre aux attentes des consommateurs de plus en plus conscients.

Paysage réglementaire

Le paysage réglementaire de l'industrie de l'habillement et du textile évolue pour répondre aux préoccupations environnementales et sociales. Bien que le Canada ne dispose actuellement pas de programmes nationaux ou provinciaux de responsabilité élargie des producteurs (REP) pour les textiles, la mise en œuvre de tels règlements progresse. Des pays européens comme les Pays-Bas ont déjà instauré des systèmes de REP, obligeant les fabricants à assumer la responsabilité du recyclage et de la réutilisation de leurs produits.

Alors que le Canada se dirige vers un avenir plus durable, il est crucial que des règlements similaires soient adoptés rapidement. Les producteurs et détaillants de vêtements doivent se préparer de manière proactive à cette nouvelle réalité en mettant en place des programmes de reprise, en concevant des produits facilitant le recyclage, en offrant des services de réparation et de retouche, et en s'approvisionnant en matériaux recyclés. Cela leur permettra de s'aligner avec les tendances des consommateurs.



Il est temps d'agir. L'avenir de l'industrie canadienne de l'habillement et du textile repose sur un engagement collectif envers la durabilité. En adoptant des pratiques éthiques, en promouvant les principes de l'économie circulaire et en soutenant les initiatives réglementaires, nous pouvons créer un milieu de la mode plus responsable et durable pour les générations futures.

Document d'information sur le marché de l'habillement et des textiles

Par Myriam Laroche, associé chez TFO Canada

L'industrie canadienne de l'habillement a connu des fluctuations importantes ces dernières années, principalement en raison de la pandémie de COVID-19. En 2019, les ventes au détail ont atteint un sommet de 37,2 milliards de dollars, mais l'impact de la pandémie en 2020 a provoqué une chute brutale à 28,0 milliards de dollars en raison du confinement et du changement de comportement des consommateurs. Toutefois, le secteur a commencé à se redresser en 2021, avec des ventes atteignant 33,5 milliards de dollars, suivies d'une forte remontée en 2022 à 40,4 milliards de dollars. En 2023, le marché a atteint un niveau record de 42,1 milliards de dollars, démontrant une croissance robuste et une résilience.

Le commerce électronique reste un canal crucial pour la vente de vêtements, représentant 19,4 % des ventes en 2023. Cependant, ce marché a diminué de 2,2 % pour s'établir à 6,9 milliards de dollars canadiens la même année, marquant ainsi la deuxième année consécutive de baisse. Selon un rapport de [Trendex North America](#), les ventes de vêtements en ligne devraient augmenter de 0,9 % en 2024 et de 6,1 % de 2023 à 2027, tandis que les ventes totales de vêtements devraient croître de 2,5 % et 13,0 % respectivement au cours ces périodes.

Les grands détaillants dominant

Les grands détaillants, comme Winners, demeurent des acteurs dominants sur le marché, les 10 plus grands détaillants de vêtements représentant près de 35% des ventes totales. H&M et Lululemon Canada ont enregistré les plus fortes hausses de ventes en 2023,

contre neuf en 2022. Les détaillants ont vu leurs marges brutes passer de 48,3 % en 2020 à 49,5 % en 2021, tandis que leurs marges bénéficiaires d'exploitation ont augmenté de 4 % à 7,1 % sur la même période. Les grossistes ont également connu une croissance, avec des marges brutes passant de 33,9 % en 2020 à 35,4 % en 2021, et des marges bénéficiaires d'exploitation augmentant de 4,9 % à 6,7 %. ([Retail Insider](#))

Les trois principaux exportateurs de vêtements vers le Canada restent la Chine, le Bangladesh et le Vietnam. Ces pays ont stratégiquement maintenu leur part de marché en offrant des prix compétitifs et une qualité avec un minimum de perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

Tendances émergentes dans le secteur de l'habillement

Les tendances émergentes dans le secteur canadien de l'habillement sont les suivantes :

