



# RAPPORT ANNUEL

---

2021-2022



**GROUPE EXPORT**  
Agroalimentaire • Agri-food

ACCÉLÉRATEUR  
DE CROISSANCE  
À L'INTERNATIONAL

# MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

Chers membres,

C'est avec une grande satisfaction que nous vous présentons les résultats de l'année 2021-2022. Pour nos membres, les enjeux de chaîne d'approvisionnement, d'accès aux marchés, de main-d'œuvre, de logistique et d'inflation furent parmi les plus criants et d'une sévérité rarement vue dans le passé. Pour le Groupe Export, l'impossibilité de tenir les activités de développement en personne est demeurée un défi de taille, mais nous avons été en mesure de présenter une offre de service pertinente et diversifiée pour continuer à servir nos membres de façon structurée.

Dans ce cadre, notre équipe de développement de marchés a coordonné 39 activités en virtuel ou en présentiel, tels des salons commerciaux, des missions commerciales, etc., en plus d'offrir 14 activités de formation à plus de 360 participants et de veiller à la mise en œuvre du programme ZENiTH visant à accompagner les entreprises dans le développement de leur stratégie d'internationalisation. Le Groupe Export a également lancé le programme NomadLab, une initiative permettant d'obtenir des rétroactions de consommateurs étrangers dans un réel contexte d'usage.

Notre équipe Logistique et Transport a pour sa part vu son nombre d'utilisateurs bondir de 18%, alors que le service-conseil Étiquetage et Réglementation est arrivé à maintenir le cap, malgré une équipe réduite, en réalisant des mandats dont la complexité augmente constamment. Finalement, notre équipe des programmes gouvernementaux a travaillé de concert avec le MAPAQ afin de procéder à la refonte du programme Soutien aux exportations bioalimentaires, rendant disponibles plusieurs millions de dollars aux exportateurs.

Nous tenons ainsi à remercier chaleureusement l'ensemble de ces équipes ainsi que tout le personnel de soutien dont le travail quotidien permet d'atteindre les résultats consignés au présent rapport. Grâce au travail de tous, nous demeurons, année après année, la plus importante association d'exportateurs au pays.

Nous tenons également à remercier les membres du conseil d'administration qui offrent leur temps, leur expertise et leur expérience aux membres du Groupe Export.

Ensemble, nous nous efforçons d'anticiper les besoins des exportateurs bioalimentaires québécois afin de faire évoluer les services de l'association vers une constante réponse aux nouvelles réalités et une adaptation continue aux changements.

En ce sens, nous sommes heureux de pouvoir vous affirmer qu'un grand nombre des objectifs fixés dans le plan stratégique 2020-2023 sont, malgré l'ampleur de la situation pandémique, atteints ou en bonne voie de réalisation.

Finalement, nous remercions nos partenaires, Agriculture et Agroalimentaire Canada et le MAPAQ, dont le soutien et l'ouverture nous permettent d'innover dans notre offre de service et dans les occasions de développement de marché, d'intelligence d'affaires et de stratégies de commercialisation que nous mettons en place.

Nous sommes donc heureux de vous présenter un rapport annuel qui fait état d'une année sous le signe de l'adaptation durant laquelle nous avons également pu compter sur le soutien et l'implication de nos membres qui ont gardé confiance envers le Groupe Export et ont exploré avec ouverture les nouveaux projets et axes d'actions proposés. En effet, les interventions de toutes les parties prenantes de l'organisation permettent au Groupe Export de conserver sa position de leader des services d'exportation bioalimentaire au Québec et, pour cela, nous vous sommes reconnaissants.



