

# EXPORTER AU CANADA NOUVELLES

**Comblent les lacunes, briser les barrières:** Résultats du projet Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive.

## Contenu

Message du directeur général

L'importance de la participation des femmes au commerce : surmonter les défis de l'autonomisation économique

Accès Canada : Un guide sur l'exportation au Canada

Mises à jour des programmes: Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive

EtouNature: une entreprise de produits naturels qui conquiert les marchés internationaux

Shanantina: une entreprise péruvienne bâtie sur des valeurs solides et la durabilité



# Message du directeur général

## Cinq ans du projet «Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive» (FCCDI)

Cette édition du bulletin « *Exporter au Canada* » met en lumière l'initiative phare de TFO Canada au cours des cinq dernières années. Grâce à un financement substantiel d'Affaires mondiales Canada, le projet « *Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive* » a été une collaboration fructueuse, impliquant des parties prenantes de 23 pays en développement en Amérique latine, dans les Caraïbes, en Afrique, en Asie et au Moyen-Orient.

Dans les pays en développement, les entrepreneuses font face à de nombreux défis lorsqu'elles cherchent à étendre leurs activités sur les marchés internationaux. Parmi les principaux obstacles: l'accès limité au financement, des politiques commerciales restrictives, des barrières culturelles et un manque de connaissance des marchés. Cependant, leur inclusion dans le commerce international représente bien plus qu'un impératif économique: c'est un levier crucial pour un développement durable et une croissance économique mondiale. C'est cette vision qui a animé TFO Canada au cours des dernières années.

Les petites et moyennes entreprises (PME) sont reconnues comme des moteurs essentiels de la croissance économique, notamment grâce à leur impact significatif sur la création d'emplois. De plus, les entreprises appartenant à des femmes apportent une contribution notable aux économies locales. Lorsqu'elles accèdent aux marchés internationaux, ces entreprises stimulent la création d'emplois, améliorent les revenus et renforcent la stabilité économique au sein de leurs communautés. En effet, des études montrent que les femmes réinvestissent jusqu'à 90 % de leurs revenus dans leurs familles et leurs collectivités, générant ainsi des bénéfices socio-économiques durables et inclusifs.

Les plateformes de commerce numérique, comme le commerce électronique, les réseaux sociaux et les systèmes de paiement numériques ouvrent de

nouvelles opportunités pour les entrepreneuses. En exploitant ces technologies, elles peuvent surmonter des barrières géographiques et logistiques. La formation aux compétences numériques et l'accès à une infrastructure Internet fiable peuvent les aider à élargir leur portée au-delà des marchés locaux.

Il est impératif, pour l'économie mondiale, de soutenir les entrepreneuses des pays en développement dans leurs efforts d'exportation. En éliminant les obstacles financiers, réglementaires et numériques, nous pouvons libérer leur plein potentiel et promouvoir une croissance économique à la fois inclusive et durable.

Ces cinq dernières années, TFO Canada s'est attaqué aux nombreux défis évoqués dans cet article. Ce projet a été marqué par une collaboration étroite avec des partenaires et des parties prenantes engagées, œuvrant ensemble à une croissance inclusive et durable pour un grand nombre d'entreprises dirigées par des femmes à travers le monde.



Steve Tipman  
Directeur général  
TFO Canada



Les entreprises dirigées par des femmes peuvent maximiser leur potentiel en tirant parti des programmes et des associations commerciales spécifiquement conçus pour les soutenir. L'adoption d'outils de marketing numérique permet d'accéder à des marchés internationaux, tandis que la collaboration avec des distributeurs locaux peut faciliter l'établissement d'un réseau solide. En outre, rester informé des réglementations commerciales et des particularités culturelles contribue à assurer des transactions harmonieuses et à construire des relations commerciales pérennes."

# L'importance de la participation des femmes au commerce : surmonter les défis de l'autonomisation économique.

Par Janin Mendoza, chargée de projet chez TFO Canada et Haydee Martinez de Osorio, associé chez TFO Canada

L'autonomisation économique des femmes ne se limite pas à la promotion de leurs droits et à l'égalité des sexes; elle constitue également un vecteur essentiel de diversification économique, d'augmentation des revenus et de promotion d'une croissance économique durable et d'une prospérité partagée.

Selon la [Banque mondiale](#), réduire les disparités entre les sexes dans des domaines tels que l'emploi et l'entrepreneuriat pourrait générer une augmentation de 20% du produit intérieur brut mondial. Cette statistique illustre l'importance pour les gouvernements, les entreprises et les citoyens d'agir pour multiplier les opportunités économiques offertes aux femmes. De plus, le [Forum économique mondial](#) met en lumière le rôle crucial des entreprises dirigées par des femmes dans la réduction de la pauvreté, la création d'emplois, la stimulation de l'innovation et le renforcement de communautés plus sûres, écologiques et dynamiques. Ces entreprises transformatrices agissent comme des moteurs de stabilité et de croissance économique locale. Les [recherches](#) montrent également que les femmes réinvestissent une proportion significative de leurs revenus dans l'éducation de leurs enfants. Ce réinvestissement contribue à rompre le cycle de la pauvreté tout en apportant des bénéfices socio-économiques à long terme pour l'ensemble de la communauté.

