

EXPORTER AU CANADA NOUVELLES

Préparation à l'exportation sensible au genre : Construire des parcours inclusifs et équitables vers les marchés internationaux

Contenu

**MESSAGE DU
DIRECTEUR GÉNÉRAL**

**CONCEVOIR DES
PARCOURS DE
PRÉPARATION A
L'EXPORTATION
SENSIBLES AU GENRE
POUR UN ACCES
EQUITABLE AUX
MARCHES**

**DE LA CONCEPTION A
LA MISE EN ŒUVRE :**
mettre en pratique la
préparation à
l'exportation sensible au
genre

**FAITS MARQUANTS DU
PROGRAMME**

**NOS NOUVEAUX
MEMBRES DE L'ÉQUIPE**

**EXEMPLE DE CAS :
DE L'INTENTION A
L'IMPACT** — Comment
les institutions d'appui
au commerce font
avancer la préparation à
l'exportation sensible au
genre



Message du Directeur Général

Construire des parcours inclusifs et équitables vers les marchés internationaux

Dans l'économie mondiale actuelle, la préparation à l'exportation est essentielle à la croissance économique et à la compétitivité. Cependant, les systèmes d'exportation traditionnels négligent souvent les inégalités structurelles qui limitent la participation de groupes sous-représentés tels que les petites et moyennes entreprises (PME), les entreprises dirigées ou détenues par des femmes, ainsi que les jeunes entrepreneurs. C'est dans ce contexte qu'un plan de préparation à l'exportation sensible au genre comble ces lacunes, en veillant à ce que les politiques, programmes et pratiques promeuvent activement l'inclusivité et l'accès équitable aux marchés internationaux.

Au cœur de cette approche sensible au genre se trouve la reconnaissance des barrières uniques auxquelles sont confrontées les femmes et autres entrepreneurs marginalisés. Ces obstacles peuvent inclure un accès limité au financement, des informations de marché insuffisantes, des réseaux inadéquats ou encore des normes sociales freinant la croissance des entreprises. En intégrant des approches sensibles au genre, les initiatives de développement à l'exportation peuvent égaliser les chances et permettre à un plus large éventail d'entreprises de concurrencer à l'international.

Les gouvernements, les organisations commerciales et les acteurs du secteur privé ont tous un rôle à jouer dans la promotion d'écosystèmes d'exportation inclusifs. Cela passe par la conception de programmes ciblés de renforcement des capacités, l'amélioration de l'accès au financement commercial, ainsi que le soutien à des opportunités de mentorat et de formation adaptées à des entrepreneurs divers. De plus, la simplification des cadres réglementaires et l'exploitation des plateformes numériques peuvent



Steve Tipman
Directeur Général
TFO Canada

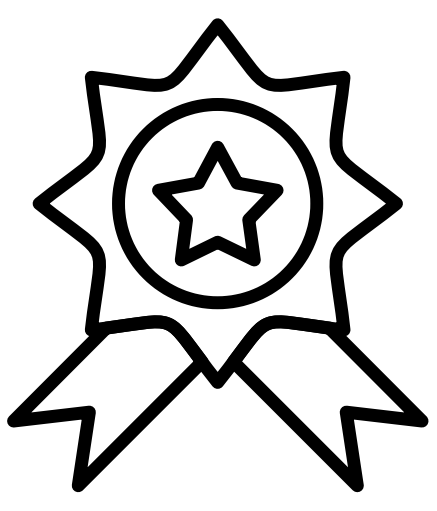
réduire les barrières d'entrée et élargir l'accès au marché pour les petites entreprises.

En tant qu'organisation non gouvernementale œuvrant à la réalisation d'un commerce inclusif favorisant des partenariats économiquement bénéfiques, TFO Canada propose des services spécialisés qui répondent à bon nombre de ces obstacles au commerce. Le commerce durable et inclusif est au cœur de notre mission, et peut avoir un impact catalyseur pour les PME des pays en développement.

En fin de compte, la préparation à l'exportation sensible au genre n'est pas seulement une question d'équité, mais aussi d'efficacité économique. Les exportateurs diversifiés apportent innovation, résilience et nouvelles perspectives, renforçant ainsi les chaînes de valeur mondiales. En construisant des parcours inclusifs et équitables vers les marchés internationaux, les pays peuvent libérer un potentiel inexploité, stimuler le développement durable et garantir un partage plus large des bénéfices du commerce.