**Simon Baillargeon**  
Président du conseil  
d'administration



**Martin Lavoie**  
Président-directeur  
général

# CONSEIL D'ADMINISTRATION



- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>1. SIMON BAILLARGEON</b><br>Président du conseil<br>Sollio Agriculture           | <b>6. DANIEL ALLARD</b><br>Administrateur<br>Fromages CDA Inc.          | <b>11. SYLVAIN RACETTE</b><br>Administrateur<br>Saladexpress Inc.             | <b>15. LORY WANG</b><br>Administratrice<br>Arctica Food Group<br>Canada Inc.  |
| <b>2. BILL SHEEHAN</b><br>Président ex-officio<br>E. Gagnon et Fils Ltée            | <b>7. SYLVAIN ALLARD</b><br>Administrateur<br>Veolia Water Technologies | <b>12. MATHIEU ROY</b><br>Administrateur<br>Emblème Canneberge                | <b>16. CAROLINE ROCHON</b><br><b>Observatrice</b><br>Agriculture et<br>Agroalimentaire<br>Canada                                |
| <b>3. LAURA BOIVIN</b><br>1 <sup>er</sup> vice-présidente<br>Fumoir Grizzly         | <b>8. JEAN-ROBERT LESSARD</b><br>Administrateur<br>Groupe Robert        | <b>13. LOUIS TURCOTTE</b><br>Administrateur<br>Financement<br>Agricole Canada | <b>17. SYLVAIN LACOMBE</b><br><b>Observateur</b><br>Ministère de l'Agriculture,<br>des Pêches et de<br>l'Alimentation du Québec |
| <b>4. JAIME GALAVIZ</b><br>2 <sup>e</sup> vice-président<br>Aliments Expresso Foods | <b>9. ANNE LETOURNEAU</b><br>Administratrice<br>Fruit d'or              | <b>14. SOPHIE V. BEAUCHEMIN</b><br>Administratrice<br>La Milanaise            |   |
| <b>5. KATELL BUROT</b><br>Trésorière<br>Carrément Tarte Inc.                        | <b>10. DENIS PAQUETTE</b><br>Administrateur<br>Vergers Paul Jodoin      |   |   |

# ÉQUIPE DE LA PERMANENCE

Au 31 mars 2022



- |  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>1. MARTIN LAVOIE</b><br>Président-directeur<br>général                                      | <b>6. CHRISTINE GINGRAS</b><br>Directrice, programmes<br>gouvernementaux         | <b>11. ISABELLE BOURGEOIS</b><br>Conseillère aux<br>communications               | <b>16. CATHERINE DINEL</b><br>Réceptionniste,<br>commis de bureau             |
| <b>2. DANIÈLE JALBERT</b><br>Vice-présidente,<br>service des finances<br>et administration     | <b>7. JULIE LANGLOIS</b><br>Directrice, étiquetage<br>et réglementation          | <b>12. VIVIANNE CAMERON</b><br>Conseillère à<br>l'exportation                    | <b>17. JEFFREY HOULE</b><br>Conseiller à l'exportation                        |
| <b>3. FRANÇOISE BEAUMIER</b><br>Directrice, services<br>corporatifs et services<br>aux membres | <b>8. CATHERINE RICHARD</b><br>Directrice, Logistique<br>et Transport            | <b>13. MARTINE CAYA</b><br>Agente service<br>à la clientèle et<br>administrative | <b>18. ÉMILIE MADORE</b><br>Agente logistique,<br>service transport           |
| <b>4. CLAUDIA CHARUEST</b><br>Directrice des<br>communications                                 | <b>9. AUDREY-ÈVE NÉRON</b><br>Directrice adjointe,<br>développement<br>de marché | <b>14. LYNE DESMARAIIS</b><br>Conseillère,<br>programmes<br>gouvernementaux      | <b>19. JESSICA POLIDORI</b><br>Technicienne, étiquetage<br>et réglementation  |
| <b>5. HICHAM EL GHISASSI</b><br>Directeur des marchés<br>internationaux                        | <b>10. NICOLE BORDELEAU</b><br>Technicienne comptable                            | <b>15. DENITSA DIMOVA</b><br>Conseillère, étiquetage<br>et réglementation        | <b>20. MICHELE RAYMOND</b><br>Commis à la comptabilité<br>et aux réclamations |

