gimxport
partenaire sans limite

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2013 -2014

TABLE DES MATIÈRES

02 Mot du ministre de Développement économique Canada
03 Mot du caucus du Parti libéral de la région de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
04 Mot du président du conseil d'administration
05 Mot du directeur général
06 Qui sommes-nous?
07 Faits saillants
08 Missions de groupe
13 Missions individuelles
15 Projets spéciaux
21 Membres du conseil d'administration
22 Les membres 2013-2014
24 Foire aux questions
26 On parle de nous
28 Remerciements

Ministre de l'Infrastructure, des Collectivités et des Affaires intergouvernementales, et ministre de l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec

Minister of Infrastructure, Communities and Intergovernmental Affairs and Minister of the Economic Development Agency of Canada for the Regions of Quebec

Message de l'honorable Denis Lebel

La vision et le dynamisme des entrepreneurs ont une importance déterminante dans le développement économique des régions du Québec. Dans le contexte économique actuel, le maintien et la création d'emplois passent par des projets d'échanges commerciaux avec les marchés étrangers.

Le Canada compte sur les exportations pour stimuler la croissance de son économie. En 2013, les exportations canadiennes se chiffraient à plus de 417 milliards de dollars.

Par son appui financier à GÎMXPORT, notre gouvernement aide les exportateurs de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine à diversifier leurs marchés et à améliorer leur compétitivité dans leur secteur d'activité respectif. C'est connu, les PME contribuent pour beaucoup à l'économie des collectivités où elles sont établies. Pour preuve, l'activité économique des entreprises de la région s'est élevée à plus de 2,7 milliards de dollars en 2013.

Je tiens à féliciter GÎMXPORT pour le travail colossal qu'il accompli pour accroître la capacité des PME de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine à développer leurs marchés. Comme en témoigne avec éloquence ce rapport annuel, l'organisme est un véritable levier de développement économique et social.

Bonne lecture!

Message from the honourable Denis Lebel

The vision and dynamism of entrepreneurs are of paramount importance to the economic development of Quebec's regions. In the current economic context, job creation and maintenance is achieved through commercial trade projects with foreign markets.

Canada counts on export activity to stimulate its economic growth. In 2013, our national exports stood at over $417 billion.

By lending financial support to GÎMXPORT, our government is helping Gaspésie and Îles-de-la-Madeleine exporters diversify their markets and become more competitive in their respective sectors. It is an established fact that small and medium-sized enterprises contribute significantly to the economy of the communities in which they are based. There is no greater evidence of this than in the over $2.7 billion in economic activity recorded by the region's enterprises in 2013.

I congratulate GÎMXPORT for the colossal job it has done in helping Gaspésie and Îles-de-la-Madeleine SMEs raise their capacity to develop new markets. This annual report is eloquent testimony of the role it has acquired as a key lever of social and economic development.

Happy reading!

MOT DU CAUCUS LIBÉRAL
GASPÉSIE–ÎLES-DE-LA-MADELEINE

C'est avec fierté que nous joignons notre voix afin de vous souhaiter une assemblée générale productive qui sera certes l'occasion de poser un regard positif sur les projets et missions de la dernière année de GIMXPORT et ceux à venir. Le dynamisme et la réputation de votre organisme, de votre équipe ainsi que de tous vos membres contribuent au développement et au rayonnement des entreprises gaspésiennes et madeliniennes sur les marchés internationaux.

La mission de GIMXPORT est tout à fait compatible avec les objectifs de la stratégie maritime de notre gouvernement. Grâce à la collaboration de tous les acteurs de l'industrie maritime, que ce soit, entres autres, l'industrie des pêches et de l'aquaculture, les centres de formation ou les chantiers maritimes, nous pourrons davantage développer cette richesse qu'est le fleuve Saint-Laurent.

La première stratégie maritime de l'histoire du Québec vise, notamment, à stimuler l'économie du Québec, de toutes les régions côtières du fleuve Saint-Laurent, de l'estuaire et du golfe tout en créant 30 000 nouveaux emplois en plus de générer des investissements privés de plus de 4 milliards de dollars d'ici 2030. Nous souhaitons que GIMXPORT et vos membres puissent participer à ce projet porteur qu'est la stratégie maritime!

Jean D'Amour
Député de Rivière-du-Loup–Témiscouata
Ministre délégué aux Transports et à l'Implantation de la stratégie maritime
Ministre responsable de la région du Bas-Saint-Laurent
Ministre responsable de la région de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine

Germain Chevarie
Député des Îles-de-la-Madeleine
Adjoint parlementaire du ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (volet pêches et aquaculture)
Adjoint parlementaire du ministre responsable de la région de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine

MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Au nom du conseil d'administration de GIMXPORT, je suis heureux de vous présenter les grandes activités qui se sont déroulées au sein de notre organisation en 2013 et de vous dresser un portrait des défis majeurs qui nous attendent en 2014.

L'année 2013 qui s'est terminée fut la première de la mise en œuvre de notre nouvelle planification stratégique 2013-2015. Pour sa première année de mise en application, nous avons réussi à faire évoluer les différents axes de ce plan. Je vous rappelle qu'il repose sur : une offre de service hors pair à nos membres, un service d'accompagnement en marketing et en commercialisation, la reconnaissance de GIMXPORT comme organisme régional en exportation pour le domaine des pêches à l'international et le maintien de la performance de notre organisation en matière de services à l'international. Le rapport du directeur général vous donnera plus de détails sur les actions menées en 2013.

Je tiens toutefois à attirer votre attention sur un élément reliant toutes ses actions, soit le grand intérêt de l'équipe et de l'organisation à travailler à l'atteinte des objectifs d'affaires de nos membres. Les actions de GIMXPORT visent à soutenir le développement de ses entreprises membres de façon à ce que, globalement, la région de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine progresse sur le plan économique.

Que ce soit par la mise en œuvre de la stratégie d'optimisation du transport en Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine, par l'accueil d'acheteurs chinois, par différentes missions de groupe ou individuelles d'entreprises, par la continuation du projet « homard » ou encore par l'accompagnement personnalisé en matière de commercialisation ou la réalisation d'études de marché, nous avons réussi à faire évoluer nos membres et à créer de la richesse chez nous.

Au point de vue organisationnel, notre niveau d'activités a augmenté considérablement comme en témoigne une progression de près de 35 % du chiffre d'affaires depuis 2012 et de 20 % de son effectif. Afin de soutenir ce volume de travail, tout comme en 2013, nous avons dû revoir notre équipe et recruter de nouvelles ressources. Nous avons fait le choix d'embaucher un technicien comptable à temps complet, M. Mathieu Quirion, d'une part pour prendre le relais de Mme Nathalie Dupuis, et d'autre part pour dégager notre directeur général d'une partie de ses tâches administratives. Il pourra ainsi se consacrer davantage au développement de l'organisation. Nous sommes d'ailleurs toujours en mode prospection afin de bonifier notre équipe des meilleurs talents.

Pour ce qui est de l'année 2014 qui commence, elle compte des défis importants, à débuter par le travail concernant le renouvellement du financement des groupes d'exportation. Les négociations avec les gouvernements provincial et fédéral vont s'amorcer pour l'après 2015 et nul doute que GIMXPORT jouera un rôle important au niveau provincial par le regroupement Commerce international Québec. Au cours de cette nouvelle année, nous poursuivrons la mise en œuvre de notre plan d'action et nos efforts nos efforts pour la mise en place de projets majeurs dans lesquels nous comptons nous impliquer. De plus, nous travaillerons au montage d'un gala à l'exportation pour souligner les 20 ans de GIMXPORT. Du côté administratif, nous aurons à renouveler l'entente de travail de notre personnel ainsi qu'à terminer le travail amorcé pour la révision de nos statuts, devenus désuets après 20 ans. De nouveaux règlements généraux vous seront soumis à l'assemblée générale de 2015.

D'autre part, je tiens à remercier les administrateurs pour leur participation et leur dévouement soutenus au sein du conseil d'administration, ainsi que l'excellent travail de nos employés. Leur appui et leur vision de la mise en valeur de notre grande région sont essentiels pour la réussite des actions de GIMXPORT et de ses entreprises membre.

En terminant, je souhaite remercier, au nom du conseil d'administration et des membres de l'organisation, les partenaires financiers qui nous soutiennent depuis nos débuts. Ces partenaires sont Développement économique Canada, le ministère des Finances et de l'Économie, la Conférence régionale des élus Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine ainsi que le ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire.

Bonne assemblée générale annuelle 2014 à tous.

Guy Pardiac
Président, GIMXPORT

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'année 2013-2014 démontre encore une fois l'efficacité de GIMXPORT à assurer un accompagnement hors pair à ses membres en plus d'instaurer des projets porteurs de retombées pour la région.

Comme mentionné par le président dans son mot, notre organisation est en expansion. Depuis trois ans, nous sommes davantage impliqués dans des dossiers de plus grande envergure en raison de notre capacité à réaliser les livrables attendus. Des projets tels que la Stratégie d'optimisation du transport, la coordination de l'Association bois d'apparence Gaspésie, le rôle de premier répondant QWEB, la mise en œuvre de la diversification des marchés du homard à l'international, l'organisation d'accueils d'acheteurs étrangers, la région numérique, la plateforme internationale, le projet de main-d'œuvre étrangère et l'accompagnement personnalisé à la commercialisation ne sont là que des exemples qui démontrent que nous avons l'expertise pour les mener à terme.

Comme les besoins augmentent, je désire m'assurer que l'équipe soit toujours en mesure d'offrir un service adéquat et professionnel à nos membres. Pour y parvenir, nous avons implanté des outils de travail Web performants tels TeamLab et Dropbox. Ces outils facilitent le travail et permettent aux membres de l'équipe d'avoir un accès complet aux dossiers du bureau, peu importe l'endroit où ils se trouvent.