" Êtes-vous prêt à exporter ? – Avant de mettre votre entreprise sur la voie du marché international, il est important d'évaluer votre préparation à l'exportation. Plusieurs outils et listes de contrôle existent pour vous accompagner dans cette auto-évaluation, dont un proposé par TFO Canada sur [Prêt à exporter | TFO Canada](#) "



TFO Canada collabore avec un réseau diversifié d'experts pour mettre en œuvre des projets à travers le monde, visant à promouvoir un commerce inclusif et durable. Dans ce numéro, nous sommes fiers de présenter des articles de nos associés ainsi que d'un membre de l'équipe de TFO Canada, qui partagent des perspectives pratiques sur la préparation à l'exportation sensible au genre et sur les parcours inclusifs vers les marchés internationaux — et canadiens — pour les PME.

Concevoir des parcours de préparation à l'exportation sensibles au genre pour un accès équitable aux marchés

Par **Nahomie Millien**, Gestionnaire de programme, Égalité des genres et l'inclusion sociale - TFO Canada

L'article complet est disponible sur notre page « Nouvelles sur le commerce »



Le développement par le commerce doit être sensible au genre, car le commerce n'est pas neutre en termes de genre. Les femmes et les hommes n'accèdent pas aux marchés avec les mêmes ressources, les mêmes disponibilités, les mêmes réseaux, les mêmes droits, les mêmes niveaux d'accès numérique ou les mêmes soutiens institutionnels. Par conséquent, les interventions commerciales peuvent reproduire les inégalités lorsqu'elles reposent sur l'hypothèse de points de départ égaux (OCDE, 2021 ; Banque mondiale et Organisation mondiale du commerce [OMC], 2020).

La préparation à l'exportation est au cœur du processus commercial, et puisque le commerce n'est pas neutre en termes de genre, on ne peut pas supposer que la préparation à l'exportation le soit non plus (Affaires mondiales Canada, 2020 ; Société financière internationale [IFC], 2024). TFO Canada répond à cet enjeu en appliquant une perspective d'égalité des genres et d'inclusion sociale (GESI) au parcours de préparation à l'exportation, afin que les activités du projet soient ancrées dans des données probantes et mieux adaptées aux PME dirigées par des femmes et aux autres entreprises marginalisées.

Pourquoi la préparation à l'exportation n'est-elle pas neutre en termes de genre ?

La préparation à l'exportation est souvent présentée comme une série d'étapes techniques : formaliser l'entreprise, respecter la réglementation, obtenir des certifications, sécuriser le financement, gérer la logistique et entrer en contact avec les acheteurs. En pratique, chaque étape dépend de l'accès à l'information, du capital, du temps, des outils numériques et du pouvoir décisionnel. Cette compréhension progressive s'aligne sur des recherches montrant que les PME avancent par étapes successives de développement de capacités interreliées, plutôt qu'au travers d'une seule transaction isolée (Kaplinsky & Morris, 2001 ; Storey, 1994 ; OMC, 2017).

Le cadre commercial et de genre de l'OCDE montre que, même lorsque les politiques commerciales et les systèmes d'exportation sont formellement neutres, leurs effets ne le sont pas. Les femmes et les hommes accèdent à des marchés où l'accès aux ressources productives, au financement, aux réseaux et aux opportunités économiques demeure inégal, ce qui signifie que des règles identiques peuvent produire des résultats différents (OCDE, 2021). La Banque mondiale et l'OMC soulignent également que, si le commerce peut élargir les opportunités économiques des femmes, ces bénéfices ne sont pas automatiques sans l'appui de lois, d'institutions et de mécanismes de soutien ciblés (Banque mondiale et OMC, 2020). Les preuves issues d'un projet de TFO Canada au Nigeria renforcent cet argument : une étude sur des interventions numériques de commerce sensibles au genre a montré que le coaching, le mentorat et le soutien institutionnel amélioraient la résilience, la compétitivité et l'accès aux marchés internationaux des PME dirigées par des femmes, tandis que les inégalités d'accès à la connectivité, aux appareils et aux compétences continuaient de façonner leur participation (TFO Canada, 2026).

