



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Entretiens approfondis avec les clients du Service des délégués commerciaux - 2021

Rapport final

Préparé à l'intention d'Affaires mondiales Canada

Fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Numéro de contrat : 08C21-210020/001/CY

Valeur du contrat : 62 898,74 \$

Date d'attribution du contrat : 2 juin 2021

Date de livraison : 2 février 2022

Numéro d'enregistrement : POR 015-21

Pour obtenir plus d'information sur ce rapport, veuillez communiquer avec Recherche sur l'opinion publique à POR-ROP@international.gc.ca.

This report is also available in English



Affaires mondiales
Canada

Global Affairs
Canada

Entretiens approfondis avec les clients du Service des délégués commerciaux - 2021

Rapport révisé

Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Date : 2 février 2022

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par les Associés de recherche EKOS Inc. pour le compte d'Affaires mondiales Canada. L'étude de recherche a été menée auprès de 40 représentants d'organisations canadiennes utilisant les services du Service des délégués commerciaux, entre le 11 novembre et le 17 décembre 2021.

This report is also available in English under the title: 2021 Trade Commissioner Service Comprehensive Client Interviews.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit d'abord être obtenue auprès de Services publics et Approvisionnement Canada. Pour obtenir plus d'information sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Recherche sur l'opinion publique à POR-ROP@international.gc.ca.

Numéro de catalogue : FR5-182/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-41506-2

Numéro de catalogue (rapport en anglais) : FR5-182/2022E-PDF

ISBN (rapport en anglais) : 978-0-660-41505-5

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2021

TABLE DES MATIÈRES

I.	Sommaire	4
	A. Contexte et objectifs	4
	B. Méthodologie	5
	C. Principales constatations	6
	D. Note aux lecteurs	9
	E. Certification de neutralité politique	10
II.	Résultats détaillés du sondage	11
	F. Profil des organisations participantes	11
	G. Utilisation des services du SDC	12
	H. Lacunes ou domaines à améliorer en matière d'information ou de services	18
	I. Utilisation du SDC en situation d'urgence et points de vue sur la réactivité	23
	J. Impressions à l'égard du personnel et du SDC en général	24
	K. Autres organisations et unicité du SDC	30
	L. Défis à venir	33
III.	Conclusion	37
IV.	Annexes	40
	M. Questionnaire de recrutement	40
	N. Guide d'entretien	45

I. SOMMAIRE

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

Affaires mondiales Canada fait valoir les intérêts et les valeurs du Canada grâce à l'élaboration de politiques, la diplomatie, la défense des intérêts et une mobilisation efficace. Le Service des délégués commerciaux (SDC) d'Affaires mondiales Canada aide des entreprises à vendre leurs produits et leurs services à l'extérieur du Canada en leur donnant accès à ses programmes de financement et de soutien, à des débouchés internationaux et à son réseau de délégués commerciaux dans plus de 160 villes du monde entier.

En plus de ses recherches régulières sur la rétroaction visant à assurer le suivi du rendement mission par mission et de la satisfaction de la clientèle, le SDC effectue des recherches périodiques approfondies sur sa clientèle. La dernière recherche exhaustive du SDC auprès des clients a eu lieu en 2019 et comprenait un volet de recherche qualitative où un nombre limité de clients était ciblé pour des entretiens avec des informateurs clés. En se fondant sur les précieux points de vue recueillis dans le cadre de ces entretiens, une deuxième série de 40 consultations avec des informateurs clés a été jugée utile.

Les entretiens aident à déterminer la mesure dans laquelle le SDC appuie efficacement les entreprises canadiennes qui cherchent à diversifier leurs exportations et à améliorer les efforts des délégués commerciaux afin de permettre à des entreprises canadiennes d'obtenir de meilleurs résultats économiques. Les données permettront au Ministère de comprendre l'évolution des besoins des clients et d'améliorer les services qu'offre le SDC. Les entreprises canadiennes comptent sur le SDC pour obtenir des conseils d'experts et du soutien en ce qui a trait à l'exploration et à la croissance de débouchés dans des marchés étrangers, à l'amélioration de l'accès à ces marchés, à l'attraction de l'investissement direct étranger et aux liens avec l'innovation.

Voici quelques-uns des objectifs précis :

- Comprendre l'évolution des besoins de la clientèle du SDC et améliorer les services offerts par le SDC.
- Cerner les possibilités d'amélioration dans la prestation de services de développement des affaires internationales aux entreprises canadiennes dans l'ensemble de son réseau de bureaux commerciaux.

- Recueillir des commentaires sur les expériences des clients pendant la pandémie de COVID-19.

B. MÉTHODOLOGIE

La recherche qualitative comprenait 40 entretiens avec des organisations ayant reçu de l'information ou ayant profité de services du SDC. La moitié des participants des entretiens étaient choisis au hasard parmi les 1 138 clients qui avaient répondu à un sondage détaillé sur la satisfaction de la clientèle effectué en 2019, et qui avaient accepté de participer à des recherches de suivi. L'autre moitié était aussi choisie au hasard dans une liste de nouveaux clients du SDC qui avaient accédé à ses services au cours des 2 dernières années. En tout, 140 clients du SDC qui avaient répondu au sondage de 2019 de même que 80 nouveaux clients ont également reçu un courriel d'Affaires mondiales Canada. Le courriel présentait la recherche et demandait aux personnes qui souhaitaient y participer de s'inscrire en ligne, en indiquant leur intérêt et leur disponibilité pour un entretien de 30 à 45 minutes dans le cadre duquel ils seraient invités à décrire leurs expériences avec le SDC. Le lien, configuré et hébergé par les Associés de recherche EKOS, comprenait également un questionnaire de présélection avec quelques questions de base sur la nature et l'historique des activités d'exportation, ainsi que sur le poste occupé lors de la consultation auprès du SDC. Les répondants avaient également l'occasion d'indiquer le meilleur jour de la semaine et le meilleur moment de la journée pour la tenue d'un entretien.

Les entretiens ont été menés à l'aide d'un guide d'entretien semi-structuré. Le guide, basé sur la version de 2019, a été révisé pour y inclure des questions sur les expériences vécues par le participant durant la pandémie et sur la mesure dans laquelle les besoins des clients ont changé ou non pendant cette période. Le guide a ensuite été mis à jour en français et achevé avec la collaboration d'Affaires mondiales Canada.

Un incitatif de 150 \$ était offert pour chaque entretien, et 1 seul entretien était mené pour chaque entreprise de l'échantillon. Parmi les 280 clients du SDC qui ont reçu une invitation, 46 ont manifesté leur intérêt. Deux d'entre eux ont été jugés inadmissibles, et 4 n'ont pas pu être joints ou ont refusé de participer à l'entretien lors d'une prise de contact ultérieure. En tout, 40 entretiens ont été menés du 11 novembre au 17 décembre 2021.

Chaque entretien a été effectué par téléphone ou à l'aide de Zoom et enregistré pour faciliter la prise de notes sommaires sur chaque discussion, avec le consentement éclairé préalable des participants. Des notes ont ensuite été élaborées à partir des enregistrements des entretiens. L'analyse des résultats des entretiens a permis de passer en revue les réponses des participants à des questions données, de rechercher de grands thèmes se rapportant à chaque domaine

d'enjeux, de saisir les divergences d'opinions parmi les différents types de participants et d'extraire des citations représentatives anonymisées. Il convient de noter que les résultats des entretiens sont de nature qualitative. L'analyse se base sur plusieurs examens des notes des chercheurs principaux dirigeant les entretiens. Ces résultats ne doivent pas être généralisés et ne peuvent être utilisés pour estimer le pourcentage de clients du SDC ayant vécu une expérience semblable ou partageant un point de vue semblable. Les résultats des entretiens de suivi, toutefois, fournissent des détails et des points de vue supplémentaires sur les constatations du sondage en ligne de 2019 (non décrit dans le présent rapport) au moyen d'expériences et de perspectives représentatives, ainsi que, de manière générale, une mise à jour détaillée des expériences vécues par certains exportateurs canadiens durant la pandémie de COVID-19.

C. PRINCIPALES CONSTATATIONS

Le rôle du SDC

Les participants ont cerné l'aspect des renseignements ou des services du SDC qu'ils trouvent le plus utile ou le plus important pour connaître du succès à l'échelle internationale. La plupart des participants nomment le plus souvent les relations que le SDC est en mesure d'établir pour eux. Aussi, le SDC agit en tant que représentant du gouvernement canadien, ce qui donne de la crédibilité aux entreprises canadiennes. Le SDC est également utilisé comme une source de renseignements sur le marché local, y compris sur les protocoles culturels et les considérations réglementaires, ainsi que comme une source de données sur divers marchés. Les participants déclarent aussi que le SDC contribue à la planification et à la coordination d'événements ou de réunions. Le SDC a été un atout pendant la pandémie de COVID-19 en étant présent à l'échelle locale alors que les entreprises ne pouvaient se rendre dans les marchés locaux.

Lacunes et domaines à améliorer

Les participants cernent plusieurs lacunes ou domaines à améliorer dans la communication de renseignements ou la prestation de services. Bien que la plupart d'entre eux aient une impression très positive du personnel et de sa réactivité, certains mentionnent l'accès au personnel et la réactivité de ce dernier lorsqu'il est question de lacunes ou croient qu'il n'y a pas assez d'employés pour répondre aux besoins de la clientèle. Certains participants affirment que le SDC devrait améliorer ses connaissances sur des secteurs précis, les données spécialisées concernant des marchés, l'accès à de possibles sources de financement ou d'investissement ou les conseils à leur sujet, et mieux cibler les relations afin d'aider les entreprises canadiennes à atteindre leurs objectifs. Certains participants disent être de nouveaux clients ou ne pas assez bien connaître l'information ou les services qu'offre le SDC pour cerner des lacunes.

Réaction en temps opportun

La plupart des participants accèdent à des renseignements ou à des services du SDC pour soutenir leur développement commercial prévu. Cette planification se fait à plus long terme ou a pour but d'obtenir du soutien pour des voyages d'exploration de débouchés potentiels ou pour participer à des événements. La plupart des participants, en particulier ceux qui entretiennent une relation établie avec le personnel du SDC, déclarent qu'ils s'adresseraient au SDC pour une question urgente ou devant être abordée en temps opportun.