De plus, avec l'aval du conseil d'administration, nous avons procédé à un réaménagement du bureau afin d'accueillir trois postes de travail supplémentaires et ainsi améliorer l'utilisation de l'espace. J'ai aussi profité de l'occasion pour aménager mon bureau à partir des produits du bois d'apparence des entreprises de la région.

Sur le plan corporatif, nous avons actualisé nos outils de communication. Nous avons procédé à une refonte de notre site Web avec la préoccupation de mettre à l'avant-plan nos membres, soit des entreprises de la région, qui y ont toutes une fiche descriptive. Ces fiches nous seront très utiles lors de participations à des foires commerciales. Aussi, nous avons complété notre plan de communication et avons amorcé la mise en œuvre de la stratégie.

En prenant connaissance de notre rapport d'activités, vous serez en mesure de constater que nous continuons à livrer des résultats tangibles qui contribuent au rayonnement économique et social de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine.

En terminant, je tiens à remercier nos partenaires financiers pour leur excellent soutien et leur confiance témoignée envers GIMXPORT. Je souhaite également, comme directeur général, profiter de cette tribune pour souligner le soutien indéfectible du regretté président de la Conférence régionale des élus, M. Bertrand Berger, afin d'assurer la poursuite du mandat de GIMXPORT.

Gino Cyr
Directeur général, GIMXPORT

QUI SOMMES-NOUS?

GIMXPORT offre du soutien à l'exportation et à la commercialisation hors région aux entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, agissant comme un véritable levier de développement économique et social.

En plus d'instaurer différents projets spéciaux, l'organisme propose à ses membres :

- Des services-conseils d'accompagnement;
- Des séances d'information et de formation;
- L'organisation de missions commerciales de groupe ou individuelles.

Notre organisation compte actuellement 106 membres, en majorité des PME exportatrices de tous les secteurs d'activité de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine, et son conseil d'administration est composé de leaders de la région, surtout d'entrepreneurs.

À l'écoute des besoins de ses membres, GIMXPORT est une organisation rassembleuse, entreprenante, visionnaire, proactive et impartiale.

Mission

Offrir aux entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine un service d'accompagnement à l'exportation, au marketing et à la commercialisation dans le but de contribuer au développement durable de la région par la croissance des échanges internationaux.

Vision

Être l'interlocuteur privilégié en matière d'échanges internationaux en Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine.

Valeurs

GIMXPORT est une organisation rassembleuse, à l'écoute des besoins de ses membres, entreprenante, visionnaire et proactive, en plus d'être impartiale.

L'équipe

L'équipe de GIMXPORT se distingue par son expertise, son dynamisme et son caractère.

LES FAITS SAILLANTS

Des retombées directes considérables pour la région!

Ventes réelles des entreprises : 12 071 000 $
Ventes potentielles des entreprises : 13 724 500 $
Investissements des entreprises : 282 000 $

Interventions en service-conseil

- 96 accompagnements d'entreprises réalisés par GIMXPORT
- 72 entreprises différentes ayant bénéficié d'un service d'accompagnement personnalisé de GIMXPORT

Deux (2) séances de formation ou d'information

- La contention du homard vivant par Aquabiotech
- Le journée Bois. Conférences et réseautage en présence de M. Sylvain Labbé, directeur du Bureau de la promotion des produits du bois du Québec (QWEB)

Trente-quatre (34)

- 27 missions individuelles
- 6 missions de groupe
- 1 accueil d'acheteurs

Neuf (9)

1. Logistique de transport
2. Commercialisation du homard sur de nouveaux marchés
3. Main-d'œuvre étrangère
4. Association bois d'apparence Gaspésie
5. Répondant de première ligne QWEB Groupe régions
6. Planification et mise en œuvre de la stratégie de communication
7. Accompagnement spécialisé à la commercialisation
8. Dépôt d'un projet pour l'obtention d'une enveloppe régionale secteur pêche
9. Dépôt d'un projet de campagne promotionnelle sur le homard

MISSIONS DE GROUPE

EUROPEAN SEAFOOD EXPOSITION

Lieu : Bruxelles, Belgique
Dates : Du 23 au 25 avril 2013

C'est du 23 au 25 avril dernier que s'est déroulée la plus grande foire commerciale du monde pour le secteur des pêches : la European Seafood Exposition de Bruxelles. Dans le cadre de cet événement, GIMXPORT a organisé une mission commerciale et a accompagné plusieurs industriels de la Gaspésie.

Les représentants de la délégation étaient les suivants :

- M. Bill Sheehan, Dégust-Mer
- M. Martin Lapierre, Crustacés de Malbaie et La Crevette du Nord Atlantique inc.
- Mme Rachel Tardif, Gaspé Cured
- Mme Dawn Murray, Les Producteurs/Pêcheurs du sud de la Gaspésie
- M. Maxime Smith, Unipêche MDM
- Mme Cathy Poirier, Fumoir Monsieur Émile
- M. Alain Méthot, Fumoir Monsieur Émile
- Mme Priscilla Doiron, GIMXPORT
- Mme Pascale Allain, GIMXPORT

Que ce soit pour la diversification sur de nouveaux marchés ou bien pour renouveler les commandes avec les clients actuels et fournisseurs, comparer les produits et les prix ou suivre les nouvelles tendances et technologies, la présence à cette foire en tant qu'exposant ou visiteur est une occasion d'affaires d'importance.

Résultats

Des ventes fermes d'une valeur de 6 686 000 $ ont été réalisées des ventes potentielles de 650 000 $ sont à prévoir.

MISSIONS DE GROUPE

Lieu : Barcelone, Espagne
Dates : Du 22 au 24 octobre 2013

GIMXPORT et sa délégation, seuls représentants du Québec à tenir un kiosque avec des produits de la mer!

GIMXPORT a accompagné des représentants de cinq entreprises gaspésiennes des pêches à l'occasion du salon Seafood Barcelona, en Espagne, du 22 au 24 octobre. Le Québec était la seule province canadienne à y tenir un kiosque avec des produits de la mer, une présence qui a attiré l'attention des acheteurs.

Le kiosque gaspésien, arborant le logo Gaspé Lobster, était situé au sein du Pavillon du Canada. Il s'agissait de la deuxième participation de délégués gaspésiens au Seafood Barcelona, qui en est à sa deuxième année d'existence.

La délégation était formée de :

M. Bill Sheehan de Dégust-Mer (Sainte-Thérèse-de-Gaspé); Mme Dawn Murray des Producteurs de homards de Grande-Rivière; de Mme Rachel Tardif de Lelièvre Lelièvre et Lemoignan (Sainte-Thérèse-de-Gaspé) et Poisson salé Gaspésien (Grande-Rivière); de M. Joël Berthelot du Regroupement des Pêcheurs professionnels du sud de la Gaspésie (Chandler); et de M. Gaétan Denis de Crustacés de Malbaie (Saint-Georges-de-Malbaie). Ces délégués étaient accompagnés de Mme Pascale Allain, chef de mission et coordonnatrice à l'exportation chez GIMXPORT, et de M. Gino Cyr, directeur général de GIMXPORT.

Résultats

Des ventes fermes d'une valeur de 3 810 000 $ ont été réalisées et des ventes potentielles de 5 891 000 $ sont à prévoir.

MISSIONS DE GROUPE

Mission en technologies de l'information et des communications (TIC)

Lieu : Paris, Lille et Strasbourg, France
Dates : Du 5 au 12 octobre 2013

Huit membres du Technocentre des technologies de l'information et des communications (TIC) de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine ont pris part à une mission commerciale en France du 5 au 12 octobre 2013. Cette mission a été organisée par GIMXPORT en collaboration avec le Technocentre des TIC.

Offerte à tous les membres du Technocentre des TIC, la mission a suscité l'intérêt de six entrepreneurs ainsi que deux représentants de villes, qui ont choisi d'y prendre part. Il s'agit de M. Joël Arseneau de L'Île Imagin'air (Havre-aux-Maisons), de M. Dany Bouffard et Mme Nancy Thorne de Gemini 3 D et Bedecomics (Cap-aux-Meules), de M. Stéphane Hamilton de Jolifish (Chandler), de Mme Marilou Levasseur de Marilou Levasseur designer graphique (Bonaventure), de Mme Marie-Ève Forest de Communication Antilope (Carleton-sur-Mer), de M. Benoît Moreau de la Ville de Chandler et de M. Alain Grenier de la Ville de New Richmond. La délégation était accompagnée de Mme Priscilla Doiron, de GIMXPORT, qui agissait à titre de chef de mission, de M. Gino Cyr, directeur général de GIMXPORT, et de M. Carol Cotton, directeur général du Technocentre des TIC.

Leur semaine de mission bien remplie a démarré avec un atelier sur les bonnes pratiques d'affaires en France à la Délégation générale du Québec, suivi de rencontres d'affaires à Paris. Elle s'est ensuite poursuivie avec la visite d'EuraTechnologies (Lille), un centre dédié aux technologies qui se veut à la fois un incubateur, un accélérateur ainsi qu'un lieu de croissance et de développement international pour les entreprises. La délégation s'est ensuite rendue à Strasbourg pour participer au 7e Salon des nouvelles technologies et entrepreneurs, où le Technocentre des TIC tenait un kiosque, pour tenir des rencontres d'affaires et pour visiter le Parc d'innovation.

Résultats

Des mandats France-Québec sont aussi en voie d'être réalisés par les autres entreprises participantes. « Plusieurs ont établi des liens extrêmement importants avec nos cousins français, souligne le directeur général du Technocentre des TIC, M. Carol Cotton. Les dirigeants de villes, pour leur part, ont pu s'imprégner de modèles de développement d'incubation et de création d'entreprises en TIC. Les contacts établis sont à développer et à entretenir annuellement, c'est pourquoi nous pensons faire une mission similaire dès l'an prochain. »

MISSIONS DE GROUPE

Lieu : Dalian, Chine
Dates : Du 5 au 7 novembre 2013

Une présence trois fois plus importante qu'en 2012!