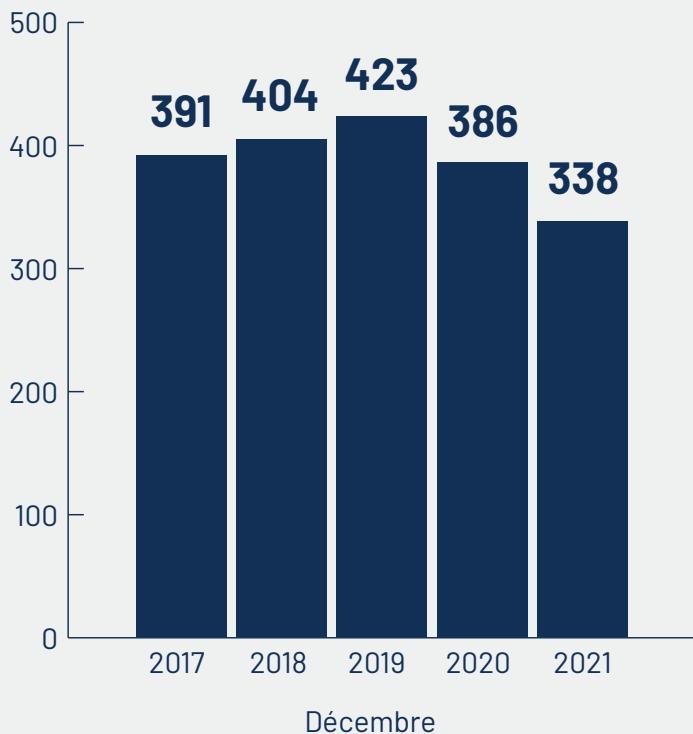
## ÉTAT DU MEMBERSHIP

L'année 2021-2022, à l'instar de la précédente, fût largement marquée par les aléas de la pandémie de COVID-19. Les entreprises exportatrices ont encore de nombreux enjeux à adresser et beaucoup d'incertitudes ont perduré quant à la tenue des activités internationales. C'est donc sans grande surprise que le taux de renouvellement s'en est trouvé diminué.

Cela étant, une campagne de renouvellement du membership bien structurée a été déployée, permettant de conserver plus de 300 membres exportateurs dans les rangs. Le Groupe Export est confiant d'assister à un rebond graduel dans le nombre de membres dès que la pandémie sera résorbée et que les activités à l'international reprendront. Cette croissance a d'ailleurs déjà débuté peu après la fin de l'année.



**Évolution du nombre de membres exportateurs**



Une année d'adhésion s'échelonne du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre. Les données présentées ci-dessus reflètent l'état de situation à la fin de l'année de recrutement.



- Montérégie – **88**
- Montréal – **82**
- Capitale-Nationale – **34**
- Laurentides – **24**
- Estrie – **21**
- Centre-du-Québec – **16**
- Gaspésie | Îles-de-la-Madeleine – **15**
- Laval – **12**
- Chaudière-Appalaches – **12**
- Lanaudière – **9**
- Saguenay-Lac-Saint-Jean – **9**
- Bas-Saint-Laurent – **5**
- Mauricie – **5**
- Côte-Nord – **4**
- Outaouais – **2**
- Abitibi-Témiscamingue – **0**
- Nord-du-Québec – **0**



- Fruits et légumes – **11 %**
- Alcool et breuvages – **10 %**
- Produits de boulangerie et desserts – **9 %**
- Sucre, confiserie, chocolat, érable et miel – **9 %**
- Aliments diététiques et végétaliens – **8 %**
- Collations et grignotines – **8 %**
- Huiles, soupes, marinades et condiments – **6 %**
- Céréales, farines et pâtes – **5 %**
- Mets préparés – **5 %**
- Poissons et fruits de mer – **5 %**
- Confitures et tartinades – **4 %**
- Épices et assaisonnements – **4 %**
- Viandes – **4 %**
- Noix, arachides et grains – **3 %**
- Produits laitiers et oeufs – **3 %**
- Soya et produits à base de soya – **2 %**



**Les membres du  
Groupe Export proposent  
une belle diversité de  
produits qui font rayonner  
toutes les régions du  
Québec à l'international.**



## DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

### SALONS COMMERCIAUX, MISSIONS COMMERCIALES ET RENCONTRES B2B

Devant une pandémie qui a perduré, les salons commerciaux en présentiel ont été plus rares, bien que la seconde moitié de l'année ait démontré des signes de reprise permettant la réalisation d'une dizaine d'activités en personne.

Le Groupe Export a continué de miser sur les avantages des activités virtuelles pour permettre à ses membres de développer leurs affaires à l'international.

Au total, 165 entreprises ont participé à ces activités, une augmentation de 31 % par rapport à l'année précédente.



**10**

salons commerciaux en présentiel



**29**

activités virtuelles



**165**

entreprises accompagnées



Une augmentation de 31 %

### Deux nouveaux salons pour le Groupe Export

#### SIAL America

Le Groupe Export était l'organisateur du pavillon canadien lors de la toute première édition du SIAL America, le seul salon généraliste américain de l'alimentation et des boissons. Dans ce cadre, les entreprises ont pu rencontrer un nombre intéressant de sociétés qui cherchent à importer des marques alimentaires internationales.