## Pourquoi la participation des femmes aux affaires et au commerce est-elle essentielle ?

L'accroissement de la participation des femmes dans les affaires, et plus particulièrement dans le commerce, dépasse les considérations éthiques ou sociales; il s'agit d'un impératif économique majeur. En intégrant leurs perspectives uniques, leurs compétences et leurs solutions novatrices, les femmes jouent un rôle déterminant dans l'élargissement des marchés et l'adoption de pratiques commerciales durables. Les données sont parlantes: selon des recherches, si les femmes participaient à l'entrepreneuriat et au commerce avec « [la même intensité que les hommes](#) » l'économie mondiale pourrait bénéficier d'une augmentation spectaculaire de 28 000 milliards de dollars d'ici 2025. Les retombées d'une telle croissance seraient universelles. En effet, la participation accrue des femmes contribue à réduire les inégalités de revenus, à diversifier les secteurs industriels et à mettre en place des modèles de croissance inclusifs et durables.

Les entreprises bénéficiant d'une plus grande diversité des sexes réalisent généralement de [meilleures performances](#). Leur capacité à innover et à s'adapter aux changements constants du marché est accrue, leur permettant de rester compétitives. La participation des femmes favorise une prise de décision plus équilibrée, une collaboration renforcée et l'identification de nouvelles opportunités. Ces avantages se traduisent par un développement économique global et une prospérité durable pour les communautés qu'elles touchent.

## Les défis pour surmonter les obstacles à la participation économique des femmes

01

L'accès au financement

Malgré les nombreux avantages évidents, les femmes continuent de faire face à des obstacles considérables en matière d'autonomisation économique. Ces défis limitent leur capacité à s'engager pleinement dans le commerce mondial et à en tirer parti, freinant ainsi leur potentiel et la croissance économique de leurs régions et pays.

02

Normes culturelles et sociétales

Parmi les principaux défis figurent : i) l'accès au financement, ii) les normes culturelles et sociétales, iii) les obstacles juridiques, iv) le manque de mentorat et de réseaux et v) le manque de compétences numériques pour utiliser efficacement les plateformes et les services en ligne, et le coût de l'utilisation des technologies numériques.

03

Obstacles juridiques

Bien que les défis soient importants, il existe de nombreuses solutions pour lever les obstacles et encourager la participation des femmes. Notamment en se conformant aux étapes clés suivantes:

04

Le manque de mentorat et de réseaux

1. **Élargir l'accès au financement:** les femmes rencontrent fréquemment des difficultés pour accéder au crédit, aux prêts et aux opportunités d'investissement. Les institutions financières doivent adapter leurs services aux besoins spécifiques des entrepreneuses et des exportatrices pour encourager leur croissance et leur intégration au commerce mondial.

05

Technologie numérique

2. **Promouvoir des politiques sensibles au genre:** les barrières culturelles et les rôles traditionnels limitent souvent la capacité des femmes à participer aux activités économiques, en particulier celles impliquant un commerce transfrontalier. Ces barrières

culturelles continuent de représenter un frein significatif à l'intégration complète des femmes dans les activités commerciales et à la jouissance de leurs droits fondamentaux. Les gouvernements et les organisations internationales doivent supprimer ces obstacles juridiques et culturels. L'égalité des sexes devrait être intégrée dans les stratégies

économiques, les accords commerciaux et les politiques sur le lieu de travail. Les organismes d'appui au commerce doivent également adopter des politiques et proposer des services tenant compte des spécificités liées au genre, spécialement conçus pour répondre aux besoins des PME.

**3. Construire et renforcer les capacités:** de nombreuses femmes entrepreneuses se heurtent à des obstacles significatifs en raison d'un manque d'accès à des connaissances fondamentales, au mentorat, à des réseaux professionnels, ou encore à des opportunités vitales pour leur succès. Sans accompagnement approprié, ressources adaptées ou connexions stratégiques, elles éprouvent des difficultés à faire évoluer leurs entreprises et à explorer de nouvelles perspectives commerciales. Pour les autonomiser et favoriser leur réussite, il est indispensable de leur offrir des programmes de formation ciblés. Ces initiatives devraient porter sur des domaines clés tels que le développement des compétences commerciales et du leadership, la gestion d'entreprise et l'utilisation des technologies numériques. Les formations axées sur ces compétences, ainsi que sur la création de réseaux de mentorat solides et de soutien, constituent des leviers essentiels pour permettre aux femmes de prospérer dans le commerce mondial.