Pour la deuxième année consécutive, GIMXPORT a pris part à la China Fisheries and Seafood Expo, qui se tenait du 5 au 7 novembre à Dalian, en Chine. Les sept entreprises ou organisations gaspésiennes des pêches accompagnées par GIMXPORT prévoient de grandes retombées économiques à la suite de l'événement.

Mmes Pascale Allain et Priscilla Doiron, respectivement coordonnatrices à l'exportation et à la commercialisation chez GIMXPORT, se sont rendues sur place avec MM. Gaétan Denis des Crustacés de Malbaie (Saint-Georges-de-Malbaie), Bill Sheehan de Dégust-Mer (Sainte-Thérèse-de-Gaspé), Henry Clapperton des Producteurs de homards de Grande-Rivière, Kevin Caron de Poissonnerie Caron (Cap-d'Espoir), Joël Berthelot du Regroupement des pêcheurs professionnels du sud de la Gaspésie (Chandler), Maxime Smith du Groupe MDMP et Gino Lebrasseur, d'Unipêche MDM (Paspébiac).

Une première participation des entreprises gaspésiennes à la China Fisheries and Seafood Expo avait eu lieu en 2012, avec un kiosque pour le projet « Commercialisation du homard ». Cette année, la présence gaspésienne a été triplée grâce à un kiosque pour le projet « Homard de la Gaspésie » et à deux kiosques d'entreprises individuelles, soit Dégust-Mer et Groupe MDMP-Unipêche. La délégation gaspésienne prévoit de grandes retombées économiques à la suite du salon, qui a été très achalandé. « Pour créer une relation de confiance avec les entreprises chinoises et montrer que nous sommes sérieux, il est important d'assurer la présence du Québec à la China Fisheries and Seafood Expo pour les cinq prochaines années, indique Mme Pascale Allain, coordonnatrice à l'exportation chez GIMXPORT. Il y a de fortes chances que cinq kiosques soient réservés pour ce salon l'an prochain. »

Résultats

Des ventes fermes d'une valeur de 1 980 000 $ ont été réalisées et des ventes potentielles de 400 000 $ sont à prévoir.

MISSIONS DE GROUPE

NATURALLIA
SAULT STE. MARIE
10 / 28-30 / 2013

Lieu : Sault-Sainte-Marie, Ontario
Dates : Du 28 au 30 octobre 2013

Les Ateliers CFI Métal, Kwatroe Consultants et l'Association Bois d'apparence Gaspésie ont participé à Naturallia, un événement de maillage d'affaires de portée mondiale pour les entreprises du secteur des ressources naturelles, du 28 au 30 octobre 2013, à Sault-Sainte-Marie (Ontario). Accompagnés par GIMXPORT, les délégués gaspésiens faisaient partie de la vingtaine d'entreprises québécoises présentes, sur un total d'environ 150 participants provenant de huit pays.

La délégation gaspésienne était composée de MM. Martin Crousset de Kwatroe Consultants, Christian Allard des Ateliers CFI Métal et André-Pierre Rossignol, coordonnateur de l'Association Bois d'apparence Gaspésie et conseiller en gestion de projet et en logistique de transport chez GIMXPORT. Chaque participant a effectué une dizaine de rencontres individuelles (B2B) de 30 minutes avec des entreprises du Canada et d'ailleurs dans le monde. En plus des rencontres planifiées qui ont eu cours, de nombreux échanges informels ont donné lieu à de belles occasions de maillage entre les entreprises du Québec.

Résultats

L'entreprise Kwatroe Consultants a rencontré une multinationale allemande, un leader dans le domaine des systèmes d'automatisation des mouvements utilisant l'énergie pneumatique ou électrique, avec laquelle elle souhaite développer une alliance d'affaires.

Du côté de l'Association Bois d'apparence Gaspésie, des entreprises intéressées à acheter du cèdre de la Gaspésie, notamment des retailles, ont été rencontrées.

MISSIONS INDIVIDUELLES

Entreprise	Nom de la mission	Endroit	Mois
Devas	CHFA (Canadian Health Food Association) Expo	Vancouver	Avril
Cusimer	Rencontre de distributeurs potentiels à Toronto à l'occasion du SIAL 2013	Toronto	Avril-Mai
Fumoir Monsieur Émile	Salon international de l'alimentation (SIAL 2013)	Toronto	Avril-Mai
Technocentre des TIC	Congrès C2 Montréal	Montréal	Mai
Pit Caribou	Mission commerciale	Belgique	Juin
Patasol	Ventes aux Îles Saint-Pierre et Miquelon	France	Juillet
Atelier du Vieux-Rabot	Mission Le traversier des Arts de Brouage 2013	France	Juillet
Fromagerie Pied-De-Vent	Participation au Festival des fromageries artisanales du Québec	Québec	Juillet
Les plantations Jonalex	Journée Champêtre 2013	Nouveau-Brunswick	Août
ATR Îles-de-la-Madeleine	World Food Travel Summit	Suède	Septembre
Le bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine	World Food Travel Summit	Suède	Septembre
Microbrasserie Le Naufrageur	Mondiale de la bière à Mulhouse	France	Septembre
Boulangerie régionale	Expo Coop Atlantique	Nouveau-Brunswick	Septembre
Fromagerie Pied-De-Vent	Présentations des fromagers et de leurs produits aux détaillants de Montréal et autres	Québec	Septembre
Suppléments Hercule	CHFA (Canadian Health Food Association) Expo	Toronto	Octobre
Océ'art	Symposium d'art ornithologique	Victoriaville	Octobre
Le Groupe Ohméga inc.	CANWEA 2013	Toronto	Octobre
Kwatroe Consultants	CANWEA 2013	Toronto	Octobre
Raymer Aquaculture	Rencontres de clients à Montréal	Montréal	Octobre
Association des Capitaines-Propriétaires de la Gaspésie	Salon de la Mer - Itechmer de Lorient	France	Octobre
Activa Environnement	CANWEA 2013	Toronto	Octobre
Raymer Aquaculture	Rencontre de clients en Nouvelle-Écosse	Nouvelle-Écosse	Novembre
Frëtt Design	Salon One of a Kind Toronto	Toronto	Nov-Déc
Production La Semelle verte	Master in Motion	Belgique	Décembre
Les Pêcheries Gaspésiennes	Boston Seafood Show	Boston	Mars
Gaspésie Gourmande	Boston Seafood Show	Boston	Mars

MISSIONS INDIVIDUELLES

Exposition Les traversiers des arts de Brouage, France M. David-Yan Auclair, Atelier du Vieux Rabot (Sainte-Anne-des-Monts)

World Food Travel Summit, Suède Le Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine (Cap-aux-Meules)

Expo Coop Atlantique, Nouveau-Brunswick Boulangerie régionale des Îles inc., L'Étang-du-Nord

Canadian Health Food Association Exposition, Vancouver Bio-Jardins Rocher-Percé, Percé

PROJETS SPÉCIAUX

1. Optimisation de la logistique de transport en Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine

En raison de la distance qui sépare notre région des marchés urbains, nos organisations et entreprises doivent composer avec des coûts élevés de transport et des contraintes logistiques. Dans le but de faire évoluer cette situation positivement, la Conférence régionale des élus Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine a fait appel à GIMXPORT afin de piloter un projet visant :

- à accroître le flux de marchandise de la région vers les marchés urbains;
- et à favoriser l'accès aux ressources de transport pour les entreprises et organisations de la région n'y ayant actuellement pas ou peu recours.

Le projet se déroule en cinq grandes phases, échelonnées d'octobre 2013 à octobre 2015 :

1. Prise de connaissance du dossier et élaboration des outils
2. Collecte des données auprès des entreprises de la région
3. Analyse des données
4. Élaboration de scénarios de solutions
5. Mise en œuvre des solutions retenues

Résultats

Depuis octobre 2013, une importante quantité de travail a été réalisée de sorte qu'en mars 2014, les phases 1 et 2 étaient complétées. L'analyse des données recueillies est en cours et déjà, certaines tendances sont émergentes chez les répondants à l'étude. En effet, les entreprises de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine nous font part d'importants besoins en matière d'optimisation des transports de marchandises. Ceci nous démontre clairement que le travail doit être poursuivi.

PROJETS SPÉCIAUX

2. Parrain de l'Association bois d'apparence

GIMXPORT a mis sur pied l'Association en 2009, en collaboration avec la Conférence régionale des élus Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine, le ministère des Ressources naturelles et de la Faune et FPInnovations.

La mission de l'Association est de promouvoir le développement économique du bois d'apparence de la Gaspésie en posant des actions destinées à favoriser la réussite de ses membres, constitués d'entreprises du secteur œuvrant dans la région.

Résultats

Voici un résumé des activités réalisées par GIMXPORT :

- Coordination de la diffusion d'un bulletin électronique de nouvelles destiné aux entreprises et contenant des informations pertinentes recueillies;
- Accompagnement des entreprises à la commercialisation : Constructions Scandinaves, Contact Signature, Scierie Avignon et Les Habitations Mont-Carleton;
- Coordination de la réalisation d'une capsule promotionnelle;
- Organisation de la première Journée Bois, une activité de formation et de maillage destinée aux producteurs de bois d'apparence et autres acteurs de l'industrie.
- Coordination de la conception d'un gabarit-type de fiche produit, destiné aux entreprises. Facile à utiliser, il sera facilement adapté dans le cadre de leurs activités de représentation.