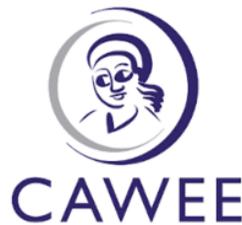
- L'essor des vêtements moulants : les vêtements de forme gagnent en popularité, portés par des marques comme Knix, Spanx et Skims. Cette tendance s'aligne avec le mouvement de positivité corporelle, qui embrasse les courbes naturelles et qui est soutenu par des célébrités influentes.
- Confort neutre en termes de genre : L'essor des vêtements sans distinction de sexe transforme l'industrie de la mode en offrant des options inclusives pour tous, hommes, femmes et personnes non binaires. Cette tendance, due à la pandémie et à l'importance accordée au travail à distance, met l'accent sur le confort et l'aspect pratique.
- Denim : le denim reste un incontournable sur le marché canadien grâce à sa durabilité et à sa viabilité. La demande croissante pour des articles écologiques pousse les fabricants à investir dans le denim recyclé et le coton biologique. Alors que les consommateurs accordent de plus en plus d'importance à la durabilité, le statut emblématique du denim, y compris le « [Canadian Tux](#) », continue d'être un choix polyvalent et intemporel.

- Innovation - Vêtements virtuels : les logiciels comme CLO 3D et Myr révolutionnent l'industrie de l'habillement en permettant la conception, le prototypage et la production numériques. Ces outils réduisent considérablement le besoin d'échantillons physiques, diminuant ainsi les émissions de carbone et les déchets.

L'industrie canadienne de l'habillement navigue dans un environnement complexe marqué par la fluctuation des ventes, l'évolution des préférences des consommateurs et l'émergence de nouvelles tendances. Malgré les défis, le secteur est prêt à croître grâce à l'innovation, la durabilité et un positionnement stratégique.

Le document d'information sur le marché sera disponible le 7 octobre sur le site Web de TFO Canada. Accédez au document complet via votre compte.

Institutions d'appui au commerce partenaires en vedette



Mises à jour du programme

TFO Canada, en collaboration avec nos institutions d'appui au commerce (IAC) et nos partenaires, a travaillé d'arrache-pied au troisième trimestre de 2024 pour aider les petites et moyennes entreprises d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine à atteindre leurs objectifs d'exportation. Préparez-vous à vous immerger dans des événements passionnants et à découvrir ce que l'avenir vous réserve !

Bonne lecture !

Renforcement des capacités et développement des compétences

La mission de TFO Canada est d'habiliter les PME et les IAC des pays en développement, en les dotant des connaissances et des compétences dont elles ont besoin pour réussir dans le commerce international. En mettant l'accent sur la promotion de l'égalité des sexes et de l'inclusion sociale, ainsi que sur la lutte contre les défis posés par les changements climatiques et les considérations environnementales, TFO Canada œuvre dans les pays d'Amérique latine, des Caraïbes, du Moyen-Orient, d'Afrique et d'Asie pour améliorer les conditions de vie des communautés.

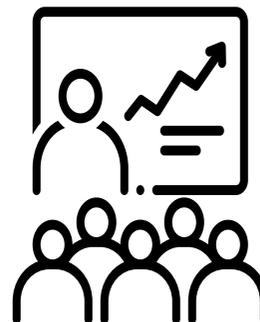
Notre équipe en action:

Création d'un nouveau bassin de formateurs en Jordanie - Juillet 2024

Le 7 mai 2024, le programme Export Launchpad Jordan (ELJ) a été lancé pour permettre aux PME jordaniennes de saisir les opportunités commerciales internationales et de contribuer au développement économique durable ainsi qu'à la création d'emplois. Financé par la Société internationale de financement du commerce islamique (ITFC) du groupe de la Banque islamique de développement (BID) dans le cadre de l'initiative d'aide au commerce des États pays arabes (AfTIAS 2.0) et Affaires mondiales Canada

dans le cadre de son projet *Femmes dans le commerce pour une croissance inclusive et durable* (Women in trade; WIT), le programme est mené en partenariat avec la Corporation jordanienne de développement des entreprises (JEDCO). Ce projet vise à assurer une formation commerciale et des services de soutien à l'exportation aux PME et aux exportateurs potentiels en Jordanie. Cette initiative est particulièrement axée sur les secteurs des cosmétiques de la mer Morte et des aliments transformés, visant à aider les PME dirigées par des femmes à profiter des opportunités commerciales offertes par l'Accord de libre-échange entre le Canada et la Jordanie ainsi que d'autres débouchés commerciaux au Canada et à l'international.

Le premier volet de ce projet, achevé en juillet 2024, comprenait l'élaboration et la mise en œuvre d'un programme de formation à l'exportation par le biais d'une approche de « formation de formateurs ». Ce programme a formé 27 nouveaux formateurs (11 hommes et 16 femmes) de 11 institutions jordaniennes d'appui au commerce (IAC), d'organisations de promotion du commerce (OPC) et organisations de soutien aux entreprises (OSE), ainsi que 39 nouvelles PME (dont 18 dirigées par des femmes). En participant au programme ELJ, les PME acquièrent les outils et les compétences nécessaires pour prospérer sur le marché mondial et assurer un avenir meilleur pour elles-mêmes et leurs communautés.



27
Représentants
16 Femmes

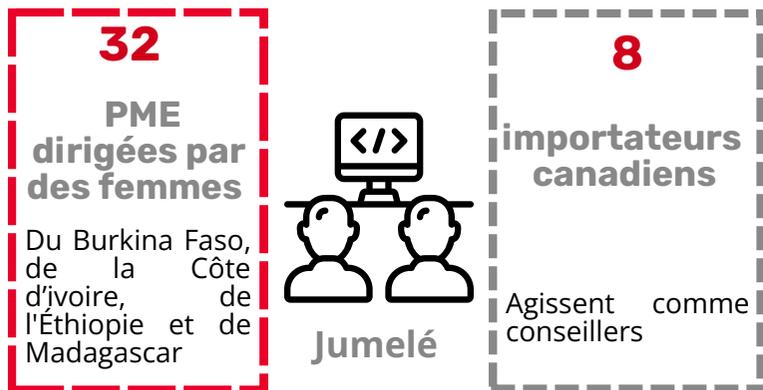
Des institutions d'appui au commerce ont suivi la formation

39 Jordanien
PME
18 dirigées par des femmes

Acquièrent les outils et les compétences nécessaires pour prospérer sur le marché mondial

Programme « Acheteur Leader » au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, en Éthiopie et à Madagascar

TFO Canada met en œuvre un programme « Acheteur Leader », une initiative du projet WIT, au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, en Éthiopie et à Madagascar, en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie du Burkina Faso (CCI-BF), Côte d'Ivoire PME (CI-PME), la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Antananarivo (CCIA) et le Center for Accelerated Women's Economic Empowerment (CAWEE). Le programme a jumelé 8 PME dirigées par des femmes de chaque pays avec 2 importateurs canadiens, qui agissent comme conseillers pour les PME pendant 3 mois, afin d'adapter et d'améliorer leurs produits pour le marché canadien.



Webinaire : Plan de contrôle préventif : Se conformer aux exigences canadiennes

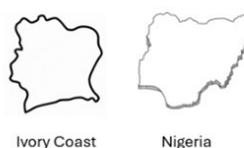
TFO Canada a organisé un webinaire en le 11 septembre 2024 intitulé « Plan de contrôle préventif » : Se conformer aux exigences canadiennes. Ce webinaire a fourni des lignes directrices aux exportateurs sur l'importance d'un plan de contrôle préventif, la manière de mener des audits internes des programmes de salubrité des aliments, et la compréhension des politiques, procédures et registres pour assurer l'équivalence avec la réglementation canadienne. 27 femmes et 24 hommes représentant 51 PME du secteur agroalimentaire d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine y ont participé. En outre, 2 représentants des IAC et 4 représentants des ambassades d'Amérique latine, d'Asie et d'Afrique étaient présents.