#### Supply Side West

Pour la première fois cette année, le Groupe Export participait au Supply Side West, le plus grand rassemblement de professionnels de la nutrition en sol américain. Les entreprises participantes ont été plus que satisfaites de cet événement portant sur la science et la stratégie autour du développement de produits finis.

### ECRM (Efficient Collaborative Retail Marketing)

Le Groupe Export a orchestré 22 événements virtuels ECRM avec des acheteurs présélectionnés et qualifiés pour 47 entreprises participantes. Au total, c'est plus de 950 rencontres individuelles, représentant une bonne façon de tester le marché sans se déplacer et de découvrir les chaînes régionales aux États-Unis.



**970**

rencontres B2B

### RangeMe Premium

RangeMe est une plateforme en ligne utilisée par les acheteurs américains pour découvrir de nouveaux produits qui répondent à leurs critères. À travers cet outil, les entreprises québécoises augmentent leur visibilité auprès de ces acheteurs, reçoivent des alertes lorsque des acheteurs recherchent des produits dans leur catégorie et peuvent leur faire parvenir des soumissions directement. En cours d'année, 13 entreprises se sont prévenues du tarif préférentiel offert par le Groupe Export pour l'activation de leur profil Premium.

# INTELLIGENCE DE MARCHÉ

Par l'entremise de divers programmes d'internationalisation, le Groupe Export permet à ses membres de bénéficier d'une connaissance fine d'un marché cible, d'obtenir des rétroactions rapides et de disposer de données précises permettant de développer des stratégies de développement international efficientes et structurantes.



Propulsé par FAC, la Banque Nationale et le Fonds de solidarité FTQ, le programme ZENiTH est une solution clé en main qui se découpe en quatre phases permettant de valider le potentiel d'une entreprise sur un marché et d'ajuster sa stratégie de développement commercial.

En 2021-2022, le Groupe Export a supervisé la réalisation de mandats en quatre phases pour 16 entreprises sur les marchés de la Chine, des États-Unis et de la France pour un total de 40 phases réalisées.



## NomadLab<sup>TM</sup>

NomadLab, élaboré en collaboration avec la firme de validation de marchés inBe<sup>®</sup>, offre des rétroactions ciblées en temps réel par l'entremise d'envois de produits directement à des consommateurs présélectionnés.

Au total, 7 entreprises ont formé les cohortes de la première offensive qui visait les marchés de Toronto et de Vancouver.



## Accès aux données de NielsenIQ via Byzzer

Les exportateurs ont recours à de précieuses données pour réaliser leurs études de marchés, élaborer leurs stratégies, monitorer leurs ventes et ultimement, s'assurer de demeurer compétitifs sur les marchés internationaux.

Dans l'optique d'en assurer l'accessibilité pour ses membres, le Groupe Export a mis en place un partenariat permettant d'avoir accès aux données de NielsenIQ pour le marché des États-Unis à travers la nouvelle plateforme Byzzer.

Grâce au soutien financier d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et du MAPAQ, les entreprises auront accès aux données NielsenIQ sur plus de 1 000 marchés, incluant des listes complètes de détaillants, de régions, de canaux, etc., et ce, à un tarif subventionné.



Accès à plus de 1 000 marchés NielsenIQ

## Service-conseil à l'exportation

Le service-conseil à l'exportation a pris tout son sens cette année alors que l'équipe a assuré la liaison entre les exportateurs et les marchés internationaux, a conseillé les entreprises confrontées à divers défis et a créé des liens avec les représentations québécoises et canadiennes à l'étranger.





## LOGISTIQUE ET TRANSPORT



### Partout sur la planète, en toute simplicité

Si l'année 2020-2021 avait été marquée par une augmentation fulgurante des ventes en ligne, la réouverture des commerces en 2021-2022 a stabilisé cette croissance.

La plateforme Novia conserve tout de même sa popularité auprès des membres pour revenir à une moyenne annuelle de 25 000 envois, en adéquation avec un volume normal pré-pandémie.