M. Sylvain Labbé, président-directeur-général du QWEB (Bureau de promotion des produits du bois), a donné une conférence sur la reprise économique et les occasions d'affaires pour les entreprises gaspésiennes de bois d'apparence. Mme Edith Jolicœur a fourni de précieux conseils au sujet de l'utilisation des médias sociaux dans la promotion des produits du bois et M. David-Yan Auclair, de l'Atelier du Vieux Rabot, nous a livré un témoignage sur son utilisation des médias sociaux pour la promotion de ses produits. Plus de 20 participants ont pris part à l'événement, qui constitue une réussite et est à refaire!

PROJETS SPÉCIAUX

3. Projet de commercialisation du homard sur de nouveaux marchés

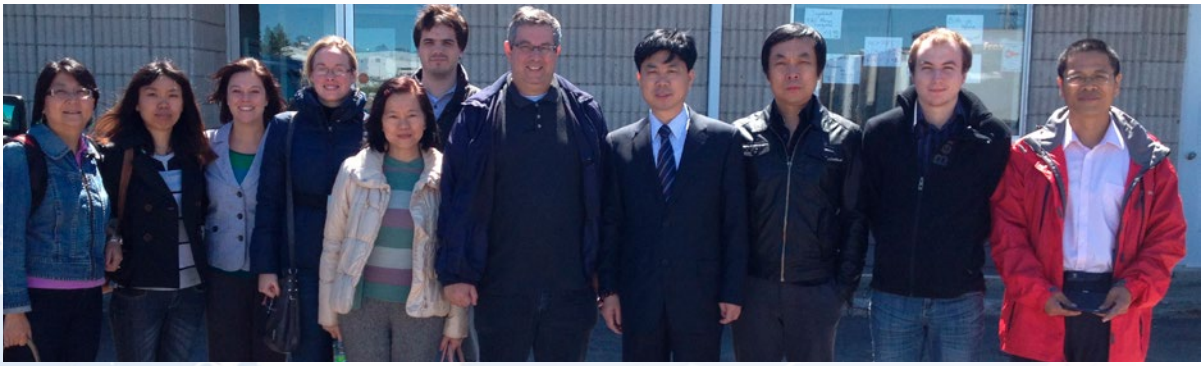
En réponse à la crise du homard, qui touche l'industrie depuis 2008, GIMXPORT pilote ce projet spécial d'une durée de trois ans, qui comporte trois grandes orientations : développer le marché de la Chine; développer le marché de la France et de l'Italie; assurer une présence sur les marchés visés par une participation à des foires commerciales et par l'organisation d'activités promotionnelles.

Voici un résumé des activités réalisées par GIMXPORT :

- Participation à titre d'exposant à l'European Seafood Expo à Bruxelles, en Belgique, en avril 2013
- Participation à titre d'exposant au Seafood Barcelona à Barcelone, en Espagne, en octobre 2013
- Participation à titre d'exposant à la China Fisheries and Seafood Expo à Dalian, Chine, en novembre 2013

En marge des missions de groupe, GIMXPORT a aussi organisé d'autres activités afin de mieux répondre aux besoins des membres participants :

- Organisation d'un accueil d'acheteurs chinois en juin 2013



GIMXPORT a coordonné la venue de trois acheteurs chinois qui avaient été rencontrés lors de missions antérieures. L'objectif était de leur faire visiter les usines durant la saison du homard, là où la production bat son plein. Comme la confiance, l'atteinte d'un haut niveau de qualité et de standards d'hygiène sont des notions des plus importantes pour les acheteurs chinois, leur venue s'inscrivait dans une démarche logique.

Les acheteurs ont visité les usines des participants au projet : Dégust-Mer, Crustacés de Malbaie, Poisson Salé Gaspésien, Unipêche MDM, Lelièvre, Lelièvre et Lemoignan, Poissonnerie Caron, Marinard, La Crevette du Nord Atlantique, Les Pêcheries gaspésiennes ainsi que Les Fermes marines du Québec.

PROJETS SPÉCIAUX

3. Projet de commercialisation du homard sur de nouveaux marchés (suite)

Mme Betty Chu, du groupe Family Care à Hong Kong, s'est dite « plutôt impressionnée » par ce qu'elle a vu. « La plupart des usines sont bien équipées, à jour et leurs produits semblent très frais », a-t-elle mentionné.

- Organisation d'une conférence sur la contention du homard vivant en décembre 2013

GIMXPORT a organisé une conférence en accueillant Aquabiotech, une entreprise de Coaticook (Québec) spécialisée dans la contention de crustacés, le 10 décembre 2013.

L'objectif était de présenter à l'industrie gaspésienne diverses démarches et techniques ainsi que divers équipements favorisant la contention du homard vivant. Des représentants de 11 entreprises et organismes ont participé à la rencontre, soit : Dégust-Mer, Lelièvre Lelièvre et Lemoignan, Groupe MDMP, Les Fermes marines du Québec, Le Regroupement des pêcheurs professionnels du sud de la Gaspésie, Merinov, le CLD du Rocher-Percé, l'Agence canadienne d'inspection des aliments, Développement économique Canada et la Conférence régionale des élus Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine. Mme Diane Lebouthillier, préfète de la MRC du Rocher-Percé, était aussi présente.

- Coordination de la réalisation d'une étude de faisabilité concernant l'acquisition de la technologie hyperbare (pasteurisation à froid) et ses applications sur les produits de la pêche .

  GIMXPORT a eu recours aux services de M. Marc-Lionel Gagnon pour réaliser cette étude, qui devait permettre de mieux comprendre la technologie et ses applications dans la transformation des produits de la pêche. L'étude abordait aussi les questions de l'évaluation du marché potentiel, de la compétition et des bénéfices de l'acquisition de cette technologie relativement à l'exportation des produits de la pêche du Québec.

- Coordination de la réalisation d'une étude sur le marché des fruits de mer à Singapour

  Un étudiant en relations internationales de l'Université Laval, originaire de la Gaspésie, a été embauché pour la réalisation de cette étude. Ce dernier profitait d'une session d'échange à Singapour pour la réaliser, un plus pour GIXMPORT.

- Organisation de trois missions individuelles
  - Mission de Dégust-Mer à Hong Kong, novembre 2013
  - Mission de Unipêche MDM inc. à Hong Kong, en Corée et à Dalian, septembre 2013
  - Mission de Unipêche MDM inc. en Asie, février 2014

Résultats pour l'année 2013-2014

Au total, pour cette deuxième année du projet de commercialisation du homard sur de nouveaux marchés, des ventes fermes de 11,2 millions de dollars canadiens ont été réalisées et des ventes potentielles de 11,5 millions de dollars sont prévues.

PROJETS SPÉCIAUX

4. Projet main-d'œuvre étrangère

Compte tenu du succès obtenu en 2012, alors que GIMXPORT a accompagné Crevette du Nord Atlantique pour la venue de quatre travailleurs provenant du Mexique, le projet a été réalisé de nouveau en prévision de la saison 2013. En effet, l'entreprise avait toujours besoin de travailleurs supplémentaires pour participer à la saison 2013 de transformation de la crevette à l'usine.

L'entreprise, qui transforme chaque saison plusieurs millions de livres de crevettes nordiques, embauche plus de 170 employés du début avril à la fin octobre. Les emplois occupés par la main-d'œuvre étrangère sont tous en sanitation. Il faut dire qu'en raison de l'horaire irrégulier et des quarts de travail (jour, nuit, fin de semaine), l'entreprise est incapable de pourvoir ces postes localement, où il y a pénurie d'employés depuis quatre ans.

5. Rôle de premier répondant QWEB

GIMXPORT a piloté avec succès la réalisation d'une importante enquête provinciale auprès des PME du domaine de la transformation des produits du bois. Cette étude permettra de définir les grandes orientations du plan d'action 2014-2015 du Bureau de promotion des produits du bois du Québec (QWEB).

Le QWEB est un organisme à but non lucratif ayant comme mission de promouvoir l'exportation des produits du bois du Québec. Au sein du QWEB existe le groupe Régions, dont la mission est de contribuer au développement des marchés pour les petites et les moyennes entreprises par la mise en œuvre d'initiatives régionales.

Seules les conférences régionales des élus font partie du groupe Régions et pour les soutenir dans leur mandat, elles peuvent nommer un répondant de première ligne, dont le rôle est d'appuyer directement les entreprises dans le développement de marchés. Depuis 2008, GIMXPORT assume ce rôle et le plus bel exemple d'initiative régionale réalisé par GIMXPORT à ce titre est d'avoir mis sur pied l'Association Bois d'apparence Gaspésie.

Résultats

GIMXPORT a assumé le leadership dans la réalisation d'une importante enquête provinciale auprès des PME du domaine de la transformation des produits du bois. Plus d'une centaine de PME ont été sondées et des besoins criants en matière de commercialisation et de mise en marché ont été relevés. Cette étude permettra de définir les grandes orientations du plan d'action 2014-2015 du QWEB.