Perceptions à l'égard du personnel du SDC

Les participants considèrent le personnel du SDC comme compétent et serviable. La compréhension du marché local par le personnel du SDC, notamment de la culture, des enjeux et des événements locaux, et les relations avec des personnes-ressources du milieu des affaires sont considérés comme des atouts importants. Bien que les connaissances locales constituent le principal avantage du personnel du SDC, ces connaissances sont souvent mises à profit pour comprendre un secteur et les besoins spécifiques d'une entreprise. Plus les relations avec le personnel du SDC sont directes et bénéfiques, et plus la compréhension du marché ou de l'entreprise est élevée, plus les participants sont satisfaits de leur expérience avec le SDC dans son ensemble. Certains participants trouvent qu'il est difficile de joindre le personnel du SDC concernant de nouveaux marchés ou sans se faire présenter.

Dans la plupart des cas, le personnel du SDC est décrit comme étant réactif, particulièrement lorsqu'une relation est établie entre le personnel et le participant. Certains affirment qu'il faut des semaines pour recevoir une réponse du personnel ou qu'il peut y avoir un retard dans la mise en œuvre des mesures proposées par le personnel lors de réunions. Les participants considèrent généralement que le personnel recruté sur place possède des connaissances approfondies du marché et a accès à des réseaux plus larges de personnes-ressources. Toutefois, les délégués commerciaux canadiens en affectation pourraient mieux comprendre les avantages pour le Canada des activités commerciales.

Description générale du SDC

De nombreux participants décrivent le SDC comme une ressource permettant d'accéder à des marchés internationaux. Le SDC fournit du soutien qui facilite l'acquisition de connaissances sur des marchés locaux et la prise de contact entre des entreprises canadiennes et des acteurs de ces marchés. Le SDC peut aider à défendre les intérêts des entreprises canadiennes et à établir

des liens précieux sur le marché local. Le soutien ou les relations du SDC augmentent la crédibilité de ces entreprises à l'échelle internationale, leur ouvrant des portes plus efficacement que si elles avaient agi seules.

Programmes comparables et unicité du SDC

Parmi les autres professionnels ou les autres organisations publiques qui appuient l'exportation vers des marchés mondiaux figurent des chambres de commerce de marchés précis, des organismes provinciaux et des organismes fédéraux, comme Exportation et développement Canada (EDC). Certains participants connaissent ou utilisent des entreprises privées, principalement pour obtenir des renseignements, comme des rapports sur le marché, souvent dans un secteur spécialisé. Bien que certains participants mentionnent les consultants privés comme des sources permettant d'obtenir des rapports sur divers marchés, peu d'entre eux ont recours à ce type de service, principalement en raison du coût qui y est associé.

En dépit du fait que certains participants décrivent d'autres sources pour certains aspects du même renseignement ou du même service, le SDC est considéré comme unique en raison de la portée mondiale des délégués commerciaux. Le réseau mondial du SDC est souvent mentionné comme un atout en raison de sa capacité d'interagir de manière semblable dans divers marchés. Le SDC fournit une expertise des marchés locaux, est présent dans la plupart des marchés internationaux, et les participants considèrent le service comme complémentaire à d'autres organisations.

Défis

Les participants mentionnent plusieurs grands défis qu'ils envisagent dans le cadre de leurs activités internationales. Le plus souvent, les incertitudes liées à la pandémie COVID-19 sont mentionnées, y compris la compréhension de la capacité de renouer avec les réunions en personne et les conséquences pour les entreprises canadiennes de tout changement dans les conditions de marchés locaux. Presque toutes les entreprises qui ont des produits concrets mentionnent des défis liés à la chaîne d'approvisionnement mondiale. Les participants relèvent de nombreux autres enjeux, comme la disponibilité de la main-d'œuvre, la cybersécurité, l'obtention de permis d'études de même que le soutien du gouvernement fédéral dans les accords commerciaux et la promotion des entreprises canadiennes. Les participants continuent d'anticiper des défis liés aux affaires à l'échelle internationale, y compris dans des domaines où le SDC apporte du soutien, notamment pour comprendre des marchés locaux et pour établir des relations.

D. NOTE AUX LECTEURS

Conformément à l'article 10.2.3 des normes pour la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, « une recherche qualitative est conçue pour révéler une vaste gamme d'opinions et d'interprétations, plutôt que pour mesurer le pourcentage de la population cible ayant un point de vue particulier. Les résultats ne doivent pas être utilisés pour estimer la proportion numérique ou le nombre de personnes de la population ayant un point de vue en particulier puisqu'ils ne sont pas statistiquement extrapolables »¹. Pour éviter de donner l'impression que ces résultats peuvent être extrapolés à l'ensemble de la population, des termes comme « quelques-uns », « certains » et « la plupart » sont utilisés, plutôt que des pourcentages précis, pour indiquer des points de vue de manière générale. Afin d'assurer une compréhension mutuelle des termes utilisés dans l'analyse, les lignes directrices suivantes ont été utilisées pour analyser et produire des rapports sur les résultats des participants :

- « Quelques participants » = au moins 2 personnes, mais moins de 25 %.
- « Certains participants » = de 25 à 49 %.
- « De nombreux participants » = de 50 à 75 %.
- « La plupart des participants » = plus de 75 %.

Il convient également de comprendre que les renseignements fournis par les participants sont de nature subjective et qu'ils se fondent sur leurs souvenirs et leurs perceptions de leurs interactions avec le personnel du SDC, et de l'information que celui-ci et des représentants d'entreprises canadiennes ont échangée. L'annexe A comprend le questionnaire de présélection, et l'annexe B, le guide d'entretien.

¹ Services publics et Approvisionnement Canada. [Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Recherche qualitative](#). Dernière mise à jour : printemps 2019.

E. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et dans la Directive sur la gestion des communications.

En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :



Susan Galley (vice-présidente)

II. RÉSULTATS DÉTAILLÉS DU SONDAGE

F. PROFIL DES ORGANISATIONS PARTICIPANTES

Un large éventail d'organisations formule des commentaires sur l'utilisation de l'information et des services du SDC, bien que la proportion de petites organisations du secteur privé soit plus élevée, ce qui reflète la clientèle élargie du SDC.

- **Taille** – 16 participants représentent de petites organisations (moins de 10 employés), 16 représentent des organisations de taille moyenne (de 10 à 99 employés) et 8 représentent de grandes organisations (100 employés ou plus)².
- **Type** – 29 des 40 participants représentent des organisations du secteur privé, 5 sont issus du secteur public et 6 représentent des associations qui interagissent avec le SDC au nom de leurs membres.
- **Industrie** – Un large éventail d'industries sont représentées. Neuf œuvrent dans le domaine des ressources primaires (agriculture, énergie et traitement des eaux, extraction minière), 10 dans les technologies de l'information (logiciels, services Internet, plateformes en ligne et d'apprentissage), 7 dans l'éducation, 3 dans la vente de services et de matériel médical ou de santé, 6 dans les biens de consommation, 3 dans les arts, la culture et les loisirs, et 2 dans les services (p. ex., juridiques ou financiers).
- **Historique des prises de contact** – 27 des 40 participants se sont adressés au SDC pour obtenir de l'aide sur une longue période. La plupart évoquent des contacts fréquents avec le SDC au fil des ans, bien que 5 déclarent n'avoir pas eu de contact important. Les 13 participants restants ont communiqué plus récemment avec le SDC, soit au cours des 2 dernières années (c.-à-d. pendant la pandémie).
- **Durée des activités d'exportation** – 4 des 40 participants n'ont pas encore commencé à exporter des produits ou des services, ou ont commencé récemment. Parmi les 3 répondants sur 4 qui font de l'exportation, la plupart exportent aux États-Unis et dans d'autres marchés étrangers.
- **Rôle dans l'organisation** – 2 représentants sur 3 interviewés occupent un rôle au niveau de la direction (fondateur, président, chef de la direction), tandis que 5 se considèrent comme des cadres intermédiaires participant au développement des ventes ou à l'expansion du marché.

² Deux participants n'ont pas état de la taille de l'organisation qu'ils représentent.

G. UTILISATION DES SERVICES DU SDC

Les participants devaient décrire ce qu'ils considèrent être le rôle du SDC, leurs interactions les plus courantes et les attributs essentiels du SDC. Bien que la description précise des services et renseignements fournis varie considérablement, dans l'ensemble, quelques grands thèmes ressortent.

Établissement de liens

Les participants devaient nommer l'aspect des renseignements ou des services du SDC qu'ils trouvent le plus utile ou le plus important pour connaître du succès à l'échelle internationale. La plupart d'entre eux mentionnent les relations que le SDC est en mesure d'établir pour eux. Par le biais de leurs réseaux locaux et de partenariats de confiance, de nombreux participants disent valoriser la capacité du SDC à leur présenter des personnes-ressources pertinentes, qu'ils soient à la recherche de nouveaux clients, de partenaires ou de fournisseurs locaux, ou de représentants des administrations locales, qui leur permettent d'obtenir des conseils sur les exigences locales. Quelques-uns évoquent même la présentation de programmes ou de sources de financement. Parmi les termes souvent utilisés pour décrire cette fonction importante figure « organisateur » (*matchmaker*, en anglais).

« L'aspect le plus important est le fait de fournir un réseau et d'établir des liens. La prise de contact était très bien adaptée à notre cas à titre d'investisseur potentiel et l'aspect le plus important a été la relation. » (petite entreprise, secteur privé)

« L'aiguillage vers des acteurs de marchés étrangers est très utile. Il est très difficile d'essayer de trouver soi-même des informations en ligne [sur le marché chinois] parce que tout est présenté en chinois. » (petite entreprise, secteur privé)

« Je préfère que quelqu'un du SDC ou de l'ambassade fasse de cordiales présentations. Ça permet d'instaurer un climat de confiance. » (petite entreprise, secteur privé)

Les participants disent souvent du SDC qu'il permet à des entreprises canadiennes qui vendent des produits ou des services de tisser des liens avec des acteurs du marché visé qui souhaitent les acheter. Dans d'autres cas, des liens sont établis avec des fournisseurs, des fabricants ou des distributeurs locaux. Dans quelques cas, ces liens se tissent aussi avec des partenaires ou avec des investisseurs locaux. Dans l'ensemble, les répondants croient que le SDC a la capacité d'ouvrir des portes, souvent à des niveaux élevés, ce qui est très utile pour résoudre certains problèmes.