**4. Favoriser des réglementations et des accords commerciaux inclusifs:** dans de nombreuses régions, les lois et règlements imposent des restrictions disproportionnées aux femmes, créant ainsi des obstacles juridiques qui entravent leur liberté d'entreprendre et leur accès au commerce mondial. Ces entraves doivent impérativement être éliminées pour que les femmes puissent rivaliser sur un pied d'égalité avec leurs homologues masculins. Les accords commerciaux et les politiques internationales devraient intégrer la dimension de l'égalité des sexes et soutenir activement des initiatives qui renforcent la participation économique des femmes. En valorisant l'inclusion, ces accords peuvent établir des environnements propices à l'entrepreneuriat et au leadership féminin.

#### Le rôle de TFO Canada dans l'autonomisation économique des femmes

TFO Canada s'est distinguée par son engagement à lever les obstacles qui freinent les femmes dans le commerce. En soutenant plus de 3300 entreprises dirigées par des femmes, l'organisation a ouvert des portes leur permettant d'accéder au marché mondial. Cependant, TFO Canada reconnaît que des efforts supplémentaires sont nécessaires pour consolider ces avancées. Il est essentiel que les femmes bénéficient d'un accès à des services clés tels que des garderies abordables, des formations sectorielles, l'inclusion financière et des emplois stables. Ces ressources sont fondamentales pour leur participation pleine et entière dans les affaires et le commerce. Déterminée à faire progresser ces causes, TFO Canada aspire à construire une économie mondiale inclusive où chaque individu, quelle que soit son identité de genre, peut prospérer. Cette démarche contribue à garantir un avenir plus équitable pour tous.



## Accès Canada : Un guide sur l'exportation au Canada

Par Beverley Rodrigues, associé chez TFO Canada.



TFO Canada est ravie d'annoncer la publication d'Accès Canada : Guide pour exporter au Canada, une ressource complète conçue pour accompagner les PME dans leur exploration du marché canadien. Cette nouvelle édition propose des données actualisées et des informations supplémentaires sur la population et l'économie du Canada, basées sur les statistiques les plus récentes.

Le guide comprend 15 chapitres entièrement révisés pour refléter les évolutions majeures, notamment les tendances économiques, les changements dans les comportements des consommateurs, les réglementations douanières, les normes alimentaires et les opportunités croissantes offertes par les marchés ethniques en plein essor au Canada. Parmi les nouveautés, cette édition introduit trois chapitres inédits :

- Responsabilité sociale des entreprises et ESG (Environnement, Social, Gouvernance) : présentation des attentes des acheteurs et des mesures essentielles que les PME doivent adopter pour rester compétitives.
- Technologie numérique : analyse de la digitalisation croissante du marché canadien et de l'évolution des comportements des consommateurs concernant les achats en ligne.
- Changement climatique : discussion sur les enjeux de sécurité alimentaire, les perturbations dans les chaînes d'approvisionnement, ainsi que des stratégies pratiques pour atténuer les risques.

Ce manuel regorge de références utiles, de liens et de ressources approfondies pour faciliter votre compréhension de l'accès au marché canadien. Il peut être utilisé de manière autonome ou en complément [étude de marchés](#), des [webinaires](#) et d'autres supports éducatifs fournis par TFO Canada disponibles sur notre [plateforme d'apprentissage](#). Nous vous encourageons à tirer parti de cette ressource précieuse afin de maximiser vos chances de succès dans vos démarches d'exportation vers le Canada.

[Inscrivez-vous](#) dès maintenant auprès de TFO Canada pour profiter pleinement de nos services dédiés aux fournisseurs, acheteurs, exportateurs et agences de soutien actifs sur le marché canadien.

Ce guide sera disponible en ligne en anglais, français et espagnol sur le site internet de TFO Canada à compter du 1er avril. [Accédez au document complet](#) via votre compte.

# Merci à tous nos Institutions d'appui au commerce partenaires dans la mise en œuvre du projet FCCDI



# Mises à jour du programme

Bienvenue dans cette édition spéciale de notre bulletin, consacrée au projet *Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive* (FCCDI). Dans ce numéro, nous examinons l'impact significatif du projet sur les institutions d'appui au commerce (IAC) et les petites et moyennes entreprises (PME), particulièrement celles dirigées par des femmes dans les pays en développement. Ces initiatives ont contribué à la réalisation de leurs ambitions en matière d'exportation. En combinant efforts et partenariats, nous mettons en lumière le rôle du projet dans la réduction des écarts entre les sexes dans le commerce, l'autonomisation des entrepreneuses et la promotion d'une croissance économique inclusive à l'échelle internationale. Découvrez des récits inspirants et des idées novatrices qui témoignent des transformations positives engendrées.