**25 000**  
envois de colis réalisés



**5**  
transporteurs  
partenaires  
(+1 en 2021-2022)



**18 %**  
Taux d'augmentation  
des utilisateurs  
de la plateforme

### Vers une plateforme Novia 2.0

Dans une optique d'amélioration continue et un souci constant de répondre aux besoins des membres, l'équipe Logistique et Transport planche déjà sur la mise en œuvre d'une refonte de la plateforme Novia. Cette version 2.0 permettra d'améliorer l'expérience client, d'adapter la plateforme aux nouvelles technologies et d'offrir un plus grand nombre de services, tels le commerce électronique, les charges partielles (palettes), etc.

### Soutien aux cohortes NomadLab

L'équipe Logistique et Transport a mis son expertise à contribution dans le cadre du programme NomadLab. Elle a assuré la gestion de près de 400 envois en trois semaines en s'assurant d'optimiser les temps de transit pour préserver la qualité des produits une fois arrivés à destination. Le programme NomadLab visant à recueillir la rétroaction de consommateurs, le respect de l'intégrité des produits représente une composante essentielle qui ne peut être laissée au hasard.

### Service de consolidation

Lors d'un salon commercial, le Groupe Export prend en charge les produits des exposants de leur entrepôt jusqu'à leur kiosque. Le service Logistique et Transport gère habituellement une vingtaine d'envois consolidés annuellement au profit de près de 200 entreprises.

Signe d'une certaine reprise des activités, l'équipe a orchestré 4 consolidations dans la seconde moitié de l'année, soit pour le China Fisheries and Seafood Expo, le New York Produce, le salon ANUGA et le tout premier SIAL America.



# ÉTIQUETAGE ET RÉGLEMENTATION



**112**  
entreprises



**233**  
mandats



**42**  
membres exportateurs

**165** mandats en  
réglementation canadienne

**62** mandats  
en réglementation  
américaine

**6** mandats  
pour les deux  
réglementations



**Une augmentation de 24 %**

## Des mandats plus étoffés

Dans la dernière année, plusieurs des mandats confiés à l'équipe étaient plus substantiels qu'antérieurement. En effet, à l'intérieur d'un même mandat, le nombre de révisions d'emballage, de tableaux de la valeur nutritive et de listes d'ingrédients a régulièrement été plus élevé, augmentant ainsi la complexité des mandats.

## Une constance dans les mandats

Malgré une réduction temporaire de l'équipe Étiquetage et Réglementation, celle-ci a su maintenir le cap et poursuivre sa mission d'accompagner les membres au cours de la dernière année. Soulignons également que l'équipe a réalisé des mandats plus costauds, et ce, pour un même nombre total. Un véritable tour de force !

## Suivi sur la nouvelle réglementation canadienne

La période de transition de cinq ans pour se conformer à la nouvelle réglementation canadienne (Phase II) étant terminée depuis le 14 décembre 2021, les anciennes exigences ne s'appliquent désormais plus et ont fait place aux nouvelles. Les entreprises agroalimentaires ont donc continué de se conformer durant toute l'année, ce qui explique que le nombre de mandats est demeuré relativement stable pour l'équipe.

Pour la suite, il faut savoir qu'à compter du 15 décembre 2022, et ce, jusqu'au 14 décembre 2023, les entreprises devront s'être conformées aux nouvelles exigences ou démontrer à l'ACIA, à l'aide d'un plan détaillé, l'ensemble des mesures à apporter afin de se conformer avant ou le 14 décembre 2023. Ceci étant dit, il y a lieu de croire que les mandats afflueront encore cette année pour l'équipe Étiquetage et Réglementation.



## SOUTIEN FINANCIER

Les activités réalisées par le Groupe Export sont rendues possibles grâce au soutien financier des deux paliers de gouvernement dans le cadre du **Partenariat canadien pour l'agriculture**.

PARTENARIAT  
CANADIEN pour  
l'AGRICULTURE

Canada Québec

### Fonds à l'exportation

Les sommes réservées par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) proviennent d'une entente de **8 M\$** sur deux ans et supportent des activités collectives ou individuelles.

### Programme Agri-Marketing

Les sommes en provenance d'Agriculture et Agroalimentaire Canada sont octroyées dans le cadre d'une entente totale de **3,3 M\$** sur deux ans et sont réservées à des projets collectifs.

## VOLET GÉNÉRIQUE SOUTIEN À LA RÉALISATION D'ACTIVITÉS COLLECTIVES

Dans le cadre des activités collectives, telles que les salons commerciaux, les missions exploratoires, les formations, les rencontres B2B et les activités de réseautage notamment, les sommes investies proviennent de deux enveloppes distinctes, soit le Fonds à l'exportation au provincial et le programme Agri-Marketing au fédéral.