« Ils ont trouvé des possibilités de partenariat et des clients potentiels locaux susceptibles de correspondre à ce que nous recherchions. » (grande entreprise, secteur privé)

« Nous avons eu recours au SDC pour établir de nouveaux liens dans des marchés [pour faire les présentations à l'entreprise ou à une personne du pays]. Le fait de s'adresser aux [vrais] décideurs rend le processus plus efficace. Nous consacrons beaucoup de temps à parler à des personnes de niveau inférieur avant que le SDC ne soit en mesure de nous présenter à des décideurs plus élevés dans la hiérarchie. » (petite entreprise, secteur privé)

En tant qu'organisation qui facilite l'établissement de liens, certains participants font remarquer que le SDC fournit une présence du gouvernement canadien soutenant les entreprises et travaillant pour leur compte. La présence de représentants du gouvernement du Canada sur le terrain, dans des marchés étrangers, est considérée comme un moyen d'augmenter la visibilité d'une organisation, d'ajouter un sceau d'approbation ou de prestige, et de faire preuve de soutien. Cela donne davantage de crédibilité aux entreprises canadiennes et contribue à leur ouvrir des portes, dans certains cas à des niveaux très élevés, ce que les entreprises ne peuvent réussir à faire seules. La réputation du Canada est forte à l'échelle mondiale, soutiennent quelques participants, et le fait que le gouvernement du Canada soit aux côtés des entreprises lors de leurs premiers pas dans des marchés locaux, lors de salons commerciaux et de présentations, ajoute un certain prestige ou un certain cachet très utiles.

« Ils vous aident à faire les premiers pas. Ils vous donnent de la crédibilité, et le Canada jouit d'une excellente réputation à l'échelle mondiale. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ça ouvre des portes, bien entendu. Un appel d'un délégué commercial est très utile. Lorsque vous essayez de rencontrer des ministres ou des présidents de [...], c'est vraiment utile d'être accompagné de délégués commerciaux. » (grande entreprise, secteur public)

« C'est beaucoup plus facile, surtout la première fois, de faire des rencontres à un événement organisé par le SDC. Cela fournit un certain cachet aux événements [auxquels des cadres supérieurs participent]. Dans une certaine mesure, vous voulez ce sceau d'approbation [des deux côtés]. Ça permet d'engager des conversations significatives plus rapidement. » (grande entreprise, secteur public)

« Le SDC est le représentant officiel du gouvernement canadien dans ces pays étrangers, [et] ce sceau d'approbation est souhaitable. La présence du gouvernement canadien donne un appui officiel de légitimité. » (grande association de membres)

« Bien des gens ne réalisent pas la crédibilité que le SDC apporte auprès d'administrations locales et de partenaires potentiels. Ils ont une présence et une réputation énormes dans des marchés particuliers (ils nous appuient), ce dont nous profitons. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils nous ont permis d'avoir une compréhension générale de l'environnement d'un point de vue réglementaire. » (grande entreprise, secteur privé)

Certains participants réitèrent le fait que des présentations ou des recommandations auprès d'organisations ou de particuliers locaux permettent aux entreprises canadiennes de se fier à ces organisations, qui ont été approuvées par le SDC, ce qui est un service d'une grande utilité. Aussi, des participants déclarent reconnaître et aimer la vision impartiale du SDC, qui ne risque pas sa

réputation au niveau local tout en travaillant au nom des Canadiens dans ces pays. Quelques participants affirment qu'il est agréable de savoir qu'il est là (sur le terrain), si le besoin se fait sentir, et qu'ils peuvent obtenir de l'aide, des informations et des opinions honnêtes. Il est très important, selon certains participants, d'obtenir des suggestions et des recommandations sur des acheteurs potentiels et des fournisseurs de la part du personnel du SDC qui connaît la région, sait qui est qui, et a de vastes réseaux. Il est rassurant de compter sur l'appui de gens qui sont en mesure de faire un certain travail de reconnaissance du marché local.

« L'examen du marché par le SDC a un poids énorme, et je trouve que les gens sous-estiment la valeur de cela. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Ils recommandent des représentants de l'industrie qui ont fait leurs preuves et qui sont dignes de confiance. » (petite entreprise, secteur privé)

« Nous avons confiance en eux, et nous nous fions à leurs connaissances et à leurs conseils. Nous nous fions donc aux relations qu'ils nous aident à établir. » (petite entreprise, secteur privé)

« Il est important d'avoir une certaine confiance dans le fait que vous ne vous êtes pas fait voler dans vos transactions avec vos partenaires. » (petite entreprise, secteur privé)

Communications de renseignements à l'échelle locale

De nombreux participants affirment que le SDC fournit des services et de l'information qui permettent de mieux comprendre le marché local. Pour certains, l'information qu'ils recherchent porte sur le paysage local (p. ex., politique, économie, état des infrastructures), sur la façon dont les choses se font dans un marché particulier (p. ex., obstacles ou préoccupations, processus à suivre) ou sur les données du marché (p. ex., demande, paysage concurrentiel). D'autres recherchent des informations précises sur la réglementation, la fiscalité et la logistique dans des domaines comme les déplacements, l'expédition et l'importation, l'offre de main-d'œuvre, etc.

« Le SDC nous aide à nous faire une idée du pays et de la logistique (considérations/questions). » (petite entreprise, secteur privé)

« Le SDC nous aide à comprendre un peu mieux le marché du travail en nous fournissant des rapports sur le marché du travail et en nous informant de différentes règles et réglementations pour pouvoir être établies là-bas, et de ce que cela implique si nous voulons même embaucher des gens dans ces pays. » (moyenne entreprise, secteur privé)

Planification d'événements et logistique des visites

Certains participants disent compter sur des conférences, des missions et d'autres événements du SDC pour accroître leur visibilité, pour saisir des occasions de tisser eux-mêmes des liens ou pour faire l'objet de présentations par le SDC. Quelques participants décrivent l'aide que leur a apportée le personnel du SDC dans la planification et la coordination d'événements et de réunions, ainsi que le suivi auprès d'organisations locales en leur nom, de recherches préalables ou de tenue de conversations préliminaires sur place. Quelques-uns soulignent l'aide reçue lors de la planification logistique et les conseils prodigués sur l'établissement d'un calendrier et sur la façon de maximiser le temps et l'exposition. Collectivement, ces exemples décrivent le SDC non seulement comme une organisation qui facilite l'établissement de liens et qui fournit des renseignements, mais aussi comme une source de soutien et un facilitateur sur le terrain.

« Le SDC nous a aidés à planifier nos voyages et à coordonner nos réunions. Il a été utile pour maximiser la planification de notre temps durant les missions. Le SDC réserve des réunions et les coordonne avec d'autres personnes du marché. » (petite entreprise, secteur privé)

« Parfois, le SDC travaille avec des établissements d'enseignement locaux pour planifier des événements de formation, comme des foires éducatives ouvertes ou du travail avec des entreprises privées dans des domaines comme la logistique et l'établissement de liens avec des conseillers scolaires locaux. Il peut parfois aider au processus de délivrance de visas ou à obtenir des permis locaux pour pouvoir visiter certains territoires de compétence. » (grande entreprise, secteur public)

« Pour un événement tenu en Europe, des délégués commerciaux ont été impliqués dans l'établissement de liens, puis ont fait le suivi avec une liste d'entreprises avec lesquelles nous pouvions entrer en contact. » (petite entreprise, secteur privé)

« Notre première prise de contact a eu lieu lors d'une conférence en ligne du SDC avec l'Allemagne, qui abordait de nombreux thèmes, comme les services de jumelage, un kiosque virtuel avec une fonction de clavardage, des mesures de suivi sur les visites et une liste de personnes-ressources. » (petite entreprise, secteur privé)

« Il y a environ 15 mois, nous avons fait une présentation lors d'une conférence destinée à des entreprises potentielles (acheteurs) de la Chine. Le SDC a rassemblé des acheteurs, des distributeurs et des fournisseurs, et nous avons fait la présentation. » (grande entreprise, secteur privé)

Expertise et services de conseil

Certains participants décrivent l'aide du SDC pour effectuer une recherche plus large sur le marché, pour planifier la façon de concevoir ou de positionner des produits ou des services, et pour élaborer la stratégie la plus viable. Il aide certaines jeunes entreprises à réfléchir aux premières étapes à suivre et aux pièges à éviter. Certains participants déclarent que le SDC a fait pression en leur nom auprès d'autres gouvernements pour résoudre des problèmes et pour éliminer des obstacles (p. ex., contraintes en matière de réglementation, problèmes d'expédition

et d'importation). Une entreprise décrit l'aide qu'elle reçoit du SDC dans la recherche d'infrastructures locales pour des interventions en cas d'urgence, comme des accidents (c.-à-d. la capacité de l'infrastructure à remédier à un problème de sécurité). D'autres parlent de l'aide qu'apporte le SDC pour rehausser le profil d'entreprises canadiennes (c.-à-d. les avantages de travailler avec des entreprises canadiennes) et mentionnent des questions intersectorielles, comme les principes d'éthique opérationnelle ou la nécessité de solides mesures de cybersécurité.

« Je peux tirer profit de leurs connaissances sur ce qui se passe sur le marché et obtenir des conseils sur la meilleure approche que peut adopter notre organisation. » (grande entreprise, secteur public)

« Au Vietnam, nous avons eu de la difficulté à obtenir l'approbation réglementaire pour l'un de nos appareils et ils ont pu nous mettre en contact avec les bonnes personnes pour résoudre le problème. » (petite entreprise, secteur privé)

« Il y a plusieurs années, j'avais l'habitude de voyager, et le SDC m'aidait à organiser des réunions dans le bureau de l'ambassade du Canada. » (grande entreprise, secteur privé)

« Lorsque nous planifions de grands événements ou de grands congrès internationaux, nous savons que le SDC est là pour nous. Il facilite l'organisation de réunions avec des clients potentiels et nous trouve des débouchés. » (grande entreprise, secteur public)

Informations propres à l'industrie

Les participants indiquent que le SDC fournit des renseignements sur l'offre et la demande du marché, sur l'ampleur et sur la nature de la concurrence, etc. Un certain nombre d'entre eux disent être en mesure d'obtenir des rapports détaillés sur la nature du marché, qui les aident à planifier les prochaines étapes et la stratégie d'expansion future.

« Ils nous ont envoyé des rapports sur le marché du travail et sur des éléments clés, ainsi qu'une liste de bulletins d'information ou de groupes que nous devrions consulter, puis ils ont facilité la prise de contact par le biais des bulletins qu'ils publient (c.-à-d. des informations sur les étudiants internationaux et les moments où ils organisent des événements). »

« Parfois, différents délégués commerciaux préparent des dossiers sur le marché du travail ou sur le marché [sectoriel]. » (grande entreprise, secteur public)

« Les délégués commerciaux sont aussi en mesure de transmettre de l'information sur ce que les gens d'un marché particulier pensent d'un [secteur] canadien. » (association de taille moyenne de membres)

Peut-être plus important encore, selon certains participants, le SDC fournit des informations sur le marché dans son ensemble, notamment sur les principaux protocoles d'exploitation, sur les conditions et les obstacles réglementaires, et sur les lois.

