



RAPPORT

D'IMPACT

ANNUEL 2024-2025



MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Steve Tipman

Directeur général

À l'aube de l'exercice 2024-2025, nous ressentons une profonde fierté et une vive reconnaissance pour les avancées de TFO Canada dans la promotion d'un développement économique durable par le biais du commerce inclusif. Cette année a été jalonnée de réalisations majeures, de partenariats stratégiques et d'un engagement constant envers l'autonomisation des petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement.

Nos actions ont généré des impacts concrets : chaque année, des centaines de PME accèdent aux marchés canadiens et internationaux, renforçant leur compétitivité et stimulant les économies locales. Grâce à des services de soutien au commerce personnalisés, à des initiatives de renforcement des capacités et à des programmes d'accès aux marchés, TFO Canada appuie les entreprises des pays en développement, favorisant ainsi la création d'emplois et une croissance économique inclusive.

Comme les années précédentes, ces résultats n'auraient pu être atteints sans le réseau solide que nous avons patiemment construit au fil du temps. Ce réseau rassemble nos bailleurs de fonds, partenaires, associés et collaborateurs, dont l'engagement est essentiel à la réussite de notre mission.

C'est grâce à cette communauté d'intervenants dévoués que TFO Canada continue de générer un impact positif et durable à travers ses actions.

Parmi les faits marquants de l'année, notre collaboration soutenue avec Affaires mondiales Canada se distingue. Leur appui indéfectible aux initiatives de développement axées sur le commerce nous a permis d'élargir notre portée et de renforcer notre impact.

Nous sommes également fiers de notre engagement envers l'égalité des sexes et la durabilité environnementale. Nos programmes ciblent les entreprises dirigées par des femmes et encouragent l'adoption de pratiques commerciales écologiques, assurant ainsi une croissance inclusive et durable.

Tournés vers l'avenir, nous réaffirmons notre engagement à catalyser la croissance économique par des partenariats commerciaux durables et inclusifs, au bénéfice des PME des pays en développement. Nous abordons l'avenir avec enthousiasme, convaincus que les possibilités qui s'ouvrent à nous, combinées au soutien constant de nos partenaires, intervenants et des collectivités que nous servons, nous permettront d'atteindre de nouveaux sommets dans les années à venir.

Nous vous remercions sincèrement pour votre appui indéfectible et votre engagement envers notre vision commune.

BAILLEURS DE FONDS



MISSION

Le Bureau de promotion du commerce Canada (TFO Canada) est un organisme à but non lucratif dont la mission est de catalyser la croissance économique grâce à des partenariats commerciaux durables et inclusifs pour les petites et moyennes entreprises des pays en développement. TFO Canada appuie les PME et les institutions d'appui au commerce (IAC) dans leur accès aux marchés internationaux, en leur offrant **des services d'informations, de conseils et de mise en relation**. Depuis 1980, son équipe de projet et ses experts sectoriels, dotés d'une solide expérience internationale, fournissent des services de promotion et de facilitation du commerce ainsi que de renforcement des capacités à des dizaines de milliers de PME et d'IAC en Amérique latine, dans les Caraïbes, en Afrique, en Asie, au Moyen-Orient et en Europe de l'Est.



Délégation africaine de PME, avec des participants du Bénin, du Kenya et du Burkina Faso | SIAL 2024, Montréal.

BILAN DE L'ANNÉE

En 2024-2025, le commerce mondial connaît une transformation rapide, influencée par l'évolution des alliances géopolitiques, les perturbations climatiques et les changements majeurs dans le système commercial international. Dans ce contexte, la résilience est devenue un atout essentiel. TFO Canada est fier d'appuyer les PME et les IAC dans leur adaptation à ce paysage en constante évolution. Par le biais d'initiatives ciblées dans quatre domaines stratégiques, nous aidons les entreprises à renforcer leur compétitivité et à saisir les opportunités des marchés mondiaux.