### Total des investissements pour les projets collectifs

	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022 <sup>1</sup>
<b>Agri-Marketing (AAC)</b>	1528 061 \$	1235 792 \$	1530 329 \$	735 438 \$	1 100 000 \$
<b>Fonds à l'exportation (MAPAQ)</b>	1 500 000 \$	1 500 000 \$	1 500 000 \$	1 087 829 \$	1 004 000 \$
<b>Fonds de résorption<sup>2</sup></b>	627 530 \$	311 917 \$	178 411 \$	0 \$	0 \$
<b>TOTAL DES INVESTISSEMENTS</b>	3 655 591 \$	3 047 709 \$	3 408 740 \$	1 823 267 \$	2 104 000 \$

<sup>1</sup>Ces sommes sont des prévisions puisque plusieurs dossiers étaient toujours en traitement au moment de diffuser ce rapport.

<sup>2</sup>Les sommes 2017-2018, 2018-2019 et 2019-2020 sont plus élevées compte tenu de la résorption de sommes non-réclamées au « Volet individuel ». Notons que le Fonds de résorption n'existe plus depuis l'année 2021-2022, puisque les sommes non-attribuées sont désormais reportées à l'année suivante.

# VOLET INDIVIDUEL

## PROGRAMME SOUTIEN AUX EXPORTATIONS BIOALIMENTAIRES (SEB)

Issu du Fonds à l'exportation, le programme d'aide individuelle Soutien aux exportations bioalimentaires vise à accélérer les projets de développement de marchés hors Québec des entreprises bioalimentaires québécoises.

### 4,5 M\$

Sommes octroyées  
dans la dernière année  
du programme

Le programme SEB était en refonte lors de l'année 2021-2022. L'équipe s'est ainsi attardée à la gestion des 4 487 543 \$ octroyés pour un total de réclamation de 3 263 199 \$.

### 73%

Taux de réclamation  
de la dernière année  
du programme

Il s'agit d'une amélioration de 6 % du taux de réclamation qui peut s'expliquer par plusieurs facteurs, dont la flexibilité accrue du programme, la préparation des entreprises et la proactivité de l'équipe de gestion.

### Total des investissements pour les projets individuels

	2018-2019		2019-2020		2020-2021	
	#	\$	#	\$	#	\$
<b>Dossiers reçus</b>	119	7 468 235	20	695 961	109	5 866 321
<b>Dossiers acceptés</b>	86	4 877 362	15	476 989	85	4 487 543
<b>Sommes disponibles</b>	-	3 000 000	-	1 000 000	-	3 400 000
<b>Sommes réclamées</b>	82	3 197 202	15	394 221	75	3 263 199
<b>Sommes non réclamées</b>	-	(197 202)	-	605 779	-	136 801

Historiquement, les sommes octroyées ne sont pas complètement réclamées. Ainsi, un dépassement de 30 % par rapport aux fonds disponibles a toujours été accepté.

### Refonte du programme SEB

Au cours de l'année 2021-2022, l'équipe du Groupe Export a collaboré avec le MAPAQ à la refonte du programme SEB. Cette nouvelle mouture bénéficiera d'une enveloppe de 7 M\$ sur 2 ans pour le soutien de projets individuels. Elle placera les exportateurs en bonne position;

l'enveloppe budgétaire sera bonifiée, des activités admissibles seront ajoutées, certains critères financiers d'évaluation seront modifiés, les grandes entreprises seront dorénavant admissibles et les octrois maximaux seront augmentés.



À sa troisième édition en 2021, les Prix Alizés ont attiré plusieurs excellentes candidatures, rendant la tâche difficile à notre jury composé d'experts reconnus dans le domaine de l'exportation agroalimentaire.

À nouveau en 2021, les Prix Alizés ont été octroyés lors d'une cérémonie virtuelle en octobre 2021, en marge du SIAL Canada. Cette diffusion Web a permis de rejoindre une plus grande audience à travers le pays et de faire rayonner encore plus les entreprises exportatrices.

Les Alizés visent à célébrer les réussites des entreprises agroalimentaires canadiennes qui se démarquent sur les marchés internationaux grâce à l'excellence des stratégies d'exportation qu'elles mettent en place.