PROJETS SPÉCIAUX

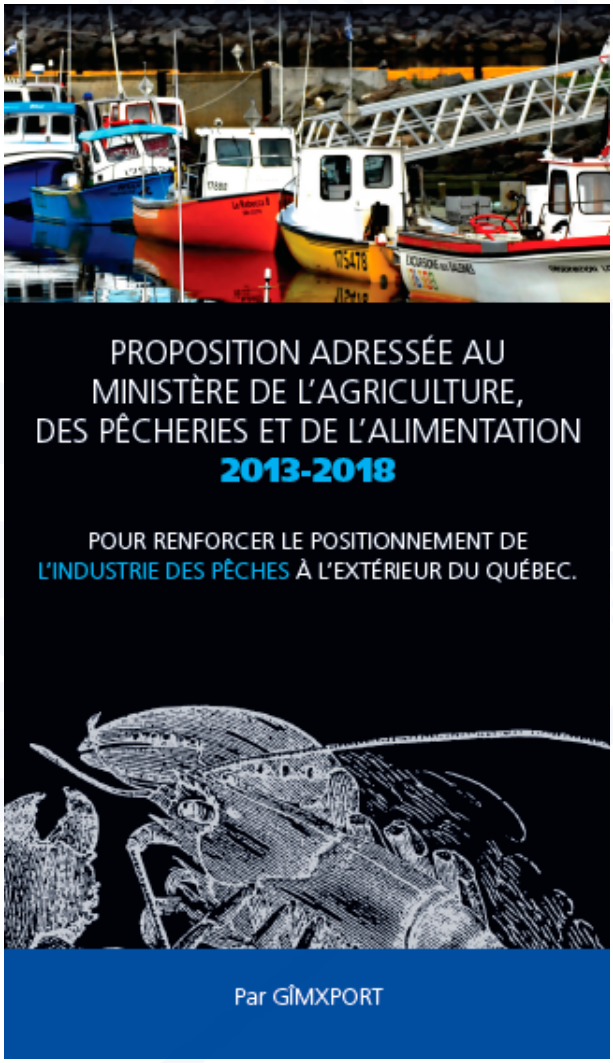
6. Planification et mise en œuvre de la stratégie de communication

GIMXPORT a procédé au renouvellement de son image corporative et plusieurs outils ont été développés : refonte du site web, fiche client, signatures courriel, dépliant etc. Aussi, une stratégie de communication visant à mieux faire connaître les bons coups de ses membres a été mise en place.

7. Accompagnement spécialisé à la commercialisation

Nous avons continué à réaliser des accompagnements spécialisés en commercialisation selon les besoins exprimés par les membres. Nous sommes intervenus auprès de nombreuses entreprises du secteur bois et manufacturier : Boiseries Wakeham, Cèdre Vimy, Contact Signature, Scierie Avignon, Les ateliers Will Nicolas pour ne nommer que celles-là.

8. Dépôt d'un projet pour l'obtention d'une enveloppe régionale secteur pêche



En Gaspésie et aux Îles-de-la-Madeleine, le secteur des pêches est un secteur phare. GIMXPORT, avec ses réalisations dans ce domaine, possède une expertise et un savoir-faire qui le différentie des autres organismes régionaux.

L'industrie de la pêche est concentrée dans la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et de la Côte-Nord. Ainsi, une enveloppe budgétaire régionale nous permettrait de pallier à de nombreuses problématiques rencontrées au quotidien et de répondre aux besoins des entreprises du secteur.

Avec son expertise, GIMXPORT peut contribuer davantage au développement du secteur, mais il ne peut le faire que s'il est plus autonome sur le plan financier.

Une proposition visant à obtenir une enveloppe de fonctionnement a donc été réalisée. Ceci, afin de garantir la pérennité de la présence du secteur des pêches aux trois plus importantes foires internationales du secteur (Amérique du Nord, Europe et Asie).

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ DE DIRECTION

Président :
M. Guy Pardiac
Directeur du développement des affaires
Activa Environnement
New Richmond

Vice-président :
M. Éric Gagné
Directeur financier
Menu-Mer ltée
Rivière-au-Renard

Secrétaire-trésorier :
M. Jocelyn Tennier
Directeur, Imprimerie des Anses inc.
Chandler

ADMINISTRATEURS :

M. Éric Harrisson
Président, Habitations Mont-Carleton
Carleton-sur-Mer

M. Martin Crousset
Copropriétaire, Kwatroe Consultants
Gaspé

Mme Nancy Thorne
Directrice marketing, Gemini 3D
Cap-aux-Meules

M. Guillaume Thibault
Propriétaire, Atkins et Frères
Mont-Louis

M. Jean-François Gagné
Propriétaire, Au Pic de l'Aurore
Percé

M. Gaétan Denis
Propriétaire, La Crevette du Nord Atlantique et Crustacés de Malbaie
Gaspé

MEMBRES D'OFFICE :

Mme Kathleen Letourneau
Conseillère en développement économique
Ministère des Finances et de l'Économie du Québec

Mme Caroline Leclerc
Agente de concertation et de développement
Conférence régionale des élus
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine

LES MEMBRES
2013 - 2014

#	Nom
1	Activa Environnement
3	Annie Morin Oce'Art
4	Artisans du sable
5	Atelier du Vieux Rabot
6	Ateliers Will Nicolas
7	Atkins et Frères
8	Au Pic de l'Aurore
9	Audace Design
10	Automobiles Mauger
11	Bedecomics
12	Boiseries Wakeham
13	Boulangerie régionale des Îles
14	Caisse de Maria (Desjardins Entreprises–Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine)
15	Caisse populaire Desjardins du Centre-sud gaspésien
16	Caisse populaire Desjardins du littoral gaspésien
17	Caisse populaire Desjardins des Ramées
18	Canada Changmin
21	Association des capitaines propriétaires Gaspésie
22	Caviar Emerance
23	Chambre de commerce MRC Rocher-Percé
24	Chantier naval forillon
25	CLD d'Avignon
26	CLD de Bonaventure
27	CLD de La Côte-de-Gaspé
28	CLD de La Haute-Gaspésie
29	CLD des Îles-de-la-Madeleine
30	CLD du Rocher-Percé
31	Communication Antilope
33	Consortium en foresterier Gaspésie–Les Îles
34	Construction L.F.G. inc.
36	Coop de solidarité Rocher-Percé
37	Crevette du Nord Atlantique inc.
38	Crustacés de la Malbaie
40	Dégust-Mer inc.
42	Dolbec Logistique
43	DomPas Internet inc.
44	E. Gagnon & Fils ltée
45	École des pêches et de l'aquaculture du Québec
46	Énergie santé et suppléments Hercule
47	Érablière Escuminac
49	Fecteau Acébois
50	Fédération de l'UPA Gaspésie-Les Îles
51	Ferme Bourdages Tradition
52	Fonds de solidarité FTQ
53	Frëtt Design
54	Fromagerie Pied-de-Vent
55	Fumoir Monsieur Émile
57	Gaspé Cured enr.
58	Gasp'eau inc.
59	Gaspésie Gourmande
61	Gemini 3D
64	Global Média inc.

LES MEMBRES
2013 - 2014

66	Groupe Export agroalimentaire
67	Habitations Mont-Carleton
69	Imprimerie des Anses inc.
70	Interstation
71	Jolifish
72	Julien Arsenault, consultant
73	Kwatroe Consultants
74	L'Île Imagin'air
75	Le Bon Goût frais des Îles-de-la-Madeleine
76	Le Groupe Ohméga inc.
77	Lelièvre, Lelièvre et Lemoignan
78	Les Ateliers CFI Métal inc.
80	Les Constructions scandinaves inc.
81	Les Fruits de mer Madeleine
82	Les Fumoirs Gaspé Cured enr.
83	Les Pêcheries Gaspésiennes inc.
84	Les Pêcheries Marinard ltée
86	Les Plantations Jonalex inc.
88	Marilou Levasseur, designer graphique
89	Menu-Mer
90	Microbrasserie Le Naufrageur
91	MRC d'Avignon
93	MRC du Rocher-Percé
95	Office des pêcheurs de crevette de la Ville de Gaspé
96	Patasol
97	Pesca Environnement
98	Pit Caribou
99	Plaquettes de freins haute performance B&B
101	Poisson Salé Gaspésien
102	Poissonnerie Caron
104	Production La Semelle verte inc.
105	Raymer Aquaculture
106	Raymond Chabot Grant Thorton
107	Regroupement des pêcheurs professionnels du sud de la Gaspésie
110	SADC des Îles-de-la-Madeleine
112	SADC de la Haute-Gaspésie
113	SADC Rocher-Percé
114	San'Hy Consulte
116	Serres Jardins-Nature inc.
117	Shigawake Organics
118	Société de développement de l'industrie maricole inc.
119	Technocentre des technologies de l'information et des communications de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine
120	TechnoCentre éolien
121	Tourisme Îles-de-la-Madeleine
122	Unipêche M.D.M. ltée
123	Ville de Carleton-sur-Mer
124	Ville de Chandler
125	Ville de Grande-Rivière
126	Ville de New-Richmond
127	Ville de Sainte-Anne-des-Monts

FOIRE AUX QUESTIONS

Quelle est la mission de GIMXPORT?

Offrir aux entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine un service d'accompagnement à l'exportation, au marketing et à la commercialisation dans le but de contribuer au développement durable de la région par la croissance des échanges internationaux.

Quels sont les services offerts par GIMXPORT?

EXPORTATION

Partenaire sans limite, GIMXPORT est fière de soutenir les entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine dans leurs démarches d'exportation. Cet appui se traduit par les actions suivantes :
Offrir du soutien technique à l'exportation;

- Faciliter l'accès à l'aide financière des différents paliers gouvernementaux;
- Offrir un service personnalisé en entreprise;
- Organiser la participation d'entreprises à des missions de prospection et à des missions d'affaires;
- Faire venir des groupes d'acheteurs étrangers pour rencontrer nos entreprises;
- Accompagner nos entrepreneurs dans tout le processus de leurs démarches de négociation pour la vente d'un produit;
- Organiser des activités de motivation comme le Gala des exportateurs;
- Organiser des séances de formation sur mesure répondant aux besoins des membres.

COMMERCIALISATION

GIMXPORT offre aux entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine un accompagnement personnalisé en commercialisation hors région, qui se traduit par les actions suivantes :

- Réalisation d'études de marché (cueillette de données primaires et secondaires);
- Réalisation de plans de commercialisation;
- Recherche et préparation de demandes de subventions;
- Prospection et qualification de clients;
- Aide à la préparation de pitchs de ventes;
- Maillage d'entreprises;
- Analyse des normes et standards applicables.