1. PROMOTION DU COMMERCE ET ACCÈS AUX MARCHÉS

En 2024-2025, TFO Canada a intensifié ses efforts pour faciliter l'accès des PME des pays en développement aux marchés mondiaux. Grâce à des recherches sectorielles approfondies, à des stratégies d'entrée sur le marché et à des opportunités concrètes offertes par des missions commerciales, des événements de promotion et des activités de réseautage, les entreprises ont pu renforcer leur compétitivité et accélérer leur croissance internationale. Ces initiatives ont généré des résultats tangibles : elles ont aidé les entreprises à se connecter, à être compétitives et à se développer à l'échelle internationale.

12

**MISSIONS
COMMERCIALES**

OUVRIR DE NOUVEAUX HORIZONS COMMERCIAUX

TFO Canada a renforcé les connexions avec les marchés internationaux par l'intermédiaire de :

- Vitrites internationales telles que le **SIAL Canada (Montréal)** et la **Foire Commerciale Intra-Africaine (Égypte)**
- **8 missions d'achat** en Éthiopie, en Jordanie, au Kenya, à Madagascar, au Pérou, en Ouganda, au Vietnam et en Zambie
- **2 délégations de PME exportatrices** de la Colombie et de la Jordanie accueillies au Canada

Secteurs d'intervention :

- **Agroalimentaire** (produits transformés et frais)
- **Vêtements spécialisés**
- **Cosmétique**

CES INITIATIVES ONT RENFORCÉ LES CAPACITÉS DE

232

PME **DONT 164 DIRIGÉES
PAR DES FEMMES,**

provenant de Colombie, d'Éthiopie, d'Indonésie, de Jordanie, du Kenya, de Madagascar, du Pérou, d'Ouganda, du Vietnam et de Zambie. Grâce à leur participation, ces entreprises ont établi

871

**RELATIONS
D'AFFAIRES** générant des ventes à l'exportation estimées à

14,4 MILLIONS CAD



PME dirigées par des femmes d'Indonésie, du Burkina Faso et du Nigeria | SIAL 2024, Montréal



VOIX DU TERRAIN

« TFO Canada s'est révélé un partenaire stratégique dans le renforcement des relations commerciales entre l'Indonésie et le Canada. Leur appui a été essentiel pour valoriser les produits indonésiens et ouvrir de nouvelles perspectives commerciales. La synergie générée par nos efforts conjoints a non seulement bénéficié à nos économies respectives, mais a également consolidé les liens entre nos deux nations. »

Mahdewi Silky (Mme),
attachée commerciale, ambassade
de la République d'Indonésie à Ottawa



Délégation officielle indonésienne se joint à la direction de TFO Canada pour promouvoir un commerce inclusif | SIAL 2024, Montréal.

« Notre entreprise, fondée et dirigée par une femme, est née avec la mission de bâtir un avenir meilleur au quotidien. Le tutorat en marketing à l'exportation de TFO Canada avant la mission commerciale du SIAL m'a aidée à me préparer pour le salon et à répondre aux clients potentiels », explique-t-elle. C'était comme retirer les couches de mon entreprise — une exploration profonde de notre identité, de notre vision... et du marché canadien. »

Lastiana Yuliandari, fondatrice et directrice de Aliet Green

2. RECHERCHE ET INTELLIGENCE DE MARCHÉ

Dans un environnement commercial en perpétuelle transformation, l'accès à une information stratégique, pertinente et actualisée est un levier essentiel pour la compétitivité des PME. TFO Canada soutient les entreprises en leur fournissant des analyses approfondies sur : les tendances du marché, les préférences des consommateurs, les innovations en matière de produits et les opportunités émergentes. Cette intelligence de marché permet aux PME de prendre des décisions éclairées, de mieux anticiper les évolutions sectorielles et de s'adapter avec agilité aux dynamiques du commerce mondial.