Bonne lecture !

## Projet Femmes dans le commerce pour une croissance durable et inclusive (FCCDI)

Le projet FCCDI a pour objectif principal de donner aux femmes des pays en développement les moyens de s'engager activement dans le commerce international. En mettant l'accent sur l'augmentation de la participation des femmes exportatrices et sur la croissance des PME dirigées par des femmes, le projet a renforcé leurs capacités et offert des opportunités clés pour accéder aux marchés mondiaux. Cette initiative a également permis de stimuler les exportations de ces entreprises, contribuant ainsi au développement économique et à la réduction de la pauvreté. Elle a généré des emplois et des effets positifs tout au long des chaînes de valeur.

Grâce à son partenariat avec les IAC de 23 pays en développement et pays les moins avancés, répartis en Afrique, en Asie, au Moyen-Orient, en Amérique latine et dans les Caraïbes, le projet **a permis de surmonter les principaux défis auxquels les femmes exportatrices sont confrontées. Ces obstacles incluent le manque de connaissances des marchés, l'insuffisance de compétences, de ressources et de réseaux nécessaires pour s'intégrer au commerce mondial, ainsi qu'une représentation limitée en tant que membres ou dirigeantes des IAC.**

Trois initiatives innovantes ont été développées spécifiquement pour les femmes exportatrices en Afrique subsaharienne, facilitant leurs connexions avec les acheteurs et l'expansion de leurs réseaux :



## Projet FCCDI en chiffres



Projet de \$14.6 MM.

Affaires mondiales Canada: \$11.7 MM - 50% alloués à l'Afrique subsaharienne. TFO Canada et partenaires: \$2.9 MM



23 pays



Agroalimentaire (produits frais et transformés), décoration intérieure et artisanat, habillement et textile, et technologies de l'information et de la communication (TIC)



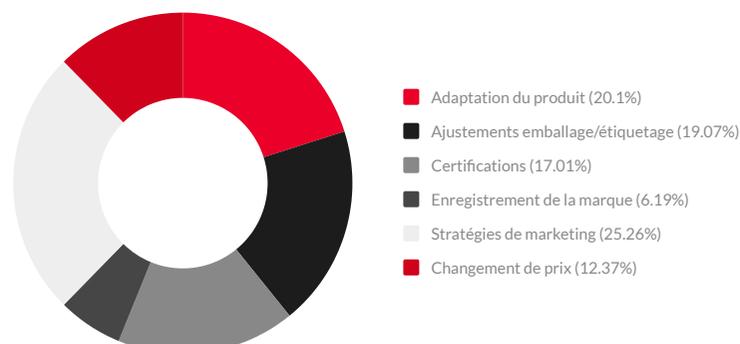
**553** PME (dont **364** dirigées par des femmes) ont réussi à générer CAD **\$19.94 MM (\$5.5 MM** par des femmes) - **78** d'entre elles (**49** dirigées par des femmes) étaient des **exportateurs débutants**.



**2689** emplois créés - **1989** occupés par des femmes

Ces PME ont investi dans leur croissance et leur durabilité en adoptant de nouvelles technologies et en augmentant leur productivité, entre autres initiatives.

Mesures prises par les PME pour améliorer leur compétitivité



# Histoire de changement

## Jute Land: Autonomisation des femmes et croissance durable

Jute Land, une PME dirigée par des femmes et basée à Dhaka, est un bel exemple de réussite grâce à sa participation au projet FCCDI. Au fil de 15 ans, cette entreprise active dans le secteur de la décoration intérieure a connu une croissance significative. Grâce à la formation et au soutien reçus dans le cadre du projet, Jute Land a vu ses revenus d'exportation augmenter considérablement. En réinvestissant dans sa main-d'œuvre avec de meilleurs salaires, l'entreprise a créé 300 nouveaux emplois entièrement occupés par des femmes. Engagée dans des pratiques durables, Jute Land a fondé l'alliance Sustainable Bangladesh pour répondre aux exigences des grands acheteurs comme Walmart et Target. L'entreprise a également modernisé ses pratiques de travail en instaurant des salaires équitables et des congés de maternité, tout en repensant son image de marque pour séduire les consommateurs occidentaux. Ces efforts ont permis à Jute Land de renforcer sa position sur le marché mondial, générant 500,000 dollars supplémentaires de revenus d'exportation.

**En savoir plus** sur comment l'entreprise continue de transformer son activité et d'autonomiser les femmes à travers des pratiques durables et une expansion internationale.

## Renforcement des capacités et des compétences

La mission de TFO Canada est d'accompagner les PME et les IAC des pays en développement en leur fournissant les connaissances et les compétences essentielles pour réussir sur la scène internationale. En mettant un point d'honneur sur la promotion de l'égalité des sexes, l'inclusion sociale et la réponse aux défis posés par le changement climatique et les enjeux environnementaux.