« Ils me donnent une bonne idée du protocole à utiliser pour approcher les forces armées, les garde-côtes ou les services de police dans un pays donné. Et tout cela est très différent [d'un pays à l'autre. » (petite entreprise, secteur privé)

« Les obstacles sont nombreux lorsque vient le temps d'accéder au marché chinois, et le SDC peut m'aider à savoir si quelque chose est légal ou non. La Chine est compliquée. Sans l'aide du SDC, je ne serais pas capable de bien m'y prendre. Je fais confiance au SDC, et pour moi cela change vraiment la donne. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ce qui est bien, c'est de pouvoir comprendre le marché cible, que ce soit le pays, les lois, les obstacles réglementaires ou les liens à établir. » (petite entreprise, secteur privé)

H. LACUNES OU DOMAINES À AMÉLIORER EN MATIÈRE D'INFORMATION OU DE SERVICES

Les participants étaient aussi interrogés sur les domaines où ils estiment que le SDC pourrait améliorer la communication de renseignements ou la prestation de services, ou ajouter ou augmenter des services.

Un domaine clé que mentionnent certains participants concerne la pénurie de personnel et la réactivité. Plusieurs d'entre eux affirment avoir remarqué que les ressources en personnel sont minces pour répondre à la demande dans certains bureaux plus petits ou dans certains marchés. D'autres suggèrent de façon générale la nécessité d'avoir plus d'employés, en particulier de personnes recrutées sur place, pour accroître la capacité d'assistance. En matière de réactivité, quelques participants décrivent des occasions où ils n'ont aucune nouvelle du personnel pendant des jours ou des semaines, et dans quelques cas, pas du tout.

« Ils sont parfois très occupés. Ils manquent de personnel. » (petite entreprise, secteur privé)

« S'ils pouvaient avoir plus d'employés, les entreprises canadiennes seraient bien servies. » (petite entreprise, secteur privé)

« Il y a des marchés où le SDC est bombardé de demandes, et une petite institution comme la nôtre, qui est axée sur la recherche, ne retient pas son attention. » (grande association de membres)

« J'ai remarqué que pendant la pandémie de COVID-19 il était plus difficile de communiquer avec eux... [et] il faut plus de temps pour entrer en contact avec eux. » (association de taille moyenne de membres)

Certains participants évoquent un manque de recherche ou une compréhension insuffisante du modèle sectoriel ou commercial de la part du personnel — peut-être parce qu'il manque de personnel. D'autres croient que les personnes-ressources ne sont pas aussi qualifiées ou précises qu'ils le souhaiteraient. Le personnel du SDC doit s'investir davantage pour bien connaître des entreprises individuelles et leur secteur d'activités afin de mieux comprendre les objectifs commerciaux, de manière à ne proposer que les organisations correspondantes les plus pertinentes et à fournir de l'information commerciale plus pertinente. Quelques participants suggèrent la participation de consultants ou de courtiers locaux, par exemple, pour permettre au SDC de se faire une idée plus précise et de fournir de meilleurs liens. Ces participants déclarent qu'une liste générique de personnes-ressources n'est pas utile, et que la qualité l'emporte sur la quantité.

« Le service fonctionne bien lorsque le délégué commercial fait preuve de la diligence raisonnable pour s'assurer que l'organisation jumelée correspond à ce qui est recherché, et qu'il y a des

possibilités de financement qui rendent le jumelage attrayant et viable pour les 2 parties. Il arrive parfois que le jumelage soit simplement aléatoire et ce n'est généralement pas très utile. » (grande entreprise, secteur public)

« Le délégué commercial doit en savoir davantage sur le domaine florissant de la médecine numérique depuis son essor. Il doit développer sa propre expertise sectorielle dans un domaine si vaste, même si cela passe par l'embauche de consultants plutôt que d'employés, ce qui est attendu. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Je préférerais que les réunions soient plus ciblées sur une section de l'industrie alimentaire, comme la santé et le bien-être, sur des acheteurs et des fournisseurs précis qui peuvent faire une grande différence. Quand tout le monde est inclus (tous les secteurs de l'industrie alimentaire), on se perd dans le décor. » (grande entreprise, secteur privé)

De même, quelques participants affirment que les données et l'information sur les marchés ne sont pas assez détaillées ou ne tiennent pas suffisamment compte du contexte de l'industrie pour être très utiles. Ils insistent sur leur besoin de renseignements plus précis ou contextualisés sur les marchés qui sont exploitables pour des types de produits ou d'affaires en particulier. Quelques-uns suggèrent des liens avec des spécialistes locaux (abonnement à des recherches sur des marchés, consultants), au besoin; l'un des participants déclare qu'il serait raisonnable de s'attendre à ce qu'il y ait un coût associé à cela.

« Je n'ai pas eu l'impression, à l'époque, qu'il comprenait vraiment notre entreprise, alors que j'ai trouvé un [autre] bon modèle de travail avec un consultant sur le terrain, qui a mis à profit son expertise et nous a permis d'avoir accès à une base de données sur le marché. Par conséquent, nous avons reçu une analyse de marché assez complète [grâce à l'autre modèle]. En comparaison, les informations et les services du SDC étaient bons, mais un peu trop globaux. »

« Ils pourraient s'améliorer dans les recherches sur les marchés de certains pays. Nous pouvons toujours nous y rendre et acheter, mais c'est cher pour une petite entreprise. Par exemple, à quoi ressemble le marché en Chine? Qui sont les grands acteurs? Quels sont leurs chiffres d'affaires? » (grande entreprise, secteur privé)

Quelques participants indiquent qu'ils souhaitent obtenir plus d'informations, plus d'idées et de plus amples conseils sur des sources de financement potentielles. Quelques-uns évoquent un manque ou une diminution notable de l'accès à du financement, en particulier pendant la pandémie. Ces participants font remarquer que, par exemple, les critères d'admissibilité de CanExport sont trop ouverts ou affirment ne pas avoir reçu de rétroaction sur les raisons pour lesquelles leur demande a été refusée. Plusieurs mentionnent le manque de financement ou de possibilités d'investissement qu'offre le gouvernement du Canada pour l'exportation par rapport à d'autres pays.

« CanExport a élargi ses critères pour que tout le monde puisse y avoir droit. [...] il doit s'adresser aux entreprises qui investissent leurs propres fonds pour se rendre sur le marché cible, pour y brasser des affaires et pour rentrer à la maison. » (petite entreprise, secteur privé)

« J'ai rempli une demande d'aide financière de CanExport, mais je l'ai trouvée très compliquée. J'aurais aimé avoir de l'aide pour comprendre ce qui était important, pour connaître des façons d'optimiser mes chances d'obtenir de l'aide et, quand je n'y parviens pas, pour obtenir des commentaires sur les points faibles de ma demande. » (petite entreprise, secteur privé)

« Nous devons investir et croître très rapidement, et nous avons besoin de ressources pour pouvoir innover rapidement. Il serait essentiel de pouvoir se rendre au SDC pour obtenir du financement ou pour obtenir de l'aide ou des conseils sur les endroits où il est possible d'obtenir du financement. » (petite entreprise, secteur privé)

« Avec la COVID-19, on dirait qu'il y avait un obstacle supplémentaire et c'est devenu très difficile de présenter une demande [à CanExport]. Une plus grande disponibilité et une plus grande admissibilité à des subventions seraient utiles. » (grande entreprise, secteur privé)

« Le SDC doit aussi attirer des investissements pour les entreprises canadiennes. Israël a même créé plus de sociétés privées que les États-Unis parce qu'il a un programme où le gouvernement jumèle tout investissement international dans une entreprise en démarrage. » (petite entreprise, secteur privé)

En outre, en ce qui concerne le manque de personnel, quelques participants suggèrent qu'il serait avantageux pour eux que le personnel du SDC soit plus proactif pour apprendre à connaître leur entreprise et leurs objectifs commerciaux afin de personnaliser davantage l'établissement de liens et la formulation de recommandations. Deux participants déclarent également qu'il serait utile que le personnel du SDC montre une plus grande volonté de fournir de l'aide dans des domaines comme l'interprétation de l'information afin d'aider la clientèle à mieux adapter l'information générique à leur propre situation ou à leurs propres exigences. De plus, quelques-uns disent souhaiter un suivi plus formel auprès du SDC lors de la prestation de services ou de la communication d'informations.

« Je dirais que ce n'était qu'une attestation des conclusions que j'avais tirées avant de leur parler. Les liens qu'ils m'ont envoyés étaient des liens que j'avais déjà. Ils auraient pu être plus utiles. » (petite association de membres)

« Lorsque je me suis rendu à un bureau du SDC, cela ne m'a pas vraiment aidé; alors je n'y vais plus. Ils ne sont pas très dynamiques (c.-à-d. proactifs). » (petite entreprise, secteur privé)

« Il faut plus de clarté ou une plus grande volonté d'aider à examiner ces questions et pas seulement me transférer des informations qui ressemblent à ce que n'importe qui pourrait trouver. Il faut de l'aide pour interpréter certaines réponses vagues (plus de détails et un plus grand souci de clarification, au lieu de me forcer à deviner). Un contact au sein du gouvernement étranger est aussi quelque chose qu'ils auraient pu faire. Le service devait être plus pratique et plus interactif, avec plus de communications pour comprendre ou examiner ce qui est requis. » (petite association de membres)

Certains participants ne croient pas pouvoir cerner les lacunes ou les endroits où des améliorations sont nécessaires, car ils ne sont pas pleinement conscients de la gamme d'information et de services qu'offre le SDC, ou de la façon dont les entreprises canadiennes

peuvent y avoir recours. Bien que cette situation soit plus concentrée chez les nouveaux clients, cela est également soulevé par plusieurs participants ayant déjà utilisé les services du SDC. Quelques participants affirment avoir commencé à en apprendre davantage sur les offres de services pendant la pandémie et ont hâte d'avoir plus d'occasions de communiquer avec le personnel du SDC concernant un éventail de questions.

« Au cours des 2 dernières années, j'en ai appris plus sur le SDC que ce que je savais avant la pandémie (sur leurs services et sur la manière dont ils peuvent nous aider). » (petite entreprise, secteur privé)

« (Proposer) des webinaires (sur les services du SDC) pourrait être une excellente idée, car le SDC est plus accessible aujourd'hui. Nous pouvons poser plus de questions sur différentes choses et apprendre à tirer le meilleur parti des situations en nous fondant sur l'expérience du SDC. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Je ne sais pas ce qu'ils offrent de plus. Plus vous comprenez, plus vous pouvez utiliser ce qu'ils offrent pour ce dont vous avez besoin. » (petite entreprise, secteur privé)

Les autres domaines mentionnés par 1 ou 2 participants sont les suivants :

- Il manque possiblement d'aide du SDC dans les bureaux ou les marchés où le portefeuille de l'éducation n'est pas une priorité. Deux participants du secteur de l'éducation mentionnent également des relations plus solides entre le SDC et quelques institutions particulières.