Comment les barrières se manifestent-elles en pratique

La recherche met en évidence une série d'obstacles récurrents auxquels les PME dirigées par des femmes sont confrontées tout au long de leur parcours vers l'exportation. Parmi les plus fréquents figurent : un accès limité au financement, des contraintes réglementaires, des difficultés d'accès au marché, des charges de soins non rémunérées, la violence basée sur le genre et des lacunes en compétences (Affaires mondiales Canada, 2020 ; IFC, 2024 ; OCDE, 2021). Ces barrières varient également selon le secteur, le type de produit et les exigences des marchés cibles. Chaque catégorie de produit implique en effet des normes spécifiques, des exigences logistiques particulières, des processus de certification distincts, des attentes différentes de la part des acheteurs et des niveaux de risque variables (Kaplinsky & Morris, 2001 ; OMC, 2017).

Par exemple, des exigences complexes en matière de garanties ou des procédures bancaires rigides peuvent exclure les PME dirigées par des femmes du financement commercial. De même, un accès limité aux réseaux sectoriels peut rendre plus difficile l'identification d'acheteurs ou de partenaires fiables (Affaires mondiales Canada, 2020 ; IFC, 2024). L'absence de titres fonciers ou d'actifs formels peut également restreindre l'éligibilité au crédit, tandis que des compétences numériques insuffisantes ou des barrières linguistiques limitent l'utilisation des portails commerciaux en ligne et des plateformes de commerce électronique. Par ailleurs, le manque de données désagrégées par sexe et une faible sensibilisation institutionnelle conduisent souvent à des programmes « universels » qui ne tiennent pas compte des réalités spécifiques vécues par les femmes dans les systèmes d'exportation.

L'étude menée au Nigeria dans le cadre d'un projet de TFO Canada illustre concrètement ces défis : de nombreuses PME dirigées par des femmes utilisaient principalement des outils de base comme WhatsApp ou l'e-mail, mais avaient besoin d'un accompagnement structuré pour évoluer vers une utilisation stratégique des sites web, des systèmes d'enregistrement en ligne, des outils de conformité numérique et des plateformes d'engagement avec les acheteurs. Lorsque l'appui était sensible au genre, les résultats étaient tangibles : nouvelles connexions avec des acheteurs internationaux, amélioration de la conformité des emballages, adoption de la tenue de livres numérique, répétition des transactions d'exportation et renforcement des actions de suivi après les salons (TFO Canada, 2026).

Découvrez l'analyse complète, y compris des exemples concrets et des perspectives pour les PME et les IAC.

[Lire l'intégralité de l'article](#)

De la conception à la mise en œuvre : mettre en pratique la préparation à l'exportation sensible au genre

Par **Arianne Joy Olegario**, Associée de TFO Canada

Dans les économies à faible revenu et les économies émergentes, les micro, petites et moyennes entreprises dirigées par des femmes (WLMSME) représentent un moteur de croissance économique immense, mais encore largement sous-exploité. Malgré leur forte présence dans le secteur agroalimentaire, ces entreprises se heurtent à un obstacle majeur lorsqu'elles cherchent à passer de la production locale aux marchés internationaux.

À l'échelle mondiale, les femmes dirigent une part significative de l'activité des startups, mais leur participation aux marchés d'exportation demeure disproportionnellement faible ([Laperle-Forget, 2024](#)). Pour combler cet écart, les décideurs régionaux et les acteurs du développement doivent mettre en place un parcours de préparation à l'exportation sensible au genre, capable de répondre aux obstacles spécifiques auxquels les femmes sont confrontées — de la pauvreté temporelle et de l'exclusion numérique au paradoxe de l'investissement. Pour les WLMSME, ce paradoxe se traduit par la nécessité d'investir un temps et des ressources limités dans la croissance, tout en subissant une pression constante pour maintenir les activités quotidiennes.

Barrières structurelles : fondements juridiques et financiers



Le parcours vers la préparation à l'exportation commence par le cadre juridique. Dans de nombreuses régions, les lois locales créent des conditions inégales en limitant la capacité des femmes à signer des contrats, à hériter de biens ou à accéder à des actifs productifs. Ces restrictions affectent directement leur capacité juridique et leur mobilité économique, rendant presque impossible l'obtention du financement commercial nécessaire pour se développer à l'international.