Améliorer la préparation à l'exportation des PME exportatrices en Haïti, au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire et au Nigéria

En juillet 2024, TFO Canada, en partenariat avec la Chambre de Commerce des Femmes Entrepreneurs d'Haïti (CCFEH), a délivré une formation technique sur la préparation à l'exportation à 33 petites et moyennes entreprises (PME) dirigées par des femmes du secteur agroalimentaire. Cette formation a permis au personnel de la CCFEH de mettre en pratique les connaissances acquises lors du programme de formation des formateurs dans le cadre du projet « Femmes dans le Commerce pour une Croissance Inclusive et Durable ».

Des formations complémentaires sur l'environnement et le changement climatique, les pratiques commerciales responsables, l'emballage et la logistique (notamment le rôle des transitaires et des courtiers en douane) ont été dispensées à 32 PME (dont 22 dirigées par des femmes) au Burkina Faso, 35 PME (dont 20 dirigées par des femmes) en Côte d'Ivoire et 40 PME (dont 38 dirigées par des femmes) du secteur agroalimentaire au Nigeria, avec le soutien de la Chambre de commerce et d'industrie du Burkina Faso (CCI-FB), de l'Agence Côte d'Ivoire PME et de la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Abuja respectivement.

Les connaissances acquises permettront aux PME d'être mieux se préparer à accéder aux marchés internationaux et de développer leurs activités d'exportation de manière structurée et efficace. En particulier, elles peuvent maintenant évaluer leur situation actuelle et mettre en œuvre des mesures appropriées pour tirer parti du potentiel du marché international.



Activités relatives à l'accès aux marchés

TFO Canada offre un soutien complet aux PME des pays en développement qui cherchent à accéder à de nouveaux marchés. En tirant parti de notre expertise en matière de recherche sectorielle, de stratégies d'entrée, d'événements de promotion commerciale et d'opportunités de réseautage, nous aidons les PME à naviguer dans les complexités du commerce international et à maximiser leur potentiel de croissance.

Mission d'acheteurs canadiens au Pérou dans le secteur agroalimentaire, septembre 2024

Du 23 au 25 septembre, TFO Canada a dirigé une mission d'acheteurs canadiens à Lima, au Pérou, en collaboration avec PromPeru. La délégation a participé à un atelier sur l'alimentation, où elle a pu découvrir l'offre péruvienne (ingrédients et produits). Plus de 68 rencontres B2B ont été organisées entre huit importateurs canadiens et 19 PME péruviennes, ouvrant ainsi de nouvelles perspectives et opportunités de produits !

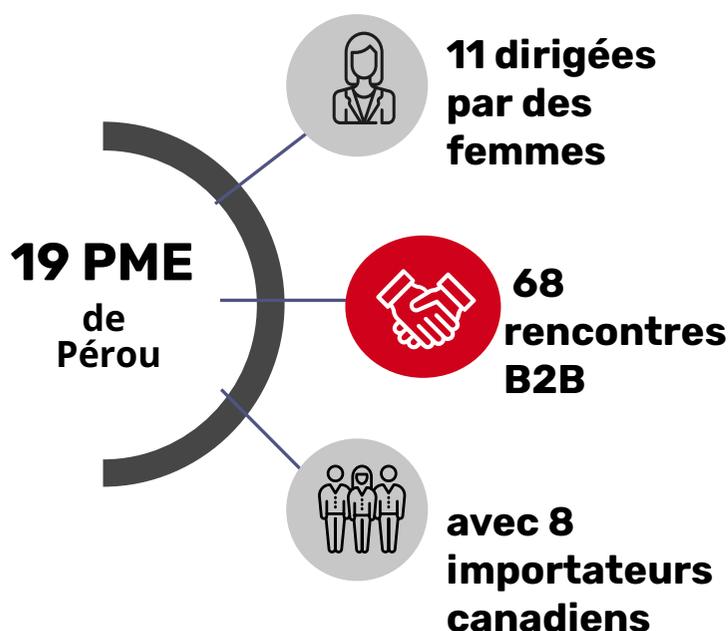
La délégation a également pris part à l'Expoalimentaria, l'un des plus importants salons de l'alimentation et des boissons d'Amérique latine. Il s'agit de la principale plateforme de rencontres d'affaires. Les ventes à l'exportation au cours des 12 prochains mois devraient s'élever à plus de 1.63 millions de dollars canadiens.