PROJETS SPÉCIAUX

En marge de ses activités liées à l'exportation et à la commercialisation, l'équipe de GIMXPORT est interpellée pour réaliser des projets dits spéciaux. Ceux-ci répondent à des problématiques spécifiques, de nature économique, présentes dans la région.

Quels sont les objectifs de GIMXPORT?

- Rendre nos entreprises prêtes à l'exportation;
- Faire réaliser des ventes à l'extérieur de notre région, du Québec et du Canada;
- Augmenter la richesse de nos entreprises afin de maintenir les emplois actuels et en créer de nouveaux;
- Soutenir nos entrepreneurs dans la diversification de leurs marchés;
- Développer l'expertise régionale concernant tout le processus de l'exportation, à partir du diagnostic de l'entreprise jusqu'à la vente de produits sur d'autres marchés;
- Demeurer un organisme neutre pouvant travailler avec les partenaires des différents gouvernements.

Quelles peuvent être les contributions financières accordées par GIMXPORT dans le cadre d'une mission commerciale?

- GIMXPORT accorde un maximum de 1 000 $ à titre de contribution financière pour une mission commerciale.
- Selon les budgets disponibles et les politiques établies, 50 % des frais peuvent être admissibles jusqu'à concurrence de 1000 $.
- Les contributions financières sont accordées seulement aux membres en règle de GIMXPORT.

FOIRE AUX QUESTIONS

Quelles sont les démarches à faire pour profiter d'une contribution financière de GIMXPORT dans le cadre d'une mission commerciale?

- Être membre en règle de GIMXPORT;
- Remplir le formulaire relatif à une demande de contribution financière.

Les deux étapes précédentes complétées, une évaluation de la demande de contribution financière sera faite et une prise de décision s'en suivra. Dans l'éventualité où la décision est positive, l'entreprise devra compléter une réclamation et un rapport de mission à la suite de sa réalisation.

Comment devenir membre de GIMXPORT?

Les entreprises, organismes et individus intéressés par le développement économique régional et par l'exportation peuvent devenir membres de GIMXPORT en défrayant la cotisation annuelle fixée à 200 $ plus taxes, soit un montant total de 229,94 $.

Pourquoi devenir un membre de GIMXPORT?

- Pour faire partie d'un réseau reconnu et respecté;
- Pour profiter de programmes de contribution financière non remboursable;
- Pour avoir accès à des services professionnels sur mesure, à frais partagés;
- Pour bénéficier de l'accompagnement d'experts lors de foires et d'expositions d'envergure à l'étranger;
- Pour profiter d'information toujours d'actualité, de réponses toujours concrètes;
- Pour bénéficier d'un rabais accordé lors des activités de GIMXPORT;
- Pour avoir le droit de vote lors de l'assemblée générale annuelle l'organisme.

Quelles sont les aides que GIMXPORT peut offrir à ses membres?

- Une aide technique liée au processus d'exportation;
- Un accompagnement sur mesure selon leur expérience à l'international;
- Un accès à son réseau d'affaires;
- Une orientation vers les bonnes ressources pour répondre à leurs besoins.

Comment entreprendre une démarche avec GIMXPORT?

- Contacter GIMXPORT pour prendre un rendez-vous avec un conseiller;
- Un conseiller de GIMXPORT effectuera une visite personnalisée de l'entreprise afin de bien connaître ses besoins;
- GIMXPORT déterminera avec l'entrepreneur les actions à prendre pour répondre aux défis liés à son entreprise;
- Selon la catégorie de PME, un accompagnement sur mesure sera développé en concertation avec les intervenants socioéconomiques du milieu.

Pourquoi participer à une mission commerciale?

- Pour trouver de nouvelles avenues commerciales;
- Pour diversifier les marchés;
- Pour apprendre, se développer et se démarquer parmi les plus grands joueurs, au contact de compétiteurs étrangers;
- Pour être moins vulnérable aux cycles conjoncturels de l'économie locale;
- Pour contrecarrer les effets saisonniers sur la demande d'un produit.

ON PARLE DE NOUS

COMMERCIALISATION

Par Geneviève Gélinas, Gaspé

Des acheteurs chinois sur les quais de la Gaspésie

Trois acheteurs de la Chine ont visité des usines gaspésiennes de produits marins au début de cet été, une étape importante dans les démarches entamées il y a trois ans afin de développer le marché chinois pour le homard gaspésien. La visite se faisait dans le cadre du projet de commercialisation du homard coordonné par l'organisme GIMXPORT, un projet qui a mené à des ventes de 6,6 millions $ pendant l'année financière 2012-2013, dont la moitié en Chine, et pourrait entraîner des ventes supplémentaires de 5,7 millions $, dont 30% en Chine.

Début juin, Pêche Impact a interviewé deux de ces acheteurs chinois à leur sortie de l'usine Pêcheries Marinard, à Rivière-au-Renard, à la fin d'une folle semaine de visites.

Betty Chu, du groupe Family Care à Hong Kong, s'est dite «plutôt impressionnée» par ce qu'elle a vu. «La plupart des usines sont bien équipées, à jour et leurs produits semblent très frais», dit-elle. La compagnie de madame Chu n'a rien acheté du Québec jusqu'ici, mais importe déjà des produits du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve et de la Colombie-Britannique, dont du homard et du crabe des neiges.

«Nous avons travaillé à initier des commandes dans un but de relation à long terme, a expliqué madame Chu. Pour nous, la confiance, un haut niveau de qualité et l'hygiène sont des notions importantes», a-t-elle ajouté.

«L'eau est froide et propre et la qualité est bonne», a indiqué à Pêche Impact Li Jinshu, une autre acheteuse en provenance de la Chine. Elle estime que des commandes pourraient résulter de cette visite. La compagnie qu'elle représente, Dalian Mingchang International Trading, fait déjà affaire avec d'autres provinces canadiennes, dont l'Île-du-Prince-Édouard.

GIMXPORT a accompagné des industriels gaspésiens de la pêche dans trois missions en Chine jusqu'à maintenant. Dès le début de la démarche, l'organisme avait souhaité recevoir les acheteurs chinois en Gaspésie.

Pascale Allain, coordonnatrice à l'exportation pour GIMXPORT, estime que la Chine est un débouché particulièrement prometteur. «En Chine, dit-elle, une certaine portion de la population veut du volume à bas prix, mais une autre portion veut de la qualité. Le homard s'y donne en paquet cadeau, au Nouvel An chinois», illustre-t-elle.

(Photo collaboration : GIMXPORT, Pascale Allain)

Deux acheteuses chinoises, Betty Chu (au milieu) et Li Jinshu (à gauche), posent sur le quai de Paspébiac, en compagnie de Gino Lebrasseur, Maxime Smith et Jean-Marc Marcoux du groupe Unipêche M.D.M..

«On n'est pas le Maine, on n'a pas leur volume, mais on a un homard de qualité supérieure, ajoute madame Allain. Et en même temps, on leur offre une variété de produits; ils ne veulent pas que du homard.»

Madame Allain a passé la semaine du 3 au 7 juin à faire la tournée des usines avec les trois acheteurs, un traducteur-consultant et le chef exécutif d'un grand hôtel de Beijing. «Il y a déjà des discussions sérieuses, des échantillons qui partiront pour la Chine et des commandes à venir. Ça va avoir été une semaine payante», résume-t-elle.

Parmi les industriels rencontrés par les Chinois, on compte Unipêche M.D.M. de Paspébiac, qui exporte pour l'instant ses produits surtout vers les États-Unis et le Japon. La Chine est «une nouvelle porte qui s'ouvre. C'est un tournant pour nous de regarder vers l'Asie», indique Maxime Smith, le responsable de la commercialisation pour le groupe Unipêche M.D.M..

Les clients chinois n'étaient pas des inconnus pour les Gaspésiens. En novembre dernier, une délégation gaspésienne s'était rendue à la China Fisheries and Seafood Expo à Dalian, en Chine. En mars, des représentants d'entreprises de la péninsule sont retournés dans les villes de Hong Kong, Beijing et Macao pour rencontrer les acheteurs chinois ayant démontré le plus de potentiel.

«La visite des Chinois au Québec a permis de mieux comprendre leurs besoins pour mieux y répondre, indique monsieur Smith [...]. C'est long de tisser des liens d'affaires avec les Chinois, mais une fois que la confiance est là, ça s'accélère.» Au moment de l'entrevue, Unipêche se préparait à faire un premier envoi de homard, de crabe et d'autres espèces en Chine. «Ces envois, ce n'est pas ça qui nous allume, insiste monsieur Smith, ce sont d'éventuels «repeats» (d'autres commandes du même acheteur).»

Le marché chinois devient incontournable, croit le représentant d'Unipêche. «Toutes les industries ont avantage à se positionner là-bas. Le pouvoir d'achat des Chinois s'est accru. Et ce sont des consommateurs qui s'intéressent à l'origine du produit.»

Unipêche sera à nouveau à la foire commerciale de Dalian en novembre, pour resserrer encore les liens.

Rachel Tardif, directrice du groupe Gaspé Cured, qui représente notamment Poisson Salé Gaspésien, de Grande-Rivière, et Lelièvre, Lelièvre et Lemoignan, de Sainte-Thérèse-de-Gaspé, enregistre des retombées de la visite des acheteurs chinois. «On va envoyer un conteneur mixte de homard rond congelé, de queues de homard, de filets de turbot et de sébaste en Chine, prévoit madame Tardif. On croit dans le marché chinois. Il y a un grand potentiel inexploité, poursuit-elle. C'est l'avenir. Mais on est en compétition avec les grandes entreprises des Maritimes qui ont fait leur nom.»

Contrairement à Unipêche M.D.M., les usines du groupe Gaspé Cured ont un certain historique de ventes en Chine. Elles vendent sur ce marché du turbot entier (avec la tête) ainsi que des résidus comme la tête et l'arête centrale qui servent dans la confection de soupes.