**2,645** PME ont été formées à la préparation à l'exportation.

**1,726** étaient des PME dirigées par des femmes.

Parmi elles, **1,092** PME ont été formées dans des domaines techniques (changement climatique, responsabilité sociale des entreprises, commerce électronique et marketing numérique).

**749** étaient dirigées par des femmes

**990** PME ont signalé une meilleure préparation à l'exportation.

**732** d'entre elles ont élaboré de nouveaux plans d'exportation ou modifié des plans existants pour inclure des stratégies axées sur la durabilité environnementale.



**264** représentants des IAC (dont **150** femmes) et **160** représentants commerciaux des ambassades (dont **81** femmes) ont également participé au programme de formation à l'exportation.

**Programme d'acheteur principal** en Afrique subsaharienne:

**16** PME dirigées par des femmes ont établi des partenariats avec **8** acheteurs canadiens jouant le rôle de coachs pour les aider à adapter leurs produits aux exigences du marché canadien.



**Programme des exportateurs principaux** au Nigeria et au Kenya: **40** PME dirigées par des femmes partenariat avec **4** femmes d'affaires mentors pour les accompagner et les guider dans les domaines du commerce et de l'exportation, des opérations commerciales, de la fixation des prix, des études de marché et de la pénétration du marché.

Par l'intermédiaire du **Fonds d'appariement des femmes exportatrices (FEM)** PME en Afrique subsaharien



Acquisition de connaissances et de compétences spécialisées dans le domaine du commerce international.



Offre de nouveaux produits



Ont été mises en relation avec des réseaux, des conférences et des événements de promotion des femmes dans le domaine des affaires et de l'exportation

Les autres services d'appui au commerce comprennent:

**5** séances sur l'accès au marché canadien,  
**2** séances sur la conformité à la réglementation,  
**1** séance « Présentation des services en ligne de TFO Canada et de Connect Americas »,  
**2** séances sur les outils numériques,  
**3** séances sur la chaîne d'approvisionnement et la logistique,  
**4** séances axées sur les questions de genre,  
**1** séance sur la préparation à participer à des foires commerciales et  
**7** séances dédiées aux services d'information en ligne de TFO Canada en anglais, en français et en espagnol



Histoires de réussite qui mettent en évidence les éléments clés du succès des PME sur le marché canadien et sur d'autres marchés internationaux, en tant que mécanisme de transfert de connaissances et de renforcement des capacités.

20 Histoires de réussite

70 Publications

- 46 Bulletins d'information destinés aux importateurs canadiens en anglais et en français
- 20 bulletins sur l'exportation au Canada disponibles en anglais, français et espagnol.
- 4 Rapports d'impact

## Histoire de changement

### Busaino Fruits & Herbs : Autonomiser les femmes et s'étendre aux marchés mondiaux.

Busaino Fruits & Herbs, une entreprise dirigée par des femmes basée à Jinja, en Ouganda, est un excellent exemple de transformation grâce au projet FCCDI. Avant le projet, cette PME, connue pour son approche agroécologique visant à lutter contre la dégradation des terres et à offrir des aliments nutritifs, souhaitait s'étendre à l'international sans expérience dans l'exportation. Grâce à leur participation aux formations proposées dans le cadre du projet, elles ont élaboré une histoire commerciale convaincante, amélioré leur marketing et leur emballage, et perfectionné leurs compétences en affaires, notamment en matière de contrats et de négociations. L'entreprise a également intégré le numérique dans ses stratégies commerciales, ce qui lui a permis d'étendre sa portée. En conséquence, ils ont obtenu un contrat répétitif de 20 000 kg de jacquier exportés mensuellement vers les Pays-Bas, générant ainsi des revenus de 90 000 CAD. Ce succès a permis la création de 45 nouveaux emplois, dont 30 occupés par des femmes.

**En savoir plus** sur la croissance et l'impact de Busaino Fruits & Herbs sur les marchés mondiaux..

## Activités de promotion du commerce et accès aux marchés

TFO Canada a joué un rôle clé en soutenant les PME dans leur parcours pour pénétrer de nouveaux marchés, en s'appuyant sur: son expertise en recherche industrielle et

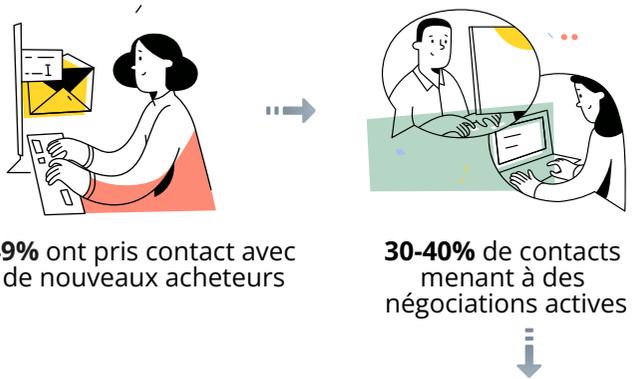
stratégies d'entrée et des événements promotionnels et des opportunités de réseautage.