« Il y a différentes ressources allouées en matière de temps et de rayonnement. Dans certains marchés, il y a eu des situations où le processus n'était pas équitable, comme des relations préférentielles, comme on dit au Kenya. » (grande entreprise, secteur public)

- Certaines questions de compétence ou de coordination se posent entre les bureaux du SDC de différents pays. Ces problèmes ont trait à un manque de communication ou de coordination entre les bureaux du SDC et, dans un cas, à des obstacles à la poursuite des activités d'un bureau à la suite de communications antérieures avec le bureau du SDC d'un autre pays.

« Je dois communiquer avec les délégués commerciaux séparément, un à un. Ce n'est pas [difficile], mais il serait préférable qu'il y ait une sorte de base de données. Un examen interne [pour collaborer peut-être par région, comme l'Asie]. » (petite entreprise, secteur privé)

« Nous ne savions pas que la prise de contact avec [un bureau du SDC] nous contraindrait à maintenir ces relations et ces conversations séparées (c.-à-d. les conversations traitant de... ne doivent se produire qu'avec... les personnes, et nous ne pouvons parler d'aucune autre affaire). Le simple fait de s'y retrouver a été difficile. » (moyenne entreprise, secteur privé)

À la suite des discussions, quelques ajouts ou améliorations sont suggérés de manière plus évidente, notamment les suivants :

- Plus d'occasions d'être informé des types de renseignements et de services que fournit le SDC — par le biais d'un guide de base, d'un atelier ou d'un webinaire — et sur la meilleure façon de profiter de son aide (p. ex., à quelle étape, avec quels documents de planification existants).
- À ce sujet, plusieurs participants qui ne connaissaient pas très bien les services du SDC :
 - un participant déclare qu'il serait utile de connaître le parcours d'organisations que le SDC a aidées (p. ex., nature du problème, type d'aide fournie et résultats);
 - ces types d'histoires et de statistiques pourraient donner de l'espoir dans la possibilité d'une future réussite, mais ils pourraient aussi être utiles de les adjoindre à une demande de financement pour démontrer le soutien offert.
- Plus de possibilités de conférences, de séminaires et de tables rondes au sein de groupes spécialisés (c.-à-d. des fournisseurs locaux dans des secteurs et des marchés précis, des sous-groupes spécialisés issus d'industries en général).
- Des tables rondes avec des entreprises canadiennes pertinentes pour échanger de l'information sur les changements du marché pendant la pandémie et sur les attentes après la COVID-19, les leçons retenues et les pratiques exemplaires (p. ex., approches en ligne ou en personne).
- Des efforts plus proactifs de la part du SDC pour mieux comprendre la nature du secteur ou de l'entreprise et leurs objectifs en fournissant aux clients des données ciblant des marchés précis ou des personnes-ressources locales qui sont à l'affût de leurs besoins; des consultants locaux spécialisés pourraient offrir leurs services à des tarifs subventionnés.
- Une plus grande innovation dans la façon dont les clients reçoivent de l'aide, sont rassemblés et tissent des liens avec les autres, et davantage de projets pilotes pour tester les meilleures approches.
- Une meilleure coordination des bureaux du SDC dans différentes régions du monde (diffusion de l'information, approches et protocoles communs, cohérence des méthodes de communication).
- Une plus grande attention à l'accès à du financement et à une aide et des conseils dans ce domaine.
- Davantage de ressources en personnel et en expertise sectorielle, en particulier dans des domaines clés comme l'éducation.

I. UTILISATION DU SDC EN SITUATION D'URGENCE ET POINTS DE VUE SUR LA RÉACTIVITÉ

Lorsqu'il est question de la nécessité de recevoir des services du SDC dans des situations d'urgence, la plupart des participants affirment n'avoir pas eu recours à ses services de cette façon. De nombreux participants croient que l'information ou les services du SDC leur permettent de prendre des décisions éclairées et d'élaborer une stratégie avisée de planification à plus long terme, par opposition à quelque chose d'immédiat et d'urgent.

« Nous n'avons pas vraiment eu recours au SDC pour des besoins immédiats. Il s'agit plus d'une relation stratégique à long terme. » (petite entreprise, secteur privé)

« Non, ce n'est pas le genre de service que nous sollicitons du SDC. Il faut beaucoup de temps pour déterminer où trouver des choses et pour savoir qui est digne de confiance et qui est fiable. » (moyenne entreprise, secteur privé)

Certains participants déclarent qu'ils se fient au SDC pour certaines questions à plus long terme et pour d'autres plus sensibles au temps ou plus urgentes. Ils affirment presque toujours pouvoir compter sur le SDC pour répondre rapidement à leurs questions urgentes, surtout s'ils ont déjà établi une relation avec le personnel du SDC concernant un marché.

« Nous avons déjà eu besoin d'une aide immédiate. Nous nous sommes rendus dans un nouveau pays et notre acheteur a reculé à la dernière minute. Nous sommes donc allés voir un délégué commercial, qui a été réactif quand je lui ai expliqué à quel point la situation était urgente. » (petite entreprise, secteur privé)

« C'est une question tactique parce que nous vendons nos produits maintenant. Mais c'est stratégique parce que nous nous révélons, nous voulons bâtir une relation. Je n'hésiterais pas [à communiquer avec le SDC pour des problèmes immédiats]. » (petite entreprise, secteur privé)

« Deux d'entre nous ont eu des problèmes lors de voyages à l'étranger et nous avons fait appel au SDC pour obtenir de l'aide (p. ex., tests de COVID-19 dans le pays), et leur aide fut immédiate et très utile. » (association de taille moyenne de membres)

Bien que certains participants affirment n'avoir pas eu recours aux services du SDC de cette façon à ce jour, ils indiquent que le personnel est généralement très réactif et qu'il agit rapidement.

« Les employés du SDC sont rapides, plus rapides que ce à quoi j'étais prêt. » (petite entreprise, secteur privé)

« Nous avons recours au SDC pour de futurs débouchés [selon l'endroit où ils veulent étendre leurs activités]. Tous les secteurs asiatiques répondent très rapidement et je m'adresserais à eux immédiatement [pour des besoins urgents]. » (petite entreprise, secteur privé)

« Principalement pour une collaboration future, pour quelque chose que nous tentons de construire. Ils sont très rapides. » (grande entreprise, secteur public)

J. IMPRESSIONS À L'ÉGARD DU PERSONNEL ET DU SDC EN GÉNÉRAL

Personnel du SDC

La plupart des participants considèrent le personnel du SDC comme très bien informé et disposé à aider. Nombre d'entre eux affirment qu'il agit comme s'il était « leurs yeux et leurs oreilles » sur le terrain ou au sein de marchés locaux. La plupart des participants estiment que le personnel du SDC connaît son marché local, qu'il possède des connaissances de la langue et de la culture locales, ainsi que des événements qui y ont lieu, lesquels pourraient être en concurrence avec l'événement ou la visite du client ou y contribuer. La plupart des participants considèrent la capacité du personnel du SDC à trouver les personnes-ressources clés qui peuvent soutenir le développement des affaires dans des marchés locaux comme l'aspect le plus important.

« C'est un bon service! Ils savent vraiment ce qu'ils font. Il est bon de compter sur une présence canadienne lors d'activités d'exportation à l'étranger. » (grande entreprise, secteur privé)

« Nous avons uniquement une perspective canadienne, mais le SDC a de l'information sur la culture et sur la façon de travailler avec les institutions du marché, et est au courant des défis que nous pourrions avoir à relever. » (grande entreprise, secteur public)

« Nous pouvons entrer dans un pays et rencontrer le SDC en cas d'urgence pour mieux comprendre la capacité du pays et la capacité de l'entreprise [partenaire ou qui souhaite conclure un achat]. Il est également agréable de savoir que des options s'offrent à nous, notamment le SDC en cas d'urgence. C'est énorme! » (petite entreprise, secteur privé)

De nombreux participants font en outre remarquer que le personnel du SDC connaît bien son marché et travaille au développement de ses connaissances dans un secteur. Le personnel du SDC possède peut-être déjà des connaissances sur des secteurs grâce à son expérience dans un portefeuille spécialisé, comme l'éducation ou l'agriculture, mais il peut également développer ces connaissances par le biais de réunions avec le client. Nombre de ces participants sont d'avis que le personnel du SDC est manifestement en mesure de comprendre les intérêts particuliers de leur organisation et de déterminer les possibilités d'affaires à proposer ou des conseils à prodiguer, ou encore les personnes-ressources à suggérer selon le marché visé. Ces participants estiment que le personnel du SDC est proactif et qu'il prend le temps de connaître leurs objectifs commerciaux et internationaux, ce qui lui permet de favoriser les jumelages et de transmettre les renseignements les plus pertinents relativement au marché.

« Les employés du SDC sont très bien informés. Même s'ils ne font pas partie d'une industrie en particulier, ils apprennent très rapidement. Je suis vraiment surpris. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ce que j'aime beaucoup, c'est qu'ils essaient de savoir qui nous sommes, quels renseignements nous envoyer ou quelles personnes-ressources nous recommander pour que nous ayons des débouchés éventuels. » (petite entreprise, secteur privé)

« Les délégués commerciaux avec lesquels je collabore sont très bien informés. Beaucoup d'entre eux travaillent dans ce domaine depuis un certain temps et connaissent très bien le dossier et ce que nous recherchons en tant que Canadiens. » (grande entreprise, secteur public)

À l'inverse, quelques participants n'ont pas l'impression que le personnel prend le temps de trouver les personnes-ressources les plus pertinentes pour leur entreprise, ce qui rime avec un processus moins efficace où ils doivent rencontrer plusieurs personnes pour trouver de possibles partenaires internationaux. Ceux qui se font référer par le SDC à des personnes-ressources moins indiquées ont tendance à être moins satisfaits de leur expérience globale avec le SDC.

« Ils doivent posséder des connaissances sur des choses de base, comme le secteur de l'industrie et les droits de douane [pour comprendre le modèle de base dans l'établissement de liens éclairés]. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils ont été rapides, mais pas très réactifs pour ce qui est de comprendre ou de tenter de comprendre nos besoins. » (petite association de membres)

De nombreux clients disent que leur satisfaction à l'égard du personnel du SDC et de sa capacité de les aider a augmenté après avoir développé une relation avec un délégué commercial. Dans certains cas, les participants affirment avoir été en mesure d'obtenir une aide plus réactive et plus attentionnée de la part du personnel du SDC avec lequel ils avaient déjà une relation de travail.