Mesures d'atténuation concrètes

cartographier les politiques existantes relatives aux actifs, au capital et à la mobilité constitue une première étape essentielle. En identifiant ces goulets d'étranglement juridiques, les gouvernements peuvent créer des mécanismes de financement qui ne reposent pas sur des garanties foncières ou des actifs matériels — des ressources que les femmes possèdent statistiquement moins souvent.

L'écart de financement pour les entreprises dirigées par des femmes demeure par ailleurs une crise mondiale, estimée à 1,9 billion de dollars. Les entrepreneuses expriment souvent une réticence accrue à emprunter pour se développer, en raison d'un faible niveau d'éducation financière, d'évaluations prudentes des risques liés aux prêts et d'un historique de pratiques de crédit prédatrices.

Ce phénomène est aggravé par le paradoxe de l'investissement : les micro-entreprises dirigées par des femmes doivent consacrer une part importante de leur temps et de leurs ressources à maintenir leur activité à flot, tout en réduisant les coûts à un point tel qu'elles ne peuvent plus se permettre les services professionnels — comme la tenue de livres ou l'accompagnement stratégique — nécessaires pour se développer.

Le parcours réglementaire et la préparation à l'exportation

Pour une micro-entreprise, la transition vers l'exportation n'est pas seulement un changement d'échelle ; c'est un passage vers un niveau de complexité réglementaire entièrement différent. Les exigences de conformité au niveau national représentent déjà un frein important, s'accompagnant fréquemment de plusieurs mois de procédures administratives. Cependant, l'accès aux marchés d'exportation entraîne une hausse significative de ces exigences. Dans le secteur agroalimentaire, être « prêt à l'exportation » exige des améliorations des installations, la réalisation d'audits et l'obtention de certifications internationales telles que HACCP ou ISO 22000.

Ces investissements peuvent faire passer les coûts de conformité de quelques centaines de dollars au niveau local à plusieurs dizaines de milliers pour répondre aux exigences internationales.



Pour les micro-entreprises dirigées par les femmes, ces coûts sont souvent prohibitifs, alimentant un véritable «entonnoir de survie» où seule une fraction des entreprises parvient à dépasser leurs quatre premières années d'activité à l'export.

Pour relever ces défis, un parcours structuré en quatre étapes est proposé, adapté aux réalités des femmes entrepreneuses :

Un parcours en quatre étapes vers les marchés internationaux

1 Étape 1 : Capacité fondamentale et Business Model Canvas (outil de modélisation d'affaires)

La réussite commence par une planification d'entreprise qui tient compte de la double charge que supportent les femmes, lesquelles consacrent beaucoup plus de temps que les hommes au travail domestique et de soins non rémunérés. Cette capacité fondamentale est conçue comme une formation intégrée qui combine le renforcement de la confiance — à travers des sessions d'autonomisation — avec une formation technique sur le Business Model Canvas, permettant d'aligner les objectifs de l'entreprise avec les exigences de financement. La mise en œuvre de cette formation inclut également des services complets visant à répondre à la pénurie de temps et aux responsabilités de soins. Cela peut passer par des services de soutien tels que la garde d'enfants ou par des plateformes numériques flexibles qui permettent aux participantes de suivre la formation selon leurs contraintes.

2 Étape 2 : Mentorat, réseautage et subventions

Le principal résultat de la phase initiale est un Business Model Canvas solide, qui sert de base à l'élaboration d'un plan d'affaires pour les micro et petites entreprises dirigées par des femmes. À partir de là, les entreprises passent par un outil d'évaluation de la préparation des mentorées, permettant de déterminer leur éligibilité aux formes de soutien suivantes :



Mentorat individuel

Les participantes sont évaluées pour confirmer leur préparation au mentorat, garantissant ainsi des résultats à fort impact. Le mentorat porte sur l'élaboration d'un plan d'affaires comprenant des actions concrètes liées à l'exportation et à la gestion financière.



Réseautage

Mentors are well positioned to facilitate linkages for participating enterprises through trade fairs, networking events, and business associations.



Subventions ciblées

de petites subventions jouent un rôle déterminant pour surmonter des obstacles coûteux, comme les tests nutritionnels en laboratoire — qui peuvent atteindre plusieurs milliers d'euros par gamme de produits — ou l'accès à des ressources technologiques partagées. Ces subventions permettent aux entrepreneuses de tester et d'adapter leurs produits sans mettre en péril leur capital de départ.