\*SIAL Paris 2022, Salon International de Maputo (FACIM 2022), NY Now 2022, SIAL Montréal 2022; Africa Big 7 2023, ANUGA 2023, Cosmoprof 2023, Canadian Produce Marketing Association (CPMA) 2023, Ghana Agrofood 2023, Global Produce and Floral Show (GPFS) 2023, Montreal International Game Show (MIGS) 2023, International Exhibition of Agriculture and Animal Resources (SARA) 2023, SIAL Canada Toronto 2023, NY Now 2023 ; International Food and Drinks Event (IFE) 2024, SIAL Montréal 2024, Colombie – Mission commerciale virtuelle du Canada dans le secteur des services de TI 2023, Jordanie – Mission commerciale virtuelle du Canada axée sur les aliments transformés, Jordanie – mission d'exportation au Canada pour les cosmétiques de la mer Morte 2024, Colombie – mission d'exportation au Canada dans le secteur agroalimentaire 2024 et Missions d'achat dans des régions variées: Afrique l'Est, Madagascar, Indonésie, Maroc, Vietnam, Pérou, Honduras et Zambie..

Par le biais du Fonds de contrepartie pour les femmes exportatrices (FEM), 30 PME dirigées par des femmes en Afrique subsaharienne ont également participé à un événement indépendant de promotion des exportations.

Parmi les PME qui ont participé à des activités d'accès au marché





avec eux, **16-20%** ont reçu une première commande



**10%** ont reçu au moins une commande répétée

La visibilité des activités du projet a été amplifiée grâce aux réseaux sociaux, permettant à TFO Canada de renforcer sa présence digitale. Voici les chiffres de la communauté en ligne de TFO Canada :



2690

1420



4283

809



## Histoire de changement

### APASEM Foods : autonomiser les femmes et conquérir les marchés mondiaux.

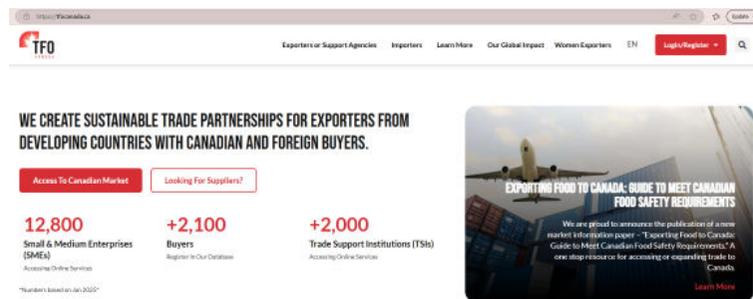
APASEM Foods, une association de producteurs dirigée par des femmes et spécialisée dans le gingembre, le curcuma et les oranges, n'avait jamais exporté avant de rejoindre le projet. Grâce à une formation approfondie sur la préparation à l'exportation, les stratégies de marketing et les techniques de négociation, le groupe, composé de 30 membres (dont 20 femmes), a élaboré un plan d'exportation complet. Cette initiative a permis d'améliorer l'emballage, l'étiquetage et la sélection des acheteurs. Ils ont également lancé un site web professionnel mettant en avant leur engagement en faveur de la durabilité et de la responsabilité sociale, renforçant ainsi leur positionnement sur les marchés internationaux. En conséquence, APASEM Foods a commencé à exporter avec succès vers les Pays-Bas, le Royaume-Uni et les États-Unis, générant un chiffre d'affaires de 200 000 USD à ce jour.

**En savoir plus** sur la façon dont APASEM Foods continue de développer ses activités d'exportation tout en autonomisant les femmes entrepreneures.

## Research and Market Intelligence

TFO Canada offre aux PME une analyse précieuse des tendances du marché, des préférences des consommateurs, de l'innovation en matière de produits et des opportunités émergentes. Cette vision aide les entreprises à prendre des décisions éclairées et à s'adapter à l'évolution du marché.

Un **site internet** a été entièrement refondu, pour devenir plus accessible et convivial. Il centralise des informations pertinentes pour favoriser le renforcement des capacités et la mise en réseau entre acheteurs internationaux et PME des pays en développement.



Au total:



12,815 Exportateurs

3,381 Femmes Exportateurs



3,381 Importateurs

et 2,127 Institutions d'appui au commerce bénéficient des services en ligne de TFO Canada

61% des importateurs canadiens,  
43% des Institutions d'appui au commerce, et  
68% des PME ont perçu l'utilité de ces services.