PRUDENCE, TOUT DE MÊME

Dans le cas de Poisson Salé Gaspésien, c'est la quatrième année que du homard est exporté vers la Chine. Toutefois, les quantités expédiées au début de 2013 ont été moins importantes que les années précédentes. «Ce n'est pas une année facile. Il y avait beaucoup d'inventaires de l'an dernier sur les marchés qui ont d'abord été achetés à moindre prix», explique madame Tardif.

La directrice du groupe Gaspé Cured en retient que «le marché chinois n'est pas si grand qu'on le pense. Les demandes sont grandes, mais c'est difficile de connaître le nombre de conteneurs qui entrent en Chine. Il ne faut pas mettre tous nos oeufs dans le même panier.»

AUTRES MISSIONS

Le marché européen est toujours dans la ligne de mire. GIMXPORT et une délégation de huit entreprises et organismes se sont rendus à Bruxelles pour l'European Seafood Exhibition à la fin avril. Des ventes fermes totalisant 863 000 $ ont été conclues grâce à ce déplacement.

Quelques mois plus tôt, en octobre 2012, c'est à Barcelone, en Espagne, qu'une délégation s'est déplacée pour la foire de produits marins. Les entreprises participantes ont réalisé des ventes de 2,45 millions $ et prévoyaient vendre potentiellement pour 4 millions $. Ils ont aussi pu visiter le plus gros marché de poissons et fruits de mer de la ville, le Mercabarna, et visiter une entreprise espagnole spécialisée dans le homard. Des clients ont été rencontrés non seulement pour le marché espagnol, mais aussi pour ceux de l'Italie, de la France et du Danemark notamment.

Quant au voyage vers la foire de Dalian, en Chine, il est lié à des ventes de 3,3 millions $ et à des ventes potentielles de 1,7 million $.

L'an prochain, GIMXPORT et ses partenaires retourneront à Bruxelles, à Barcelone et à Dalian et organiseront à nouveau un voyage en Chine pour rencontrer des acheteurs ciblés.

EXPORTATION

Par Hélène Fauteux, Cap-aux-Meules

GÎMXPORT poursuit sa mission pour soutenir la promotion de produits marins québécois à l'étranger

Pour une deuxième année consécutive, GÎMXPORT participera aux foires commerciales de Barcelone, du 17 au 25 octobre, puis de Dalian, en Chine, au début novembre, pour faire la promotion du homard gaspésien. L'organisme bénéficie, depuis l'an dernier, d'une aide fédérale de près de 2 millions $ sur trois ans, pour mettre en œuvre des stratégies de diversification des marchés, en collaboration avec les pêcheurs et les acheteurs de la Gaspésie.

QUÉBEC N'EN FAIT PAS ASSEZ

Or, selon son directeur général, Gino Cyr, le gouvernement du Québec ne fait pas lui-même suffisamment d'efforts pour soutenir la promotion des produits marins québécois à l'étranger. Dans un mémoire qu'il a présenté à l'occasion de l'élaboration de la stratégie d'intervention 2013-2018 du gouvernement du Québec pour le développement de la Gaspésie et des Îles, GÎMXPORT demande un soutien de 300 000 $ par année pour remédier à la situation. À l'heure actuelle, les investissements de la province sont nettement insuffisants pour positionner les produits marins de la région sur les marchés, insiste monsieur Cyr. «Dans son plan d'action annuel, Québec parle qu'il va aider au niveau du Boston Seafood Show et du European Seafood Exhibition, signale-t-il. C'est comme «canné». Mais en ce qui concerne les marchés de l'Espagne, en ce qui concerne les marchés de l'Asie, ils ne sont pas nécessairement là.»

Gino Cyr fait, entre autres, valoir que le secteur des pêches compte pour 30% du produit intérieur brut de la Gaspésie. Pourtant, il rapporte qu'à la dernière foire des fruits de mer de Barcelone, où l'industrie des Maritimes était très bien représentée au pavillon du Canada, on n'y trouvait aucune information sur le Québec. «Ils donnent beaucoup d'informations et si vous voulez avoir de l'information supplémentaire, veuillez contacter telle personne du Nouveau-Brunswick, telle personne de l'Île-du-Prince-Édouard, telle personne de la Nouvelle-Écosse, telle personne de Terre-Neuve. Le Québec ? On n'est pas là. On n'était même pas là ! Ça fait qu'il faut que le Québec prenne conscience que s'il veut être présent sur les marchés internationaux, il faut être en mesure de mettre les bonnes stratégies et mettre les budgets en place.»

Le directeur de GÎMXPORT fait aussi remarquer que l'industrie du homard des Maritimes en était à sa 15e participation au plus important Salon des poissons et fruits de mer du monde, à Dalian, en Chine, l'an dernier, alors qu'il s'agissait d'une première pour le Québec. Selon Gino Cyr, il faut de trois à cinq ans d'efforts de prospection pour développer un nouveau marché, à défaut de quoi, c'est peine perdue.

PERCÉE PLUS DIFFICILE QUE PRÉVU

D'ailleurs, la percée du homard vivant du Québec sur le marché chinois s'avère plus compliquée que prévu. Gino Cyr nous apprend que les essais d'exportation de homard vivant gaspésien, prévus vers la Chine le printemps dernier, n'ont pas abouti. Les envois devaient se faire par conteneurs-viviers au départ de l'aéroport de Moncton, avec transit à Toronto. Le problème, explique le directeur général de GÎMXPORT, c'est que l'absence d'infrastructures de réfrigération à l'aéroport néo-brunswickois augmentait le risque de pertes. «Côté risque, présentement, il est trop élevé pour ce qui concerne les petits volumes, spécifie monsieur Cyr. Parce qu'on ne parle pas de gros volumes, on parle de petits volumes présentement. Si on parle de 100 000 livres et moins, là, ce sont des petits volumes; par contre, ils peuvent éventuellement apporter une bonne marge (bénéficiaire).»

De plus, les acheteurs chinois se sont montrés réticents à acheter du homard vivant à un cout supérieur à ce qui était offert ailleurs au Canada atlantique. GÎMXPORT n'a pas réussi à les convaincre que le homard québécois est lui-même d'une qualité supérieure. «Le homard des Maritimes est beaucoup plus abordable, donc il est encore difficile à faire comprendre, au niveau de la perception des choses, qu'il y a une distinction entre le homard du Québec et le homard des Maritimes et du Maine, note Gino Cyr. Et, au niveau du prix, là, il y a une distinction d'à peu près un dollar, un dollar et demi.»

L'industrie gaspésienne du homard continuera néanmoins d'exporter son produit transformé en Chine, poursuit Gino Cyr. Et, d'ici à ce qu'elle se dote d'infrastructures adéquates pour faciliter l'exportation des crustacés vivants - une nécessité pour concurrencer les Maritimes, insiste le dg de GÎMXPORT -, il faudra miser sur l'écocertification et la traçabilité pour en justifier son prix plus élevé, dit-il. «Il y a autant de millionnaires en Chine que la population du Canada au complet. Donc, au niveau des marchés de niche, là, écoutez, oui il y a des possibilités. Sauf que, eux, ils recherchent, oui, un produit, mais ils recherchent aussi une continuité, tu sais. Ce ne sont pas des «one shot deal» qu'ils recherchent», prévient-il.

ON PARLE DE NOUS

8 Transgaspésien, le mercredi 16 avril 2014 lepharillon.ca

Argent

ARGENT
RICHE EN INFORMATION
argent.canoe.ca

UNIQUE AU CANADA

Le stabilisateur d'échelle MontageSécure fabriqué en Gaspésie fait son entrée dans les Home Hardware

(A.L.)C'est lors du salon d'achats biannuel de Home Hardware qui avait lieu à St-Jacobs en Ontario du 6 au 8 avril dernier que Concept Métal Plus de Grande-Rivière et son partenaire RDLS innovation, ont présenté leur nouveau produit, le stabilisateur d'échelle MontageSécure.

Plusieurs centaines de détaillants Home Hardware, venus de partout au Canada s'étaient donnés rendez-vous. Les acheteurs profitent de ce salon pour découvrir les nouveaux produits sur le marché et planifier certains achats dits saisonniers

« Nous sommes fiers que MontageSecure, un produit fabriqué en Gaspésie, fasse maintenant partie des produits listés chez HomeHarware. Il sera disponible dans les trois centres de distribution d'ici les prochaines semaines et notre rôle au salon était de convaincre les détaillants de les mettre en commande pour leur magasin » précise Priscilla Doiron coordonnatrice à la commercialisation chez GIMXPORT, qui a accompagné Concept Métal Plus dans le processus visant l'entrée dans la chaîne.

Le stabilisateur MontageSécure, installé à une échelle. PHOTO COURTOISIE

MontageSécure un produit unique

Unique au Canada, ce stabilisateur permet aux travailleurs ou bricoleurs qui doivent utiliser une échelle, de travailler en toute sécurité Le Centre de recherche industrielle du Québec a testé et approuvé son utilisation sur les chantiers. « Chaque année, au Canada et aux États-Unis, plus de 500 000 accidents et plus de 300 décès sont directement reliés à des chutes d'échelle, nous avons conçu un équipement sécuritaire qui permet à la population et aux travailleurs d'exécuter leurs travaux d'entretien, de rénovation ou de construction l'esprit tranquille », souligne Jocelyn Tennier, actionnaire de Concept Métal Plus.

Un vif intérêt

Priscilla Doiron soutient que lors du salon, les acheteurs ont démontré un vif intérêt pour le produit. Des vidéos démonstratifs étaient disponibles ce qui a aidé la démarche. « Reste à voir quelle sera la réponse au niveau des commandes », précise-t-elle.