Bénéficiaires accédant aux services d'information sur le commerce en ligne



12 815 PME EXPORTATRICES



2 092 IMPORTATEURS

2 127 INSTITUTIONS D'APPUI
AU COMMERCE

154

nouvelles
PME inscrites
sur la
plateforme
en ligne de
TFO Canada



48 DIRIGÉES PAR
DES FEMMES



40 DIRIGÉES PAR
DES HOMMES

et



66 COMPOSÉES DE
DIRIGEANTS MIXTES

3 DOCUMENTS D'INFORMATION SUR LES MARCHÉS

- Accès Canada : un guide sur l'exportation au Canada
- Document d'information sur le marché de l'habillement et des textiles
- Exportation d'aliments au Canada : un guide pour répondre aux exigences canadiennes en matière de salubrité des aliments

ÉTUDES D'ACCÈS AU MARCHÉ – PROGRAMME DE MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES ENTREPRISES (MBA, EN ANGLAIS)

En partenariat avec les universités Concordia, Ottawa et Wilfrid Laurier



10 ÉTUDES MBA D'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ CIBLÉES POUR DES ENTREPRISES DIRIGÉES PAR DES FEMMES

originaires d'Éthiopie, du Ghana, d'Haïti, d'Indonésie, de Côte d'Ivoire, du Kenya, du Maroc et du Pérou

83 % DES PME ont mis en œuvre les recommandations relatives à l'adaptation des produits et à la conformité de l'étiquetage.

67 % DES PME ont appliqué des stratégies d'entrée sur le marché, ce qui a conduit à une expansion de la marque et à une hausse des ventes annuelles.

« Grâce au soutien de partenaires tels que TFO Canada et l'Initiative du Service Communautaire de l'Université Concordia, j'ai eu accès à des recherches et à des informations essentielles pour réussir notre entrée sur le marché ».

« Ce parcours m'a enseigné que la visibilité internationale repose non seulement sur la qualité des produits, mais aussi sur l'intention stratégique, la cohérence et des partenariats solides ».

« Je ressens une profonde gratitude — non seulement pour l'opportunité de présenter Anne's Perfections, mais surtout pour tout ce que ça incarne : les possibilités, le progrès et la puissance des femmes africaines dans le commerce. »

Anne Sarfo,
PDG et propriétaire
de Anne's Perfections



Ouvrir de nouvelles opportunités d'exportation : étude sur le potentiel du marché canadien pour les produits agroalimentaires malgaches.

Madagascar est prêt à conquérir le marché canadien grâce à une étude stratégique réalisée par TFO Canada dans le cadre du **Projet de transformation économique pour une croissance inclusive (PIC3) financé par la Banque mondiale**, qui offre aux exportateurs malgaches du secteur agroalimentaire une feuille de route claire pour accéder à l'un des marchés les plus prometteurs au monde.

POURQUOI C'EST IMPORTANT

Pour permettre aux PME d'attirer des investissements et créer des opportunités d'exportation durables pour les producteurs malgaches.

CE QUE NOUS AVONS FAIT

Analysé 5 années de données sur les importations canadiennes, collaboré directement avec des acheteurs canadiens et des exportateurs malgaches, et identifié 42 produits à fort potentiel dans 11 codes SH.

CE QUE NOUS AVONS CONSTATÉ

- Les épices en pleine expansion : les exportations de clou de girofle de Madagascar vers le Canada ont atteint près de 927 000 CAD en 2023. Le poivre, la cannelle et le gingembre gagnent également du terrain.
- La vanille conserve son prestige : le Canada reste le 5^e importateur mondial de vanille en 2023.
- L'intérêt croissant en aliments ethniques et spécialisés ouvre des portes aux produits malgaches.

QUELS SONT LES AVANTAGES POUR LES PME EXPORTATRICES ?