Entre 2019 et 2024

3,946

Nouvelles PME inscrites sur la plateforme en ligne de TFO Canada



1,260 Dirigées par des femmes



644 Dirigées par des hommes



et 2,042 Appartenant à des propriétaires mixtes

13 Documents d'information sur le marché (PIM): élaborés dans les secteurs identifiés dans le cadre du projet ; et

5 Guides: Gestion de l'environnement pour les exportateurs : Guide de gestion environnementale pour les PME exportant au Canada, Responsabilité sociale des entreprises : les nouvelles normes d'affaires, Guide pour accéder aux marchés canadiens et internationaux à l'intention des femmes exportatrices, Guide sur la salubrité des aliments pour les exportateurs vers le Canada et Accès Canada : Guide sur l'exportation au Canada 2025.

33 Études de marché local sur des secteurs spécifiques à chaque pays.

39 Études MBA réalisées pour 35 entreprises dirigées par des femmes et 4 entreprises mixtes, en collaboration avec l'Université Concordia, l'Université d'Ottawa, HEC Montréal et Wilfrid Laurier University.

# Égalité des sexes

Le projet FCCDI repose sur un principe fondamental : pour soutenir efficacement les PME dirigées par des femmes et promouvoir un développement équitable des exportations, les institutions d'appui au commerce (IAC) doivent d'abord intégrer l'égalité des sexes dans leur propre culture organisationnelle. Grâce à la formation dispensée dans le cadre du projet:

23

IAC ont acquis une compréhension approfondie et des attitudes positives à l'égard du leadership des femmes, ainsi que de l'importance d'une participation équitable au commerce.

399

représentantes d'IAC (dont 261 femmes) ont été formées pour mieux comprendre les écarts entre les sexes dans le commerce et agir pour réduire la sous-représentation des femmes dans ce domaine.

17

création de plans d'action dédiés à l'égalité des sexes, formalisant l'engagement des IAC à promouvoir l'équité et à fournir des services commerciaux sensibles au genre.

**Les 17 partenaires des IAC** ont mis en œuvre au moins une mesure issue de ces plans.

À l'issue du projet, la proportion de femmes occupant des postes de direction au sein des conseils d'administration et de la haute direction des IAC participantes a considérablement augmenté, passant de 14 % à 48 %. Un progrès encore plus marquant a été observé dans le leadership féminin parmi les PME membres des IAC participantes. Initialement, seulement 28 % de ces entreprises étaient dirigées par des femmes, mais ce chiffre a presque doublé, atteignant 57 % à la fin du projet.

À la fin du projet, la proportion de femmes occupant des postes de direction au sein des organismes d'appui au commerce (IAC) participantes a considérablement augmenté, passant de 14 % à 48 % des postes dans les conseils d'administration et la haute direction. Encore plus remarquable est la progression du leadership féminin parmi les PME membres des IAC: initialement, seules 28 % de ces entreprises étaient dirigées par des femmes. À la clôture du projet, ce chiffre avait presque

doublé pour atteindre 57 %, reflétant des avancées significatives vers une égalité accrue dans le leadership.

## Histoire de changement

**Association des exportateurs de Jordanie : Promouvoir l'égalité des sexes dans le développement des exportations.**

L'Association des exportateurs de Jordanie (JEA), qui regroupe 100 membres, s'est longtemps consacrée à aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés grâce à des formations pratiques et des missions commerciales. Historiquement, ses services ciblaient principalement les entreprises dirigées par des hommes. Cependant, après son engagement dans le projet FCCDI, JEA a pris des mesures significatives pour devenir plus inclusive et sensible au genre. Ils ont mis à jour leur politique en matière d'égalité des sexes pour s'aligner sur les meilleures pratiques, en donnant la priorité aux entreprises dirigées par des femmes dans ses politiques et ses stratégies. Le chef de la direction, Halim Abu Rahmeh, a déclaré : « Grâce à l'aide de TFO Canada, JEA a pu toucher un secteur qui était marginalisé ou assez marginalisé... »

Le projet a également entraîné des changements de direction au sein de JEA, notamment l'élection de Nadia Shahin, au poste de directrice générale du groupe Kawar, au conseil d'administration : « La présence de Nadia au conseil d'administration ajoute une dimension essentielle à la reconnaissance de l'égalité des sexes. Elle établit des normes pour les autres femmes et consolide le rôle de JEA dans le soutien aux entreprises détenues et dirigées par des femmes à travers la Jordanie. » .

**En savoir plus** sur l'engagement de JEA à promouvoir l'égalité des sexes et à autonomiser les femmes dans le commerce et les affaires en Jordanie.