Un produit gaspésien chez Home Hardware

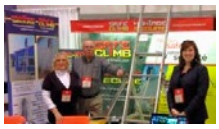
Classé sous : Affaires

10 avril, 12h25
La rédaction, graffici.ca

GRAFFICI.CA MA VIE MA GASPÉSIE

5 commentaires

CHANDLER — Unique au Canada, le stabilisateur d'échelle MontageSécure, fabriqué en Gaspésie, fait son entrée dans les Home Hardware.



Diane McMurray et Daniel McMurray, de RDLS innovation, distributeur du produit et à droite, Priscilla Doiron, coordonnatrice à la commercialisation chez GIMXPORT
Photo: Gracieuseté GIMXPORT

Dans un communiqué émis jeudi, GIMXPORT rapporte que Concept Métal Plus de Grande-Rivière et son partenaire, RDLS innovation, ont présenté leur nouveau produit, le stabilisateur d'échelle MontageSécure aux détaillants Home Hardware, venus de partout au Canada et qui s'étaient donnés rendez-vous pour un salon d'achats de la chaîne qui avait lieu à St-Jacobs en Ontario du 6 au 8 avril.

« Nous sommes fiers que MontageSecure, un produit fabriqué en Gaspésie, fasse maintenant partie des produits listés chez Home Hardware. Il sera disponible dans les trois centres de distribution d'ici les prochaines semaines et notre rôle au salon était de convaincre les détaillants de les mettre en commande pour leur magasin », précise Priscilla Doiron coordonnatrice à la commercialisation chez GIMXPORT.

Un produit unique, breveté, fabriqué en Gaspésie

Unique au Canada, ce stabilisateur permet aux travailleurs ou bricoleurs qui doivent utiliser une échelle, de travailler en toute sécurité. Le Centre de recherche industrielle du Québec a testé et approuvé son utilisation sur les chantiers. « Chaque année, au Canada et aux États-Unis, plus de 500 000 accidents et plus de 300 décès sont directement reliés à des chutes d'échelle, nous avons conçu un équipement sécuritaire qui permet à la population et aux travailleurs d'exécuter leurs travaux d'entretien, de rénovation ou de construction l'esprit tranquille », souligne Jocelyn Tennier, actionnaire de Concept Métal Plus.

Priscilla Doiron soutient que lors du salon, les acheteurs ont démontré un vif intérêt pour le produit. Des vidéos démonstratifs étaient disponibles ce qui a aidé la démarche. « Reste à voir quelle sera la réponse au niveau des commandes », précise-t-elle.

Recommander 74 Tweeter 1

5 commentaires

Bob Eichenberger a écrit le 16 avril 2014
Erreur! Le mot en français est dénigrement. Dénigration est un mot anglais. En tout cas, c'est comme quand le ministre Blackburn a dit que si on remplaçait les Gaspésiens par des Lavallois, il n'y aurait pas de problèmes économiques en Gaspésie. Aujourd'hui, on se demande si il a dit ça sous l'influence de l'alcool, du maire de Laval ou de la mafia.

Bob Eichenberger a écrit le 15 avril 2014
De la part de quelqu'un qui a vécu et travaillé à bien des places, je trouve évident que les Gaspésiens sont aussi capables de réaliser des projets de leur choix que n'importe qui au monde. C'est la fin de la dénigration et le mépris des Gaspésiennes et Gaspésiens. C'est la fin du manque de confiance.On reconnaît leur valeur. En Gaspésie,on accorde et on exige le respect dû à chaque être humain de la part des tous. Non, les Gaspésiens ne sont pas parfaits mais la seule chose qu'on ne réussira pas à faire, ce sera de trouver un défaut qui est uniquement gaspésien.

Dany Blais a écrit le 11 avril 2014
Ca donne le goût d'aller fonder une entreprise en Gaspésie...!

Albert Labranche a écrit le 11 avril 2014
Bravo Bravo Bravo Plusieurs autres a suivre, j'espère.

Raynald Blais a écrit le 10 avril 2014
Un produit réalisé et conçu en Gaspésie par des gaspésiens, c'est plus qu'une bonne nouvelle. Ça illustre très bien les possibilités de développement à l'intérieur même de nos frontières. Toutes les grandes histoires à succès, ça commence avant tout par un rêve et un projet. Par la suite , il faut réussir à obtenir un très bon réseau de distribution. Avec M. Tennier et son groupe, nous avons un merveilleux exemple de

Relations internationales et Francophonie
Québec

27 mai 2013

Produits marins du Québec en vedette à Bruxelles

Priscilla Doiron, GÎMXPORT; Pascale Allain, GÎMXPORT; Caroline Emond, déléguée générale; Rachel Tardif, Gaspé Cured; et Justine Pawelec, directrice économique de la délégation de Bruxelles (photo : GÎMXPORT)

Le pavillon du Québec au European Seafood Exposition de Bruxelles était le point de rassemblement des entreprises québécoises invitées à présenter et à mettre en valeur leurs produits marins, en avril dernier.

Considérée comme la **plus grande foire de poissons et de fruits de mer d'Europe**, cette 21e édition a attiré – avec sa jumelle la Seafood Processing Europe – plus de **25 000 professionnels** du domaine. On y trouvait aussi 1500 exposants provenant de plus de 70 pays.

Présente au salon pour appuyer les entreprises québécoises, la **déléguée générale du Québec à Bruxelles, Caroline Emond**, a profité de l'occasion pour s'entretenir avec les représentants de l'**Association québécoise de l'industrie de la pêche**.

On y a fait la promotion de plusieurs produits marins québécois, notamment, le **homard**, les **fruits de mer**, de nombreuses espèces de **poissons** et ce, autant frais, congelés, fumés ou transformés.

ON PARLE DE NOUS

lepharillon.ca Transgaspésien, le mercredi 27 novembre 2013 5

UNE AUTRE MISSION DE GIMXPORT

Produits de la mer : de Gaspésie jusqu'en Chine

Pour la deuxième année consécutive, GIMXPORT a pris part à la China Fisheries and Seafood Expo, qui se tenait 5 au 7 novembre dans la ville de Dalian, en Chine.

MARIE-CLAUDE COSTISELLA

La délégation gaspésienne à la China Fisheries and Seafood Expo: Joël Berthelot du Regroupement des pêcheurs professionnels du Sud de la Gaspésie; Priscilla Doiron de GIMXPORT; Bill Sheehan de Dégust-Mer; Henry Clapperton pour Les Producteurs de homards de Grande-Rivière; Gaétan Denis des Crustacés de Malbaie; Gino Lebrasseur pour Unipêche MDM; Kevin Caron de la Poissonnerie Caron; Maxime Smith du Groupe MDMP ; Pascale Allain de GIMXPORT et Bao Wei, la déléguée commerciale du Québec à Beijing. PHOTO COURTOISIE GIMXPORT

Les sept entreprises ou organisations des pêches de la délégation gaspésienne prévoient de grandes retombées économiques à la suite de l'événement qui est de loin le plus important salon de Chine et a été particulièrement achalandé cette année : « Pour créer une relation de confiance avec les entreprises chinoises et montrer que nous sommes sérieux, il est important d'assurer la présence du Québec à la China Fisheries and Seafood Expo pour les cinq prochaines années » a indiqué d'emblée Pascale Allain de GIMXPORT, qui était en Chine avec la délégation.

D'abord, il faut savoir que cette année, la présence gaspésienne a été triplée. Une première participation des entreprises gaspésiennes à la China Fisheries and Seafood Expo avait eu lieu en 2012, avec un kiosque pour le projet « Commercialisation du homard ». En 2013, grâce à un kiosque pour le projet « Homard de la Gaspésie » et à deux kiosques d'entreprises individuelles, soit Dégust-Mer et Groupe MDMP-Unipêche se sont ajoutés. « Il y a de fortes chances que cinq kiosques soient réservés pour ce salon l'an prochain. » estime Mme Allain.

Présence remarquée

Par ailleurs, selon Priscilla Doiron, le Québec n'est pas passé inaperçu en Chine cette année, avec des kiosques de produits congelés et une variété de produits enviable : « C'était une première présence québécoise à ce méga-salon chinois et nos entreprises ont vraiment fait bonne impression. Disons qu'ils ne sont pas passés inaperçus, ni auprès des étrangers, ni auprès des autres canadiens sur place… » a indiqué la coordonnatrice à la commercialisation de GIMXPORT. Mme Doiron a ajouté que le prochain grand évènement prévu au calendrier est le Seafood Expo Global de Bruxelles, le plus important salon d'Europe.

Fort potentiel

Du côté des producteurs, Bill Sheehan, de Dégust-Mer, a été agréablement surpris par l'engouement pour ses produits. « À la fin de la deuxième journée, j'ai dû faire une seconde commande de cartes d'affaires et de brochures » indique-t-il. « J'ai au moins 10 bons clients potentiels, avec qui j'ai des échanges réguliers » a ajouté M. Sheehan.

Pour sa part, Gaétan Denis, des Crustacés de Malbaie, a rencontré des clients potentiels en provenance du Royaume-Uni, du Japon et de la Chine. Selon l'homme d'affaires, l'Asie est un marché particulièrement prometteur pour ses produits. « Traditionnellement, les Asiatiques sont habitués de consommer de la crevette d'élevage et de la crevette sauvage capturée en eau chaude… Comme les habitudes de consommation évoluent très rapidement, j'y vois une bonne occasion d'y introduire à court terme de la crevette nordique décortiquée ou en écaille, ainsi que de la farine de crevette » a expliqué M. Denis.

Rappelons que GIMXPORT offre aux entreprises de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine un service d'accompagnement à l'exportation, au marketing et à la commercialisation dans le but de contribuer au développement durable de la région par la croissance des échanges internationaux.

REMERCIEMENTS

Chers membres, l'excellence de nos résultats est rendue possible grâce à votre volonté et à notre expertise, au cœur de vos succès!

gimxport.org

suivez-nous

Membre de

www.imprimeriedesanses.com