- Accès à une base de données sectorielle ciblée sur les acheteurs canadiens
- Stratégies concrètes d'entrée sur le marché
- Directives claires sur la conformité réglementaire et l'adaptation des produits
- Retours directs d'acheteurs canadiens

3. RENFORCEMENT DES CAPACITÉS ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Préparer les PME à la réussite mondiale

En 2024-2025, TFO Canada a intensifié ses efforts pour renforcer la préparation à l'exportation des PME des pays en développement, grâce à des formations ciblées et des programmes d'apprentissage virtuel. Ces initiatives ont été déployées en partenariat avec des IAC locaux en Amérique latine et dans les Caraïbes, en Afrique, en Asie et au Moyen-Orient. Les programmes ont permis aux entreprises de développer des compétences pratiques en : commerce, durabilité et marketing numérique, créant ainsi un réseau d'entreprises plus solide, plus confiant et mieux outillé pour relever les défis de la concurrence mondiale.

4 PROJETS PHARES À FORT IMPACT

- LES FEMMES DANS LE COMMERCE POUR UNE CROISSANCE INCLUSIVE ET DURABLE
- LANCEMENT DES EXPORTATIONS EN JORDANIE
- ATELIERS DE FORMATION SUR L'ACCÈS AUX MARCHÉS ET LA GESTION DES CHAÎNES DE VALEUR AU PROFIT DES FEMMES
- APPUI AU DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR PRIVÉ VIA LA PROMOTION DES INVESTISSEMENTS POUR AIDER LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES HAÏTIENNES À ACCÉDER AU MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN

3 WEBINAIRES (BILINGUE - ANGLAIS ET FRANÇAIS)

- Plans de contrôle préventif : Conformité aux normes canadiennes
- Étiquetage nutritionnel au Canada
- Navigation sur les services en ligne de TFO Canada

123 PME dont **75** DIRIGÉES PAR DES FEMMES,

ont bénéficié de conseils pratiques et actualisés pour les aider à se conformer aux normes réglementaires canadiennes et à exploiter pleinement les outils numériques mis à disposition par TFO Canada.



Formation à la préparation à l'exportation pour les PME | Amman, Jordanie. 2024

IMPACT ANNUEL DES FORMATIONS 2024-2025

717 PME FORMÉES

634 DIRIGÉES PAR DES FEMMES

(88 % des participants).

Thématiques clés abordées : préparation à l'exportation, changement climatique, responsabilité sociale des entreprises (RSE), commerce électronique et marketing numérique.

3 VISITES VIRTUELLES DE FAMILIARISATIONS AVEC LE MARCHÉ - ARTISANAT ET DÉCORATION INTÉRIEURE

Villes : **Montreal** • **Toronto** • **New York**

Focus : Accompagner **20** PME haïtiennes spécialisées dans l'artisanat de luxe pour réussir leur entrée sur les marchés nord-américains.

Projecteur sur le Fonds pour les femmes exportatrices – Autonomisation des PME dirigées par des femmes dans cinq pays d'Afrique subsaharienne (ASS)

Dans le cadre du programme Fonds pour les femmes exportatrices, TFO Canada a collaboré avec des IAC locaux pour offrir une formation et un soutien ciblés aux PME dirigées par des femmes dans cinq pays d'ASS. Ces initiatives ont porté sur la préparation à l'exportation, l'autonomisation numérique, l'accès au financement et les stratégies d'entrée sur les marchés.

NIGÉRIA De la conformité à la certification

Partenaire : CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE D'ABUJA

118 PME formées sur la préparation à l'exportation, l'image de marque et l'emballage

50 PME ont accédé au marché international via le commerce électronique et à la promotion sur les réseaux sociaux

43 PME ont bénéficié d'un soutien à la certification, aboutissant à **26** certifications (dont NAFDAC, USFDA et HACCP*)

24 PME ont modernisé leur image de marque et leur étiquetage

*NAFDAC (Agence Nationale Nigériane pour l'Administration et le Contrôle des Aliments et des Médicaments)
USFDA (Agence américaine de contrôle des produits alimentaires et médicamenteux)
HACCP (Analyse des risques et maîtrise des points critiques)

GHANA Tutorat pour obtenir un avantage concurrentiel

Partenaire : ENTREPRISE SOCIALE GHANA

50 PME formées à la préparation au commerce et à l'exportation

20 ont reçu un tutorat individuel en image de marque et marketing, ce qui leur a permis d'améliorer leur compétitivité sur les marchés internationaux.