3 Étape 3 : Traitement des exportations et numérisation

Tirer parti des services existants — tels que les consolidateurs d'exportation et l'appui à la documentation d'exportation — peut considérablement réduire les difficultés liées à l'entrée sur les marchés internationaux. Les groupes de soutien par les pairs et les consolidateurs d'exportation offrent aux micro-entreprises dirigées par les femmes la possibilité de se concentrer sur la production, tandis que les intermédiaires prennent en charge les certifications logistiques et réglementaires les plus risquées. Le développement de manuels techniques dans les langues locales, accompagnés d'organigrammes visuels, constitue un levier supplémentaire pour soutenir les entreprises dirigées par des femmes. Ces outils réduisent les barrières liées à l'alphabétisation et renforcent leur capacité à gérer elles-mêmes leurs processus de certification.

La numérisation représente également une porte d'entrée essentielle vers le commerce moderne. Bien que l'usage du téléphone mobile soit élevé chez les femmes, des lacunes importantes persistent dans l'accès à du matériel adéquat — comme les ordinateurs portables — ainsi qu'aux compétences techniques avancées, notamment la gestion automatisée des stocks ou le design graphique professionnel pour le e-commerce. Sans ces capacités, les micros et petites entreprises dirigées par des femmes peinent à construire des marques professionnelles capables de séduire des acheteurs internationaux.

4 Étape 4 : Support avancé dans la « Fenêtre de survie »

Les quatre premières années d'exportation constituent la « fenêtre de survie », une période critique durant laquelle un accompagnement soutenu est indispensable. Durant cette période, un mentorat avancé est nécessaire pour aider les femmes à gérer les cycles de trésorerie, à naviguer dans les accords commerciaux régionaux et à développer l'état d'esprit stratégique requis pour concurrencer sur les marchés internationaux.

Ensemble, ces quatre étapes garantissent que les micros et petites entreprises dirigées par des femmes bénéficient d'un soutien continu — non seulement de la part des mentors, mais aussi grâce à l'appui des agences gouvernementales. La réussite de cette approche repose sur une collaboration étroite entre les institutions publiques, les partenaires de développement et les entreprises participantes, afin d'assurer une mise en œuvre cohérente et durable.

Une étude de cas aux Philippines montre concrètement la préparation à l'exportation sensible au genre.

[Explorer l'étude de cas complète](#)

Faits Marquants du programme

Nous sommes ravis de partager les derniers outils, analyses et activités qui soutiennent votre parcours d'exportation vers le marché canadien.

Nouvelle ressource de webinaire



Exportation des aliments vers le Canada – Processus d'importation, exigences et soutien à l'exportateur

Le **22 avril 2026**, TFO Canada a organisé un webinaire conjoint avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) afin d'aider les exportateurs à mieux comprendre les exigences canadiennes en matière d'importation d'aliments. Ce webinaire visait à soutenir les petites et moyennes entreprises (PME) exportatrices à la recherche de conseils pratiques pour accéder au marché canadien des produits alimentaires.

Cette session a couvert les éléments suivants :

- Comment TFO Canada soutient les exportateurs grâce à ses services et outils en ligne.
- Les principales exigences canadiennes en matière d'importation alimentaire.
- Les analyses de l'ACIA portant sur la sécurité alimentaire et la conformité à l'importation.

👉 **Enregistrement du webinaire** : *disponible sur notre page "Webinaires".*

[Accéder au webinaire](#)

Nouvelles études de marché—mise à jour

TFO Canada a précédemment publié le document d'information sur le marché canadien du tourisme sortant, un guide pratique mettant en lumière les préférences des voyageurs canadiens ainsi que les considérations d'accès au marché pour les PME du secteur touristique dans les pays en développement.

Le document examine les principaux segments de voyageurs, les tendances régionales de la demande et les opportunités émergentes, aidant ainsi les destinations à s'aligner sur les attentes des voyageurs canadiens en matière d'expériences authentiques et significatives.