« Quand vous avez une relation, c'est beaucoup mieux et ils travaillent vraiment pour vous. Avec certains délégués commerciaux, je pose directement mes questions et ils me donnent une réponse immédiate. Ce sont ceux avec qui j'établis une relation. » (petite entreprise, secteur privé)

« Une fois que vous avez une relation et que vous montrez à quel point vous êtes sérieux, ils sont prêts à faire tout ce qu'ils peuvent pour vous aider. » (petite entreprise, secteur privé)

Quelques participants sont d'avis qu'il est difficile de joindre le personnel du SDC dans de nouveaux marchés ou lorsqu'ils ont l'impression que leur organisation est trop petite pour attirer l'attention d'un délégué commercial. En particulier dans des marchés considérés comme très occupés, quelques participants affirment avoir eu besoin de présentations pour approcher un délégué commercial ou pour capter son attention.

« Plus le marché est petit, plus ils sont utiles et engagés. Par exemple, aux États-Unis, il faut des présentations simplement pour rencontrer un délégué commercial. » (petite entreprise, secteur privé)

Par ailleurs, quelques participants, en particulier ceux représentant de petites entreprises en démarrage, disent être impressionnés par l'attention que leur organisation a reçue du personnel du SDC.

« Je ressens de la reconnaissance envers le personnel du SDC avec lequel nous travaillons, et que nous rencontrons assez régulièrement pour des mises à jour de nos activités, car il nous prend en compte même si nous sommes une petite entreprise. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« J'ai été surpris par la portée que le SDC a donnée à ma petite entreprise et par le sentiment de puissance que cela m'a procuré. J'ai eu l'impression d'être bien appuyé par le Canada. » (petite entreprise, secteur privé)

En ce qui a trait à la réactivité, de nombreux participants croient que le personnel du SDC répond généralement très vite aux demandes. Un courriel peut recevoir une réponse en quelques jours, même en tenant compte du changement horaire.

« J'ai essayé de trouver moi-même des personnes-ressources et des informations, mais j'ai échoué. Lorsque j'ai communiqué avec le SDC, ils m'ont donné tout ce dont j'avais besoin en 2 jours. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils vous mènent à bon port! J'ai de la difficulté à me rappeler les fois où le SDC n'a pas été à la hauteur de ses promesses. » (grande association de membres)

« Mon expérience avec eux est qu'ils sont rapides et efficaces pour obtenir les renseignements recherchés. Ils sont très réactifs. » (grande entreprise, secteur public)

D'autres participants déclarent qu'il faut parfois quelques semaines pour recevoir une réponse, avec seulement un accusé de réception généré automatiquement lors de l'envoi d'un courriel. Quelques-uns estiment qu'un certain temps peut passer avant que des renseignements leur soient envoyés à la suite d'une réunion avec un membre du personnel du SDC.

« Nous avons eu une réunion intéressante, nous avons des mesures importantes à prendre, mais il a fallu de 4 à 5 semaines avant d'avoir de leurs nouvelles. » (Petite entreprise, secteur privé)

De nombreux participants affirment que le personnel du SDC inspire confiance. Ils se fient à l'information qui leur est fournie et ont la conviction que le SDC veut les aider.

« Le délégué du SDC nous a été très utile. J'ai eu l'impression de parler à un membre de ma propre équipe. J'ai tout de suite eu confiance dans les informations qu'il m'a fournies. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Ils semblent toujours avoir les informations dont j'ai besoin. J'ai toujours trouvé des réponses à mes questions et ces réponses ont toujours été satisfaisantes. Il est assez difficile de faire ce que nous faisons sans passer par des délégués commerciaux. » (grande entreprise, secteur privé)

« Nous nous sommes vraiment sentis bien soutenus dans toutes nos conversations. Par conséquent, nous avons la conviction que, au fur et à mesure que des situations se présentent, nous pouvons nous adresser au SDC pour obtenir des réponses et des conseils honnêtes et sans équivoque. »
(petite entreprise, secteur privé)

Certains clients établissent une distinction entre les délégués commerciaux canadiens qui travaillent dans un marché et le personnel local embauché dans ce marché. De nombreux participants soulignent en particulier les connaissances approfondies et la réactivité du personnel recruté sur place, qui connaît généralement très bien les conditions du marché local, en plus de posséder de vastes réseaux de personnes-ressources. Toutefois, les délégués commerciaux du Canada peuvent passer d'un marché à l'autre et mieux faire connaître les avantages des activités commerciales pour le Canada.

« Les délégués commerciaux changent souvent, passent d'un pays à l'autre, et ont parfois besoin de changement. La continuité dans le personnel local constitue une meilleure approche. Les délégués commerciaux du Canada doivent pouvoir compter sur le personnel local. Il est plus efficace d'avoir recours à des employés locaux, car ils comprennent la langue et la mentalité des gens, et sont capables de vous guider. Les délégués commerciaux du Canada ont des compétences sur la façon dont les affaires profitent au Canada. » (petite entreprise, secteur privé)

Un client mentionne un obstacle dû à l'utilisation de plateformes spécialisées (WeChat, LINE, WhatsApp) par le personnel local pour communiquer des événements ou des informations du SDC, et ce, uniquement dans la langue locale.

Description générale du SDC

Les participants devaient décrire le SDC à l'aide d'un mot ou d'une expression. De nombreux participants croient que le SDC est une ressource qui offre une « connexion aux marchés » aux entreprises canadiennes qui cherchent à accéder à des marchés internationaux. Le SDC est décrit comme un « organisateur », un « facilitateur » ou un partenaire qui « fournit une interface » aux entreprises lors de leur entrée sur le marché.

« Ils fournissent une interface avec les possibilités d'exportation et d'importation internationales concernant le développement des affaires, la collecte de fonds et les débouchés à l'étranger. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils sont des facilitateurs. Une ressource. Un contact. Une source pour rechercher des clients potentiels. » (grande entreprise, secteur privé)

Le SDC permet aux entreprises d'accéder aux marchés; il a une portée mondiale qu'aucune autre entité ne peut reproduire. La présence du SDC dans la plupart des marchés mondiaux sert de « d'oreilles et d'yeux à l'échelle locale pour les exportateurs canadiens ».

« Vous sentez l'appui du SDC. Le simple fait d'accéder à un marché et de tenter de le comprendre peut vous faire perdre beaucoup de temps. Le SDC vous offre une voie plus directe vers la réussite. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Il s'agit d'une ressource essentielle sur le terrain pour les entreprises canadiennes qui exportent ou qui envisagent d'exporter leurs produits ou leurs services outre-mer, [...] parce qu'ils se trouvent sur place et que rien ne peut remplacer le savoir local. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Ils sont bien intégrés à la scène locale, pas seulement à la ville où se trouve leur bureau, mais aussi aux régions ou même au pays en général. » (grande entreprise, secteur public)

Selon ces participants, le soutien du SDC est un « outil très nécessaire » pour conquérir de nouveaux marchés et permet aux entreprises canadiennes de ne pas « faire cavalier seul ».

« Le SDC est un bon partenaire des petites entreprises canadiennes qui veulent s'aventurer à l'étranger. » (grande entreprise, secteur privé)

« Ils nous soutiennent dans l'atteinte de nos objectifs, mais aussi en nous disant si quelque chose n'est pas une bonne idée. » (petite entreprise, secteur privé)

« Une autre corde à votre arc. Vous n'avez pas à faire cavalier seul! » (petite entreprise, secteur privé)

« Il est agréable de savoir qu'ils travaillent pour le compte des entreprises canadiennes et qu'ils vous soutiennent dans vos efforts. Ils souhaitent que vous réussissiez. » (grande entreprise, secteur privé)

Quelques participants considèrent le SDC comme « utile » ou « bien informé » en ce qui concerne le marché local. Les entreprises canadiennes peuvent obtenir de l'information sur les conditions et la culture du marché, et sur les liens les plus appropriés à tisser lorsqu'elles cherchent à accéder à un marché. Ces participants déclarent que le SDC peut aider à défendre les intérêts des entreprises canadiennes et à établir des liens utiles dans le marché local.

« Ils sont bien informés. Ils semblent toujours être en mesure de répondre aux questions et d'obtenir les informations dont nous avons besoin. Ils ne m'ont jamais induit en erreur avec des informations. » (association de taille moyenne de membres)

« Le fait que le SDC soit présent sur le terrain et qu'il ait des bureaux dans des pays étrangers change réellement la donne. Ils ont des employés locaux et ils comprennent la culture, la langue et l'environnement réglementaire locaux. C'est d'une valeur incroyable pour nous. Lorsque nous nous préparons à accéder à un marché ou à y retourner, nous leur parlons toujours pour qu'ils nous donnent des renseignements sur le marché. » (Association de taille moyenne de membres)

« Ils défendent les intérêts des entreprises canadiennes. Ils ont des connaissances utiles sur les affaires dans les pays étrangers (sur les aspects uniques du pays). » (grande entreprise, secteur privé)

Quelques participants décrivent le SDC comme un service gouvernemental ou de représentation dans un marché étranger. Ces participants estiment que le soutien ou les liens du SDC augmentent leur crédibilité à l'échelle internationale, ouvrant des portes plus efficacement que s'ils avaient agi seuls.

« Ça ressemble vraiment à une ressource gouvernementale. C'est très officiel, professionnel. Cette interaction ressemble à une relation avec le gouvernement. » (petite entreprise, secteur privé)

« Nous nous fions au SDC pour la crédibilité parce que le SDC a, par extension, la crédibilité d'une organisation du gouvernement fédéral canadien. » (moyenne entreprise, secteur privé)

Deux participants font état d'une image « gouvernementale » du SDC de façon négative, une image bureaucratique ou qui exprime le besoin d'adopter des processus plus modernes.

« C'est le gouvernement. Pour le meilleur ou pour le pire. Ils ont une grande quantité de ressources et sont bien financés. J'imagine qu'il y a des gens très utiles. Mais le SDC ressemble à une grande organisation bureaucratique et la perspective de travailler avec eux m'intimide. J'ai l'impression que je serais balancé d'un service à l'autre. » (petite entreprise, secteur privé, nouveau client)

K. AUTRES ORGANISATIONS ET UNICITÉ DU SDC

Informations et services comparables

De nombreux participants mentionnent d'autres organisations ou professionnels qui offrent des renseignements ou des services comparables à ce qu'il est possible d'obtenir auprès du SDC. Certains d'entre eux disent avoir utilisé l'information ou les services d'autres organisations en complément au soutien du SDC, notamment des organismes publics, comme les chambres de commerce de marchés spécifiques. Certains participants mentionnent également l'appui de leur province, notamment du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario ou du commissaire de la Colombie-Britannique chargé du commerce, ainsi que de salons organisés par des gouvernements provinciaux. À l'échelle fédérale, les participants considèrent Exportation et développement Canada comme un organisme de soutien à l'exportation vers des marchés mondiaux.