ÉTHIOPIE Des outils numériques pour une portée mondiale

Partenaire : CENTRE POUR L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE ACCÉLÉRÉE DES FEMMES

50 PME ont reçu une formation spécialisée portant sur l'esprit d'entreprise, la planification des exportations, la sensibilisation à la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf) et le leadership.

UGANDA Financement et logistique débloqués

Partenaire : AWAN OUGANDA

100 PME formées à l'accès au financement

15 PME ont reçu un accompagnement personnalisé sur les réglementations et la logistique à l'exportation, facilitant leur navigation dans un environnement commercial complexe.

25 PME formées sur la préparation à l'exportation et la conformité aux normes

120 PME formées à la préparation à l'exportation - en leur fournissant les outils fondamentaux pour aborder l'exportation en toute confiance.

MADAGASCAR Préparation du terrain pour l'exportation

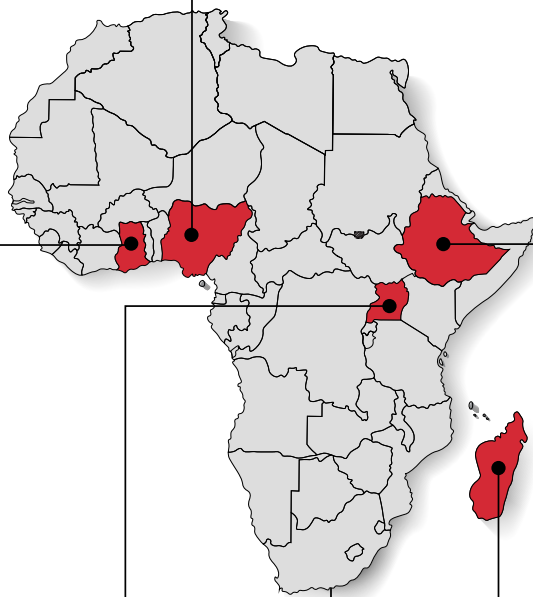
Partenaire : CANCHAM MADAGASCAR

30 sites créés, 4 repensés

22 fiches professionnelles Google (dont 13 vérifiées)

25 nouveaux comptes de médias sociaux lancés, avec 540 publications partagées

28 PME formées en marketing numérique via des sessions présentielles et virtuelles



4. FACILITATION DU COMMERCE

Renforcement de la gestion des risques : Améliorer la sécurité des consommateurs pour les importations de poissons et de produits de la pêche en Indonésie

CE QUE NOUS AVONS FAIT

TFO Canada a collaboré avec l'Agence Indonésienne de contrôle de la qualité des produits maritimes et de la pêche (MFQAA, en anglais) et l'Agence Indonésienne de Quarantaine (AIQ) pour **mettre en place un système d'inspection intelligent et fondé sur les risques**. Basé sur des normes internationales tels que HACCP et les principes de biosécurité, le système intègre trois niveaux de contrôle :

- Une validation avant la frontière
- Des inspections ciblées à la frontière
- Une surveillance du marché après les frontières



Atelier stratégique avec les principales parties prenantes, axé sur les résultats du projet et la planification de la durabilité — Indonésie, du 5 au 7 août 2024.