Recontre B2B entre l'exportateur péruvien Quillacao et l'importateur canadien Zazubean Organic à la Retail Week, Lima, Pérou, septembre 2024.

Préparation en cours pour les missions commerciales

Avec le soutien des IAC, TFO Canada a soigneusement évalué, encadré et sélectionné un groupe de PME de divers secteurs qui participeront à des activités d'accès aux marchés dans les prochains mois. Au total, **61 PME** provenant du Vietnam, de la Jordanie et de la Zambie, et opérant dans les secteurs de l'agroalimentaire, de l'habillement et des cosmétiques, ont été formées dans des domaines clés tels que la conformité réglementaire, l'amélioration des capacités de production et l'élaboration de stratégies d'entrée sur les marchés internationaux afin de participer à des missions commerciales ciblant les marchés canadien et sud-africain.



61 PME

40 PME du secteur agroalimentaire

6 PME du secteur de l'habillement

15 PME du secteur des cosmétiques

Préparé dans les domaines clés

Promotion des échanges commerciaux

Amélioration de la gestion des risques du système de contrôle et d'inspection des importations de la Fish Quarantine and Inspection Agency en Indonésie

En tant que partenaire de mise en œuvre de l'Alliance mondiale pour la facilitation des échanges (l'Alliance), TFO Canada a achevé avec succès, en août 2024, un projet de facilitation des échanges en Indonésie ([Amélioration de la gestion des risques | Alliance mondiale pour la facilitation des échanges](#)). L'objectif du projet était d'améliorer la gestion des risques dans le système de contrôle et d'inspection des importations de poissons et de produits de la pêche par les autorités compétentes actuelles en Indonésie : *Marine and Fisheries Quality Assurance Agency* (MFQAA) du ministère des Affaires Maritimes et de la Pêche (MMAF) en Indonésie et la *Indonesian Quarantine Agency* (IQA). Le projet a introduit la validation avant la frontière, amélioré l'inspection à la frontière et mis en place un système de surveillance après la frontière et sur le marché, basé sur la qualité et la salubrité des aliments, la biosécurité et les maladies des poissons, ainsi que l'analyse des risques et la maîtrise des points critiques (HACCP). La dernière composante de ce projet était un atelier stratégique, tenu du 5 au 7 août 2024, visant à évaluer le progrès de la mise en œuvre du système révisé de gestion des risques et à formuler des recommandations pour une mise en œuvre plus efficace et durable.



Café Utake : Brasser le succès sur le marché mondial

Avec le soutien de TFO Canada, des entreprises comme Utake Coffee Limited acquièrent les outils et la visibilité internationale nécessaires pour surmonter les défis et réussir sur les marchés mondiaux. Dans le cadre du projet WIT, TFO Canada a aidé des PME dirigées par des femmes, comme Utake Coffee, à surmonter les défis de leur développement à l'international.