Certains participants disent connaître ou utiliser des entreprises privées, principalement pour obtenir des renseignements, comme des rapports sur le marché, souvent dans un secteur spécialisé (technologie, énergie, médecine, etc.). Bien que certains participants mentionnent des consultants privés comme une source permettant d'obtenir des rapports sur des marchés, peu d'entre eux déclarent avoir utilisé ce service, certains soulignant le coût élevé associé à l'acquisition de l'information.

Quelques-uns mentionnent d'autres services comparables, comme l'utilisation de maisons de courtage pour établir des liens avec des entreprises, en particulier pour exporter des produits agricoles, ou encore des services privés qui organisent des délégations vers des marchés ainsi que des entreprises privées spécialisées dans l'immigration, la comptabilité ou le soutien juridique dans des marchés étrangers. Deux entreprises en démarrage mentionnent que l'accès à des accélérateurs peut aider à établir des réseaux dans des marchés en mettant l'accent sur la recherche d'investisseurs.

« Nous travaillons avec EDC, et il y a un certain chevauchement, mais ce n'est pas la même chose. Nous aimons aussi travailler avec eux parce qu'il existe différentes façons d'examiner les marchés et de créer des débouchés. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Du côté de la recherche, [entreprises privées nommées] fournissent des données sur des marchés, mais quand vous avez seulement besoin d'une petite information précise, il est insensé de payer quelque 10 000 \$ pour un rapport que le SDC peut possiblement vous donner sans frais. » (grande entreprise, secteur privé)

« Je suis convaincu qu'il y a des organisations qui offrent de l'aide moyennant certains frais, mais je n'y ai jamais eu recours. » (petite entreprise, secteur privé)

Unicité du SDC

Certains participants déclarent que le SDC est unique en raison de la portée mondiale qu'ont les délégués commerciaux, alors que les entreprises privées n'ont des connaissances ou des liens qu'avec certains marchés. Le réseau mondial du SDC est souvent mis en évidence par les participants qui font des affaires dans plusieurs marchés internationaux comme un atout en raison de sa capacité d'interagir de manière semblable dans différents marchés. Somme toute, le SDC fournit une expertise locale sur un marché et une présence dans la plupart des marchés internationaux.

« Avec le SDC, j'ai l'impression d'avoir des bureaux dans 140 pays. » (petite entreprise, secteur privé)

« Le niveau d'information et le réseautage. Je pense qu'une entreprise privée peut faire du bon travail pour une zone géographique particulière, mais le SDC peut travailler avec expertise n'importe où dans le monde. » (petite entreprise, secteur privé)

« Je vois un peu le SDC comme des troupes sur le terrain, et EDC comme les généraux [en retrait]. Les délégués commerciaux n'hésitent pas à se salir les mains pour comprendre le marché et pour vous aider. Il faudrait peut-être engager un consultant local comme guide si vous voulez quelque chose de semblable. » (moyenne entreprise, secteur privé)

Certains participants mentionnent que toute autre organisation fournissant de l'information ou des services pour faire des affaires internationales complète le travail qu'effectue le SDC.

« Il y a d'autres services complémentaires [experts en risque politique, etc.], mais ce que les délégués commerciaux apportent est unique et spécial. » (association de taille moyenne de membres)

Certains participants réaffirment que l'information et les services fournis par le SDC sont gratuits, ce qui offre un contraste avec les entreprises privées offrant des informations et des services semblables, et peut-être seulement sur un marché ou un secteur particulier, moyennant des frais.

« Le SDC est gratuit, et c'est la principale raison pour laquelle il est facile de travailler avec lui. » (petite entreprise, secteur privé)

De nombreux participants mentionnent que, en tant qu'entité du gouvernement fédéral, le SDC est une ressource unique pour les organisations canadiennes faisant des affaires à l'échelle internationale. Les liens que le SDC permet de tisser sont perçus comme crédibles. Ils ouvrent des portes lorsque c'est un représentant du gouvernement du Canada qui les concrétise.

« Puisqu'il s'agit d'une organisation gouvernementale, le SDC a beaucoup de crédibilité. Il a des réseaux, même au sein de gouvernements, comme aux États-Unis, et il vous ouvre des portes. Nous avons pu organiser une réunion avec le ministère de la Santé d'un État, ce qui n'aurait probablement pas été possible sans le SDC. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils facilitent la prise de contact avec des représentants du gouvernement si vous avez besoin de présentations. Ils ont probablement de bonnes relations à mettre à profit. » (petite entreprise, secteur privé)

« Crédibilité. C'est une entité gouvernementale. Lorsqu'une entité gouvernementale établit la relation, ça vous donne beaucoup de crédibilité. » (petite entreprise, secteur privé)

Certains participants estiment pouvoir se fier à l'information que leur fournit le SDC parce que les employés ne sont pas payés à la commission et n'ont aucun intérêt direct dans l'information ou le service offert. En particulier, les relations que le SDC permet d'établir se font avec des personnes-ressources qui sont considérées comme neutres, et leurs recommandations ne leur apportent aucun avantage financier ou autre.

« Encore une fois, je fais confiance au SDC parce qu'il est sur le terrain dans le pays. Et il est là pour nous et s'occupe de nous. » (petite entreprise, secteur privé)

« Certaines organisations font leurs propres recherches, mais personnellement nous nous fions davantage aux délégués commerciaux parce que nous avons confiance dans leurs informations et dans la qualité de leurs études de marché. » (grande entreprise, secteur public)

« Nous avons confiance en lui, car le SDC est une solution canadienne, et c'est quelque chose en quoi je crois. » (petite entreprise, secteur privé)

Quelques participants affirment que le SDC est unique en raison du financement de CanExport qui y est associé. De même, quelques participants soutiennent que le SDC les a aidés à comprendre le financement dont ils pouvaient bénéficier tout en les aidant avec la demande de financement.

« Il y a une subvention du gouvernement qui paie une partie des frais de déplacement. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« Ils sont au fait de beaucoup de programmes qui voient le jour. Ils peuvent nous aider à profiter rapidement de nouveaux programmes. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils ont accès à des fonds publics. Le consulat du Canada a mis sur pied un kiosque lors d'un salon professionnel et il offre du financement et une initiative de marketing. » (petite entreprise, secteur privé)

L. DÉFIS À VENIR

Les participants mentionnent plusieurs grands thèmes quant aux défis qu'ils s'attendent devoir relever pour faire des affaires à l'échelle internationale à l'avenir. La plupart des participants offrant des produits concrets sont préoccupés par les défis liés à la chaîne d'approvisionnement, exacerbés par la pandémie. Les pénuries de conteneurs, les retards dans les ports, les longs délais et l'augmentation des coûts d'expédition sont évoqués par les participants. Bien que de nombreux participants croient que les problèmes de la chaîne d'approvisionnement ne font pas partie du champ de compétence du SDC, ils sont d'avis que le SDC peut défendre les intérêts des exportateurs et aider ces derniers à trouver des fournisseurs de services de transport de produits de manière fiable, opportune ou économique.

« Notre plus grand défi est la logistique. Le manque de conteneurs. Tout dépend de l'économie. Comment expédier un produit du Canada en Asie en dégagant un profit? Comment le faire parvenir aux clients à temps? » (petite entreprise, secteur privé)

« La logistique et la chaîne d'approvisionnement. Les coûts sont énormes. J'ai envoyé un conteneur il y a 3 mois et il n'est toujours pas arrivé. Il a fallu 40 jours pour y aller, il est resté à l'ancre pendant 20 jours de plus, puis encore 20 jours dans le port en attente d'un service de déchargement. » (petite entreprise, secteur privé)

« La chaîne d'approvisionnement est la pire chose. Un conteneur d'expédition qui coûtait 3 000 \$ nous coûte maintenant 18 000 \$. Il y a quelques produits de fabrication européens que nous faisons venir en Amérique du Nord et ils nous demandent de partager les frais d'expédition parce qu'ils sont trop élevés. Puisqu'il y a eu une forte augmentation des prix, il n'y a pas de marge de profit. » (grande entreprise, secteur privé)

« Il n'y a peut-être rien que le SDC puisse faire dans ce domaine, c'est un problème mondial, mais si le SDC avait l'influence ou même les liens pour vous aider à savoir à qui vous adresser pour résoudre certains de ces problèmes, cela serait très utile. » (grande entreprise, secteur privé)

De nombreux participants mentionnent que la compréhension des restrictions de voyage dans certains marchés en raison de la pandémie de COVID-19 représente un défi. Bien que nombre d'entre eux déclarent être en mesure de développer leurs activités à distance et de tenir des réunions par visioconférence, ils disent tous prévoir de reprendre leurs voyages à destination des marchés afin d'établir des relations en personne et d'être directement exposés au paysage commercial. Les défis prévus comprennent des considérations liées à la reprise des voyages à l'étranger, comme l'intérêt des personnes-ressources locales à l'égard des réunions en personne (et leur capacité à le faire), la possibilité d'avoir à faire une quarantaine, et une hésitation générale à voyager en raison de possibles modifications aux restrictions lors de leur absence et des conséquences qui en découleraient pour le retour au Canada dans les délais prévus.

« Ne pas pouvoir entrer dans le pays est un défi. Zoom fonctionne bien, mais pas pour établir une nouvelle relation. Notre industrie est encore de la vieille école, et nous devons rencontrer des gens. C'est le commerce interentreprises. » (petite entreprise, secteur privé)

« En ce moment, la plus grande difficulté qui pourrait survenir d'ici la fin de la pandémie serait d'aller quelque part et de ne pas pouvoir rentrer à la maison. » (petite entreprise, secteur privé)

Certains participants mentionnent que la compréhension de l'évolution du scénario financier, l'intérêt envers certains produits et l'inflation constituent des défis. Cela est dû en partie à l'évolution des économies à la suite des restrictions et des fermetures lors de la pandémie de COVID-19. Quelques participants brassent moins d'affaires à l'échelle internationale depuis le début de la pandémie ou affirment ne pas être convaincus de savoir à quoi ressembleront les conditions du marché à l'avenir ou la mesure dans laquelle les choses auront changé.