LES IMPACTS



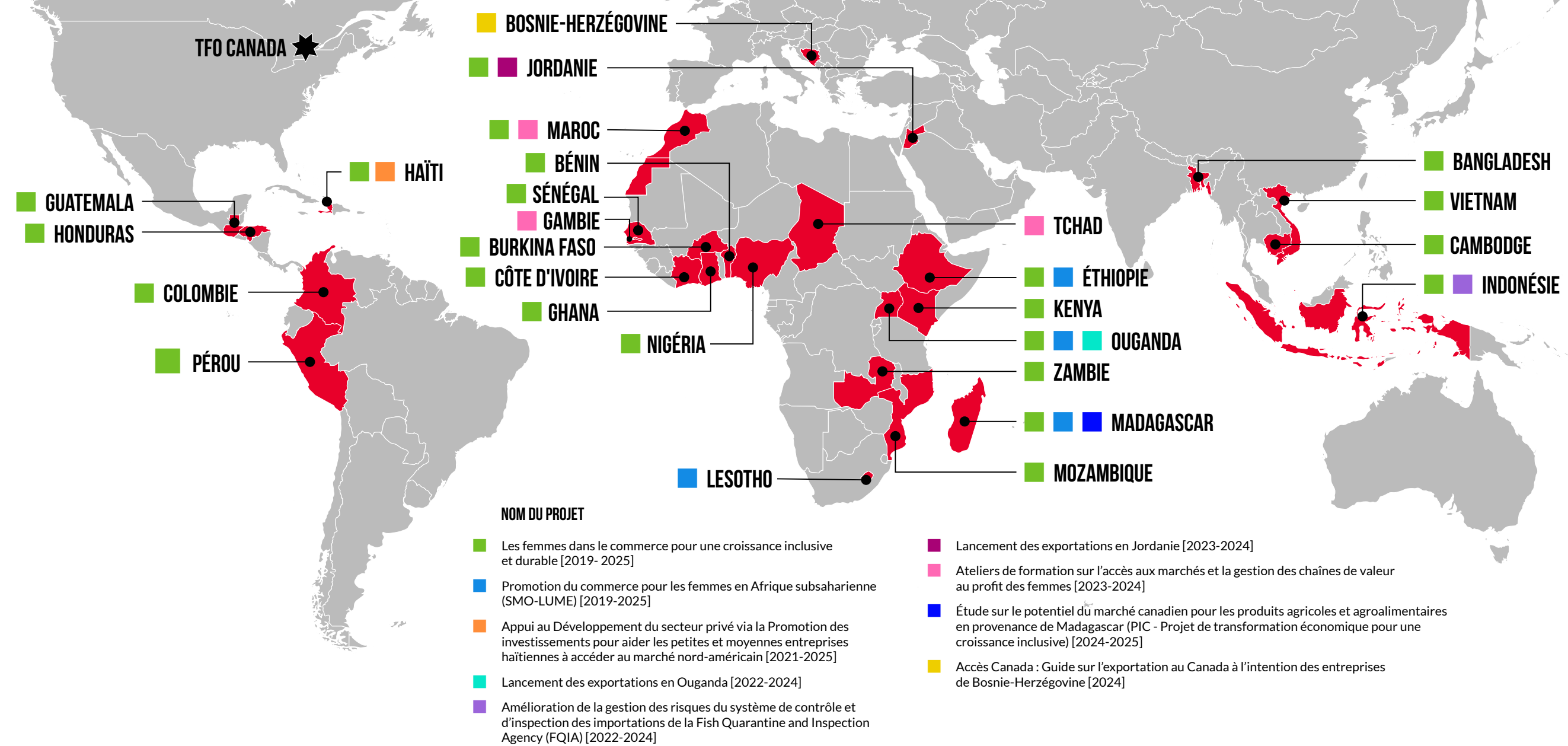
Économies estimées à 2,3 millions de USD par an

*Comprend les économies potentielles découlant de la réduction des retards à la frontière.

Passage plus rapide aux frontières

- **Transparence accrue**
- **Allègement de la charge administrative**
- **Renforcement de la sécurité alimentaire et de la protection des consommateurs**

OÙ NOUS TRAVAILLONS



TÉMOIGNAGE INSPIRANT

SHANANTINA: UNE ENTREPRISE PÉRUUVIENNE BÂTIE SUR DES VALEURS SOLIDES ET LA DURABILITÉ



Carolina Sanchez, Propriétaire de
SHANANTINA

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. [Lire la suite](#)



Contributions aux projets



TFO Canada

66 rue Slater, Suite 2100, Ottawa, Ontario K1P 5H1
1 613 233 3925 / 1 800 267 9674 (Sans frais au Canada)
info@tfocanada.ca www.tfocanada.ca