Désormais disponible en trois langues : anglais, français et espagnol



[Explorer l'intégralité de l'étude](#)

Participation de TFO Canada à SIAL Montréal 2026

Du 29 avril au 1^{er} mai 2026, TFO Canada a participé à **SIAL Montréal**, l'un des principaux salons nord-américains consacrés à l'innovation alimentaire et agroalimentaire.

La participation de TFO Canada a permis à l'équipe de :



1. Identifier les tendances émergentes en matière d'innovation alimentaire, de durabilité et de produits à valeur ajoutée.



2. Engager des acheteurs, distributeurs, prestataires de services canadiens et acteurs de l'écosystème dans les secteurs prioritaires de l'alimentation et de l'agroalimentaire.



3. Renforcer les relations avec les parties prenantes pertinentes pour les activités de projet en cours et à venir.

4. Valider les opportunités de marché pour les PME des pays en développement souhaitant entrer sur le marché canadien ou y renforcer leur présence.

Ces informations permettront aux PME d'ajuster plus efficacement leurs produits, leurs approches de conformité et leur positionnement commercial afin de mieux répondre aux attentes des acheteurs canadiens.

Vietnam | Renforcement d'une préparation inclusive à l'exportation

TFO Canada a signé un accord de mise en œuvre dans le cadre du projet Commerce pour une croissance économique résiliente, inclusive et durable avec l'Agence vietnamienne de promotion du commerce (VIETRADE) afin de soutenir une croissance commerciale inclusive et durable au Vietnam. Cette initiative renforce les institutions d'appui au commerce et aide les PME — en particulier les entreprises dirigées par des femmes et issues de groupes sous-représentés — à accéder aux marchés canadiens et internationaux, contribuant ainsi à des chaînes d'approvisionnement plus résilientes et plus efficaces.



En savoir plus : [TFO Canada et VIETRADE signent un accord de mise en œuvre de projet pour soutenir une croissance commerciale inclusive et durable au Vietnam](#)

Nos Nouveaux Membres de l'Équipe

Stéphane Roberge, Directeur de programme

Stéphane est Directeur de programme chez TFO Canada. Il possède plus de 25 ans d'expérience dans les affaires internationales et le développement, avec un travail approfondi en Afrique subsaharienne et au sein d'Affaires mondiales Canada. Sa carrière s'est concentrée sur la promotion d'une gouvernance inclusive et de la croissance économique par le biais du commerce, de l'intégration régionale et du développement axé sur l'agriculture, notamment à travers des affectations diplomatiques en Éthiopie et au Burkina Faso.



Avant de rejoindre TFO Canada, Stéphane a occupé des postes de gestionnaire de programme et de directeur adjoint au sein d'institutions fédérales, notamment Affaires mondiales Canada et Élections Canada, où il a dirigé des portefeuilles complexes de développement international et fourni des conseils stratégiques au niveau de la haute direction. Il a géré des programmes de plusieurs millions de dollars, supervisé des équipes multidisciplinaires et établi de solides partenariats avec des gouvernements, des organisations multilatérales et régionales, le secteur privé et la société civile.

Stéphane a collaboré étroitement avec divers partenaires bilatéraux et multilatéraux et a contribué à la conception de programmes, au dialogue politique et à l'élaboration de propositions de financement dans des contextes de développement variés. Il est titulaire d'une maîtrise en affaires internationales de l'Université Carleton et d'un baccalauréat en droit de l'Université Laval, et a été membre du Barreau du Québec pendant 18 ans. Il parle couramment le français, l'anglais et l'allemand.





Murtaza Ahmed, Agent de projet

Murtaza est Agent de projet chez TFO Canada. Il possède plus de 12 ans d’expérience en coordination et en gestion de projets dans le secteur du développement international, dont six ans au Bangladesh et plus de six ans au Canada. Au Bangladesh, il a travaillé pour Hunger Free World, une organisation à but non lucratif japonaise active en Afrique et en Asie du Sud.

Avant de rejoindre TFO Canada, Murtaza a occupé des postes clés dans la gestion de projets au sein d’un organisme à but non lucratif basé à Toronto, puis a dirigé plusieurs projets à Ottawa. Son travail s’est concentré sur la sécurité alimentaire durable au Bangladesh et, au Canada, sur l’intégration des immigrants sur le marché du travail et dans la communauté, ainsi que sur des programmes nationaux de développement de la main-d’œuvre dans les secteurs de l’électricité et des énergies renouvelables destinés aux jeunes et aux communautés autochtones. Il a collaboré avec des partenaires du secteur de l’hydroélectricité et des énergies propres à travers le Canada pour faire avancer ces programmes.