## EtouNature: une entreprise de produits naturels qui conquiert les marchés internationaux

En 2013, Mariétou Diouf a su tirer parti des trésors naturels du Sénégal en fondant EtouNature, une entreprise de produits naturels alimentaires et cosmétiques. « Il y a ici beaucoup de produits naturels bons pour la santé et les cosmétiques, mais personne ne les monétisait », confie-t-elle. Aujourd'hui, EtouNature est certifiée ISO 9000:2015 et dispose d'un magasin, de deux bureaux ainsi que d'une usine de fabrication à Dakar. L'entreprise exporte désormais vers l'Europe, le Canada et d'autres régions d'Afrique.

EtouNature valorise des produits emblématiques tels que le baobab, le bissap, le moringa et le karité, en adoptant une approche axée sur la durabilité, l'équité et l'inclusion. L'entreprise s'engage à promouvoir les produits naturels africains tout en exploitant les richesses locales. Elle incarne ses principes en employant principalement des femmes – environ 500 issues de villages du Sénégal et d'Afrique de l'Ouest – qui sont intégrées dans sa chaîne de production.

Mariétou a commencé à exporter en 2015, en ciblant d'abord la France en raison de sa proximité géographique et de son contexte francophone, qui correspond à celui du Sénégal. Après avoir participé à des salons professionnels et vendu dans un marché de rue au Canada, elle s'est concentrée sur l'exportation de barres énergétiques à Montréal, où la langue française est également dominante. Pour répondre aux attentes du marché canadien, elle a ajusté les étiquettes de ses produits afin d'inclure le français et l'anglais ainsi que les valeurs nutritionnelles. Elle prévoit également de développer un site web spécifiquement destiné au Canada et a embauché une entreprise de logistique pour gérer les stocks et les expéditions dans le pays. Bien que le marché canadien soit très compétitif, EtouNature se distingue par la qualité certifiée de ses produits naturels, ses pratiques durables, et son engagement inclusif. Il ne fait aucun doute que la qualité supérieure de ses produits naturels certifiés et sa réputation fondée sur des pratiques durables figurent parmi les facteurs clés de succès pour pénétrer le marché canadien.



Mariétou Diouf, *Fondateur et directeur général d'EtouNature*



Lisez l'intégralité de l'article

## Shanantina: une entreprise péruvienne bâtie sur des valeurs solides et la durabilité.

L'histoire de Shanantina, fondée au Pérou en 2007 par Carolina Sanchez, repose sur un profond intérêt pour l'agriculture biologique et la préservation de la biodiversité de l'Amazonie. Identifiant une opportunité dans les produits issus du sacha inchi, Carolina a décidé d'explorer cette plante aux multiples propriétés. Le sacha inchi, réputé pour ses graines comestibles, produit une huile riche en oméga-3 et 6 et une farine riche en protéines après extraction. Shanantina transforme ces graines en collations savoureuses, en y ajoutant des ingrédients tels que le sel de la mine d'Amazonie et du sucre biologique. L'entreprise s'est également diversifiée en incluant des produits dérivés du curcuma, du cacao et du yuca. Depuis sa création, Shanantina a établi des politiques claires en matière de durabilité, d'égalité des sexes et de non-discrimination, ce qui en fait une entreprise engagée sur le plan social et environnemental.

Dans son usine, Shanantina emploie 15 personnes, dont neuf femmes, et collabore avec des producteurs parmi lesquels 60 % sont des femmes. Ce modèle reflète son engagement à favoriser un développement économique inclusif tout en valorisant les ressources naturelles locales. « Nous accordons la priorité à la préservation de la biodiversité amazonienne tout en assurant un commerce équitable et l'autonomisation économique de nos producteurs, dont beaucoup sont issus de communautés rurales et autochtones ». Pour Shanantina, la durabilité n'est pas seulement une pratique, mais une valeur fondamentale qui guide chaque étape de sa production, de l'approvisionnement en matières premières à la livraison de produits de qualité supérieure.

L'autonomisation des productrices est au cœur de la mission de Shanantina, soutenant les femmes dans leurs rôles essentiels: préserver les connaissances ancestrales et promouvoir des pratiques durables au sein de leurs communautés. L'entreprise intègre les savoirs ancestraux dans ses processus de culture et de récolte, notamment pour des ingrédients comme le sacha inchi et le cacao. Des pratiques traditionnelles sont mises en œuvre pour enrichir les sols, choisir les semences avec soin et organiser la rotation des cultures, garantissant ainsi le respect de l'environnement tout en rehaussant la valeur nutritionnelle des produits. Ces approches sont harmonieusement complétées par des techniques modernes, permettant de préserver des normes élevées de qualité et de sécurité.



Carolina Sanchez, *Fondateur et directeur général de Shanantina.*



Lisez l'intégralité de l'article



[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)  
[info@tfocanada.ca](mailto: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.