+8 000  
visionnements du  
dévoilement des finalistes



+16 000  
visionnements du  
dévoilement des lauréats



4 000 000  
Portée totale des  
campagnes publiques

⚠️ Augmentation de 1 M



### La Petite Bretonne Distribution

**LAURÉAT**

Catégorie Petite et Moyenne entreprise



### La Corporation des produits de l'érable

**LAURÉAT**

Catégorie Grande entreprise

## Merci aux partenaires des Prix Alizés 2021

FAC | MAPAQ | Inno-centre  
Sophie Côté Assurance-Crédit Inc. | L'actualité ALIMENTAIRE  
Agro Québec | SIAL Canada



## FORMATIONS ET SÉMINAIRES

Malgré la multiplication des webinaires de tout acabit, les activités de formation du Groupe Export ont attiré des centaines de participants. Ces activités sont une occasion efficace de permettre aux membres de bonifier leurs connaissances en matière d'exportation au moyen de séances d'information, de conférences et de formations diverses.



**14**  
activités  
de formation



**362**  
participants

## SERVICES CORPORATIFS ET SERVICES AUX MEMBRES

Au cours de l'année 2021-2022, le Groupe Export a mis en place une direction des services corporatifs et services aux membres. Au-delà de la réorganisation des services corporatifs et du développement des nouveaux outils de gestion, la portion services aux membres se verra bonifiée par de nouveaux services et une approche structurée.

### Une première réussite : l'implantation d'un CRM

Dans le but d'optimiser la gestion de ses membres, de faciliter les suivis et d'améliorer les processus et les opérations à l'interne, un outil CRM (*Customer Relationship Management*) a été implanté au Groupe Export. En centralisant les activités du Groupe et les informations recueillies sur ses membres, cet outil de travail commun facilite et améliore déjà grandement les communications entre tous les membres du personnel.

De plus, l'analyse des contacts importés au CRM ActiveCampaign permet d'élaborer une meilleure segmentation permettant des envois plus ciblés à notre auditoire.

# COMMUNICATIONS

## NOUVEAUX MODÈLES DE COMMUNICATION ALIGNÉS AVEC L'IMAGE DE MARQUE

À la suite du dévoilement de sa nouvelle image de marque, l'équipe du Groupe Export s'est affairée à actualiser ses divers outils de communication, dont ses envois hebdomadaires Au Programme, son infolettre mensuelle, etc.

Notons par ailleurs que l'adoption du CRM ActiveCampaign permet d'encore mieux évaluer et monitorer les interactions et donc le niveau d'intérêt des membres pour les contenus.

D'ailleurs, dans le but d'offrir une visibilité supplémentaire à nos membres service, une rubrique de l'infolettre spécifique a été ajoutée cette année, mettant en valeur mensuellement trois de nos membres service; une nouveauté qui est très appréciée !



**30 %**

Taux d'ouverture moyen des envois



**6 %**

Taux d'engagement moyen des membres par rapport aux contenus

## OFFENSIVES DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

Parmi les offensives mises en place, notons :

- Participation à diverses conférences et événements, dont
  - Sommet agroalimentaire Les Affaires
  - Webinaire Perspectives du marché agroalimentaire par Desjardins
  - Repenser l'industrie alimentaire par Fidelio
  - Forum stratégique des Éleveurs de porc du Québec
- Rédaction d'articles de fond publiés dans L'actualité ALIMENTAIRE
- Présence sur les plateformes d'Agro Québec
- Investissements dans Les Affaires
- Actions de relations de presse atteignant une portée estimée à plus de 8 M.



**8 M**

Portée des actions de communication marketing

Les internautes ont également conservé leur intérêt pour les présences du Groupe Export sur les plateformes sociales.



**5 %**

Taux d'engagement moyen des abonnés à la page LinkedIn



**15 %**

nouveaux abonnés LinkedIn en 1 an



**+100 000**

vues de publications sur LinkedIn

Dans la réalisation de sa mission et de ses activités, le Groupe Export est heureux de compter sur le soutien financier et la confiance d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.



Québec

Canada

Le Groupe Export tient également à remercier ses collaborateurs et partenaires.



**Groupe Export agroalimentaire Québec-Canada**

1971, rue Léonard-De Vinci

Sainte-Julie (Québec) J3E 1Y9

450 649-6266 | 1800 563-9767

[groupexport.ca](http://groupexport.ca)

 Suivez-nous!