

## EN QUOI LES MISSIONS COMMERCIALES CHANGENT LA DONNE



Heather Daymond,  
propriétaire, Shut Ur Pie Hole

L'année dernière, Heather Daymond a reçu une invitation à envoyer ses « tartes en pot » à des centaines de célébrités, dans le cadre des Emmy Awards, à Hollywood. Elle a alors compris qu'il fallait qu'elle accélère ses plans pour pénétrer le marché américain. N'étant pas le genre à manquer une occasion, la propriétaire de Shut Ur Pie Hole a constaté qu'il y avait une mission commerciale pour les femmes juste après les Emmys, elle s'est donc immédiatement inscrite.

« Je travaillais déjà avec le Service des délégués commerciaux à Winnipeg pour me préparer au marché américain, dit-elle. Puis il y a eu les Emmys, la mission commerciale et une invitation à participer à l'émission Sugar Showdown, du Food Network, et j'ai compris que je devais foncer. »

Ryan Kuffner, délégué commercial, a présenté à M<sup>me</sup> Daymond les différentes possibilités qui s'offraient à elle. Ils ont échangé au sujet des stratégies d'entrée sur le marché, par exemple le réétiquetage, l'exportation de la marque, la vente du produit dans des magasins ou en ligne.

« L'une des difficultés d'Heather était de savoir quelle était la durée de conservation de son produit. Elle n'avait pas de données précises à ce sujet. Je l'ai donc mise en contact avec des entreprises qui effectuent des essais de durée de conservation, explique M. Kuffner. Je l'ai également orientée vers un délégué commercial, aux États-Unis, qui l'a conseillée au sujet des exigences en matière d'étiquetage, de réglementation du commerce électronique et de logistique d'expédition. »

Pour se préparer à la conférence de développement des affaires pour les entrepreneures, « Go for the Greens », qui avait lieu en Floride, M<sup>me</sup> Daymond a travaillé avec l'équipe Femmes d'affaires en commerce international (FACI). « Elles m'ont aidée à me préparer pour tirer le meilleur parti de la mission commerciale - depuis mon bref argumentaire, que je devais raffiner pour qu'il trouve un écho auprès de clients éventuels, jusqu'aux clients éventuels qui allaient m'être présentés », raconte-t-elle.

Grâce aux rencontres interentreprises organisées par FACI à l'intention des participantes aux missions commerciales, M<sup>me</sup> Daymond a rencontré des acheteurs de Disney et leur a présenté son idée de « tartes en pots », qui peuvent s'offrir en guise de souvenirs de mariage ou de cadeaux d'entreprise.

« La rencontre avec les acheteurs de Disney était un tour de force. Je les ai convaincus de la qualité de mes produits, de la valeur ajoutée de mon entreprise et de la notoriété que j'ai acquise grâce aux Emmys et au Food Network, explique M<sup>me</sup> Daymond. Nos tartes sont comme celles que confectionnaient nos grands-mères. J'ai donc insisté sur le fait que les clients veulent des produits alimentaires faits maison et non transformés. Les acheteurs de Disney ont manifesté un intérêt sincère à bâtir une relation avec moi, et depuis, je suis régulièrement en contact avec eux. »

## SOYEZ DES NÔTRES POUR LES MISSIONS COMMERCIALES EN 2017

En 2017, FACI organisera trois missions commerciales centrées sur les femmes aux États-Unis. La mission commerciale des femmes d'affaires canadiennes à la conférence et foire commerciale annuelle du Women's Business Enterprise National Council (WBENC) aura lieu à Las Vegas en juin; la mission commerciale à la conférence de développement des affaires pour les entrepreneures, « Go for the Greens », aura lieu à Orlando, en septembre, tandis que le Sommet des femmes d'affaires de l'Amérique du Nord aura lieu à Atlanta, en octobre. Pour vous inscrire, consultez le site Web [femmesdaffairesencommerce.gc.ca](http://femmesdaffairesencommerce.gc.ca).



La mission commerciale FACI à la Conférence « Go for the Greens » axée sur le développement des entreprises dirigées par des femmes, à Orlando, en Floride (septembre 2016).

## LIBRE-ÉCHANGE AVEC L'UE

Grâce à l'Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'Union européenne (UE), les producteurs, les manufacturiers et les exportateurs canadiens, tous secteurs confondus ou presque, pourront exporter vers l'Europe comme jamais auparavant. Cet accord permettra d'éliminer ou de réduire les obstacles aux échanges commerciaux. Lorsque l'AECG sera pleinement mis en œuvre, 99 % des lignes tarifaires de l'UE applicables aux marchandises canadiennes seront exemptes de droits. Depuis les cosmétiques jusqu'aux équipements de construction, vos produits seront beaucoup plus concurrentiels.

Découvrez ce que cet accord réserve à votre entreprise.  
[international.gc.ca/AECG](http://international.gc.ca/AECG)

### LE SAVIEZ-VOUS

FACI a joué un rôle de premier plan récemment pour faciliter la signature du protocole d'entente entre le Canada, le Mexique et les États-Unis, visant à soutenir la croissance d'entreprises appartenant à des femmes en Amérique du Nord. L'objectif? L'avancement de l'égalité entre les sexes et de l'autonomie économique des femmes grâce à des partenariats, du soutien, de l'encadrement, des missions commerciales et des ressources qui aideront les entrepreneures à prendre contact avec des acheteurs et des fournisseurs.

[femmesdaffairesencommerce.gc.ca](http://femmesdaffairesencommerce.gc.ca)