Fondée en 2018 dans la région de Nairobi au Kenya, Utake Coffee Limited est une entreprise appartenant à des femmes, reconnue pour son café kenyan de haute qualité et son engagement en faveur de la durabilité. Sous la direction de Mbula Musau, l'entreprise est rapidement passée du statut de fournisseur local à celui d'exportateur international. Le succès d'Utake Coffee repose sur l'adoption de pratiques durables, sociales et de gouvernance. L'entreprise a investi des ressources importantes dans la recherche et le développement.

En 2022, l'entreprise a lancé son Specialty Kenyan Coffee Drip Bag, un produit écologique et biodégradable qui a été salué pour sa commodité et sa durabilité. Cette innovation a valu à Utake Coffee le prix de la durabilité lors des Kenya Beverage Awards 2023. « Cela signifie que nous ne nous contentons pas d'exporter du café ; nous voulons aider les agriculteurs en les payant mieux que le prix moyen et en leur permettant d'atteindre leurs objectifs professionnels et familiaux », a déclaré Mbula Musau, PDG d'Utake Coffee. Pour résumer : Utake assure une rémunération équitable aux agriculteurs tout en promouvant des produits qui respectent l'environnement.

Bien que l'accent mis par Utake Coffee sur la durabilité et l'innovation soit au cœur de sa mission, le développement international de l'entreprise n'aurait pas été possible sans le soutien de TFO Canada. Dans le cadre de son programme WIT, TFO Canada a fourni à Utake Coffee des conseils et des ressources pour se familiariser avec les complexités du commerce international. Depuis 2018, l'entreprise exporte vers les États-Unis, l'Allemagne et la Chine. En mai 2024, un événement marquant s'est produit lorsque Utake a participé au salon SIAL 2024 à Montréal, une plateforme cruciale pour se développer sur le marché canadien.

À la lumière de cette expérience, Mbula explique : « Nous remercions TFO Canada pour nous avoir permis de participer au SIAL 2024 et mettre en valeur le café de spécialité kenyan. Ce salon va nous permettre de nous lancer sur le marché canadien et de faire en sorte que notre produit soit disponible à plus grande échelle. Nous sommes reconnaissants pour l'accompagnement et les partenariats qui se révèlent vraiment importants pour assurer le succès de ce type de mission.». En moins de trois mois, Utake a réussi à vendre 17.000 USD sur le marché canadien.

Cependant, l'entrée sur le marché canadien n'a pas été sans défis. La diversité des préférences des consommateurs au Canada a obligé Utake à adapter soigneusement ses stratégies de marketing et ses offres de produits pour répondre aux différentes demandes. Pour comprendre les différences culturelles et les comportements d'achat, Utake a dû surmonter une courbe d'apprentissage abrupte, impliquant des essais et des erreurs pour affiner ses produits et ajuster son approche du marché. Afin d'aider Utake à mieux comprendre le marché canadien et à adapter ses produits aux demandes et aux tendances du

marché, l'entreprise a été sélectionnée pour bénéficier d'une étude d'entrée sur le marché (MBA), élaborée avec le soutien de TFO Canada et de l'Université Concordia.

Grâce à la visibilité et aux relations établis grâce au soutien de TFO Canada, Utake Coffee a établi des bases solides pour une croissance durable sur le marché canadien. Le dévouement de l'entreprise à l'excellence, tant en termes de qualité des produits que de gestion environnementale, est au cœur de son succès. À l'avenir, Utake Coffee prévoit d'augmenter la production de ses sachets de café goutte à goutte innovants, de réduire davantage son empreinte carbone et de consolider ses opérations pour améliorer son efficacité.

En restant fidèle à ses valeurs fondamentales de qualité, de durabilité et d'autonomisation, Utake Coffee est sur la bonne voie pour devenir un leader de l'industrie mondiale du café de spécialité avec la proposition de valeur suivante : « Un café qui donne du pouvoir ! »



Mbula Musau, CEO and owner of Utake Coffee, at SIAL Canada, May 2024



www.tfocanada.ca
info@tfocanada.ca

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.