Murtaza a géré des projets de bout en bout financés par plusieurs ministères du gouvernement du Canada, notamment Ressources naturelles Canada (RNCan), Environnement et Changement climatique Canada (ECCC), Emploi et Développement social Canada (EDSC) et Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC). Il a également travaillé avec des bailleurs de fonds internationaux et de petites fondations. Il est titulaire d’un baccalauréat en sciences sociales, avec une spécialisation en anthropologie et en communication pour le développement, de l’Independent University au Bangladesh, et a suivi des formations en gestion de projets et de subventions, en intelligence émotionnelle au travail, ainsi qu’en planification, recherche et évaluation participatives.



EXEMPLE DE CAS : De l'intention à l'impact

Comment les institutions d'appui au commerce font avancer la préparation à l'exportation sensible au genre

Au cours des cinq dernières années, les institutions d'appui au commerce (IAC) travaillant avec TFO Canada ont opéré un virage délibéré vers une préparation à l'exportation sensible au genre, reconnaissant que les PME appartenant à des femmes ou dirigées par des femmes font face à des obstacles distincts et persistants dans l'accès aux marchés internationaux. Dans divers contextes, ces institutions ont transformé cette intention en action — en adaptant leurs systèmes, leurs services et leurs approches institutionnelles afin de mieux accompagner les PME dirigées par des femmes dans leur parcours d'exportation. Ce qui en ressort est une histoire convaincante de transformation institutionnelle, de soutien ciblé et de progrès tangibles pour les entrepreneuses.



Le défi

Dans divers contextes, les PME dirigées par des femmes ont été confrontées à des obstacles similaires : un accès limité aux réseaux d'exportation, un manque d'informations sur les marchés, des difficultés à satisfaire aux normes de certification et de qualité, ainsi qu'un écart persistant entre les formations reçues et la réalité opérationnelle. Dans de nombreux cas, les services de préparation à l'exportation n'étaient pas conçus en tenant compte des réalités spécifiques des femmes, et les institutions ne disposaient pas de données ventilées par sexe permettant de comprendre pleinement leur participation et leurs besoins. Avant de collaborer plus étroitement avec TFO Canada, certaines IAC ne disposaient pas de programmes structurés de préparation à l'exportation, tandis que d'autres s'appuyaient sur des services génériques qui excluaient involontairement les entrepreneuses de leur expansion internationale.

De la conscience à l'action : un changement institutionnel

Grâce à leur collaboration avec TFO Canada, les IAC ont entrepris de repenser intentionnellement leurs systèmes et leurs services. La collecte de données ventilées par sexe a été introduite afin d'identifier plus clairement les entrepreneuses et de mieux comprendre leurs besoins. Des plans d'action dédiés au genre ont permis aux institutions de passer d'un soutien généraliste à une prestation de services plus ciblée et intentionnelle.

La capacité institutionnelle a été renforcée grâce à la formation du personnel sur l'égalité des genres et son lien avec les résultats économiques, à une meilleure coordination interne et à la mise en place de partenariats formalisés — notamment avec les associations d'entreprises féminines. Ces évolutions ont élargi la portée des services et réduit l'isolement des entrepreneuses. De manière déterminante, les critères de sélection des programmes d'exportation ont été ajustés pour accroître la participation des PME dirigées par des femmes, leur offrant ainsi des opportunités structurées de préparation, de visibilité et d'accès au marché.

[En savoir plus](#)



www.tfocanada.ca
info@tfocanada.ca

TFO Canada est une organisation non gouvernementale à but non lucratif fondée en 1980 dont la mission est de catalyser la croissance économique grâce à des partenariats commerciaux durables et inclusifs pour les petites et moyennes entreprises (PME) des pays en développement. TFO Canada aide les PME et les Institutions d'Appui au Commerce (IAC) des pays en développement à accéder aux marchés internationaux en leur fournissant des informations, des conseils et des services de contact.

Ce bulletin d'information est produit grâce au soutien financier du gouvernement du Canada, par l'intermédiaire d'Affaires mondiales Canada.