« Pendant la pandémie, les contacts avec les clients dans nos marchés ont été réduits à environ 10 % de ce qu'ils étaient auparavant. De nombreux projets ont été suspendus. Nous attendons. Peut-être que dans 6 mois nous verrons un peu plus clairement la réaction du marché. » (moyenne entreprise, secteur privé)

« L'inflation au sud de la frontière fait peur en ce moment. Avec notre dollar qui est beaucoup plus faible, il va être difficile d'être concurrentiels dans ces marchés. » (petite entreprise, secteur privé)

Les personnes interrogées s'attendent à ce que le SDC contribue à atténuer les défis associés à la reprise des activités sur les marchés internationaux. Pendant la pandémie, alors que la plupart des représentants des entreprises ne pouvaient se rendre dans les pays où ils auraient normalement fait des affaires en personne, ils ont pu compter sur le SDC pour établir des liens en ligne et obtenir des renseignements traitant des conditions locales sur le terrain — concernant la COVID-19, les restrictions de voyage et la sécurité publique, ainsi que des questions liées à la chaîne d'approvisionnement et à l'évolution du marché local. Certains participants évoquent la façon dont le SDC s'est tourné vers les visioconférences pendant la pandémie afin que ces réunions, ces événements et ces relations se poursuivent pendant cette période difficile où les gens des entreprises ne pouvaient pas se déplacer pour rencontrer des personnes-ressources locales en personne. Au cours de la pandémie, la plupart des participants étaient heureux de recevoir toute information disponible du SDC sur les conditions actuelles, sur les restrictions liées aux risques et aux déplacements, sur les changements dans le marché et sur l'état des marchés étrangers après la pandémie.

« Le SDC m'a aidé lors de mon récent voyage en Jamaïque, notamment en me fournissant des renseignements sur les règles associées à la COVID-19 et sur la possibilité d'effectuer un voyage d'affaires à ce moment. » (petite entreprise, secteur privé)

« Pendant la pandémie, nous n'avions personne sur le terrain dans le territoire de compétence. La présence du SDC sur place nous a certainement été utile pour pouvoir tisser des liens. » (petite entreprise, secteur privé)

« Ils nous ont mis en contact avec un distributeur ou avec des personnes-ressources et nous avons tenu des réunions en ligne. Ils nous donnent aussi des informations sur la situation de la COVID-19 (ce qui se passe dans le pays, évolution de la situation). » (grande entreprise, secteur privé)

« Nous n'avons pas pu voyager pendant la pandémie et le SDC s'est rapidement adapté pour nous fournir la même valeur de toujours, mais à distance. [Normalement,] nous aurions peut-être attendu de pouvoir nous y rendre en personne, car il est plus difficile d'établir de nouvelles relations à distance. Toutefois, je dirais que nous avons connu le plus de succès quand le SDC nous a apporté son aide. » (Grande association de membres)

« [Pendant la COVID-19,] lors de notre transition vers des événements en ligne, nous avons travaillé avec le SDC et, dans de nombreux cas, il a organisé des réunions et nous a invités à nous adresser à leurs homologues locaux. Il travaille même plus fort depuis le début de la pandémie, mais a toujours été très fort et très présent lors de l'organisation de nos événements virtuels, même avant la COVID-19. » (grande association de membres)

Certains participants mentionnent des défis permanents en matière de développement des affaires, notamment la découverte de nouveaux marchés d'exportation, la compréhension des implications juridiques et réglementaires du marché, des questions géopolitiques, la culture et la façon de faire des affaires, et la commercialisation de produits à l'échelle internationale. Les participants sont d'avis qu'il s'agit d'un domaine où le SDC a été en mesure de fournir de l'information et des services, et affirment qu'ils continueront de chercher à obtenir du soutien du SDC dans les marchés internationaux.

« Il est important de comprendre les différences de culture et d'environnement, et en quoi cela joue un rôle dans le marché. » (Grande entreprise, secteur privé)

« Puisque nous ne vendons pas un produit, notre principal défi sera la création de débouchés et la mise en place d'une bonne stratégie d'accès aux marchés. Ensuite, nous devons nous assurer de respecter au pied de la lettre le droit du travail et le droit de l'immigration. » (petite entreprise, secteur privé)

« J'ai besoin d'informations pour m'assurer que nous travaillons dans le respect des paramètres de ce pays d'un point de vue juridique et fiscal. » (petite association de membres)

« Les questions géopolitiques. Nous n'avons pas pu conclure un accord en Chine à cause de questions géopolitiques. » (petite entreprise, secteur privé)

Les participants relèvent un éventail d'autres défis, comme la compréhension de la conformité réglementaire complexe dans certains secteurs ou pays, le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre, la cybersécurité et la protection contre le piratage et les menaces de rançon, la compréhension des modifications aux accords commerciaux et leurs conséquences sur les exportations, et le coût des droits de douane. Quelques participants croient que le manque

d'appui du gouvernement canadien à la promotion de produits et technologies canadiens est un enjeu. Ces participants estiment que le gouvernement fédéral pourrait en faire plus pour établir des accords commerciaux et pour « vendre le Canada » en tant que fournisseur de produits de qualité.

« Les RH seront d'une importance capitale [futur défi]. De grandes entreprises ouvrent dans des marchés plus petits et volent tous les talents. » (petite entreprise, secteur privé)

« Le plus grand défi que quiconque ait à relever est le fait que le gouvernement du Canada ne soit pas aussi proactif que ce qu'il pourrait être. [...] Nous avons eu de bons ministres, mais ils ne savent pas comment vendre le Canada. » (moyenne entreprise, secteur privé)

Quelques participants du secteur de l'éducation déclarent que l'obtention de permis d'études pour les étudiants internationaux est un défi, avec de longs retards qui augmentent chaque année. Les étudiants doivent donc se retirer du programme ou retarder leur arrivée. Ces participants se demandent s'il est possible de fournir de meilleurs renseignements dans la lettre d'offre de l'étudiant ou si l'établissement d'enseignement peut apporter davantage de soutien pour aider des étudiants à présenter leur demande. Ces participants estiment que le SDC peut aider à tisser des liens et à favoriser un dialogue avec d'autres ministères fédéraux afin d'atténuer ce défi.

« Les permis d'études sont un obstacle majeur pour nous en ce moment. Pour la prochaine admission, nous attendons 200 étudiants, et seulement 20 % d'entre eux ont reçu leur permis d'études. Pour la même situation il y a 3 ans, environ 75 % de ces personnes auraient reçu leur permis d'études. » (grande entreprise, secteur public)

III. CONCLUSION

Il est essentiel de fournir des personnes-ressources qualifiées et approuvées

Dans le cadre de tous les entretiens, les participants affirment le plus souvent que le service le plus important dont ils ont besoin du SDC est le fait de se faire référer à des personnes-ressources qualifiées dans les pays et les marchés qui les intéressent. Dans de nombreux cas, ils cherchent des acheteurs potentiels, mais aussi des fournisseurs et des partenaires. Certains croient que les personnes-ressources qualifiées leur sont plus utiles lorsqu'elles œuvrent dans un secteur précis et ciblé, et qu'elles sont choisies parce que le SDC comprend l'entreprise du client.

Les participants disent compter sur le SDC pour obtenir ce type d'information parce qu'ils considèrent les délégués commerciaux comme des spécialistes qui travaillent au nom des exportateurs canadiens dans le pays d'intérêt. Bon nombre d'entre eux affirment que les personnes-ressources suggérées par le SDC sont adaptées à leurs intérêts commerciaux et les considèrent comme fiables et dignes de confiance. Ils mentionnent la solide compréhension qu'a le SDC de leurs activités et de leurs objectifs, les larges réseaux du SDC, la crédibilité que le SDC donne à leur entreprise aux yeux de clients dans les marchés étrangers et la volonté du SDC d'ouvrir des portes à tous les niveaux. Les possibilités de réseautage avec des personnes-ressources potentielles ont été améliorées par le biais de missions, de conférences, de réunions et d'une aide lors de prises de contact et de réunions de suivi.

Investir dans les relations

De nombreux participants qui sont plus positifs quant à la valeur de l'aide fournie par le SDC évoquent une relation continue avec le SDC ou un investissement initial de sa part lors de la prise de contact avec les clients. Il en résulte que le SDC comprend bien leur entreprise et la façon dont il peut aider, et le client a une bonne compréhension de la façon de recourir à l'aide du SDC. Certains participants, en particulier les nouveaux clients, déclarent également ne pas bien connaître les types de renseignements et de services que le SDC peut fournir. Prendre le temps pour apprendre à connaître une organisation, maintenir et renforcer une relation, et communiquer de façon continue sur ce que le SDC peut offrir, tous ces éléments peuvent contribuer à accroître la satisfaction du client à l'égard du SDC.

Fournir des renseignements sur des marchés locaux

De nombreux participants s'intéressent également au SDC pour l'obtention de renseignements détaillés sur la façon dont les affaires sont menées dans des marchés d'intérêt particuliers, notamment en lien avec le climat et les conditions économiques, sociales et politiques actuelles, ainsi que les exigences, les protocoles et les procédures.

Comme pour les personnes-ressources qualifiées, le SDC est souvent considéré comme la source d'information par excellence et la plus crédible parce qu'il se trouve sur le terrain et parce qu'il possède des connaissances approfondies dans de nombreuses industries de partout dans le monde. Les employés du SDC sont généralement bien au fait du paysage culturel, économique, social et politique des pays étrangers où ils se trouvent, mais ils possèdent également des connaissances approfondies d'un large éventail d'industries. Certains participants se fient grandement au SDC pour leur bonne compréhension de leur industrie et pour leurs conseils. Certains évoquent l'importance du SDC pour conquérir de nouveaux marchés ou pour renforcer des possibilités d'affaires. Quelques-uns estiment qu'en raison de sa présence dans certains marchés locaux, le SDC est en mesure de faire du lobbying en leur nom.

Les participants sont moins positifs à l'égard du SDC lorsqu'ils mentionnent avoir reçu des renseignements sur le marché qui n'étaient pas suffisamment propres à leur industrie. Comme pour les personnes-ressources qualifiées et les renseignements sur le marché, les ressources du SDC et la capacité de prêter attention aux clients individuels sont décrites comme des obstacles ou des limitations possibles. Quelques-uns parlent aussi de la possibilité d'intégrer une expertise industrielle supplémentaire à l'équation lorsque celle du SDC est insuffisante, reconnaissant que cet aspect peut avoir une incidence pécuniaire pour le client, mais que cette expertise augmente aussi la valeur et l'exploitabilité de l'information, et que cela en vaut donc la peine.

Accès à du financement

Un éventail d'autres aides et services de soutien aux clients sont considérés comme essentiels par certains participants, notamment la disponibilité de financement du SDC, ainsi que des conseils sur d'autres sources de financement. Certains d'entre eux soulignent la nécessité de plus de possibilités de financement, ainsi que d'un processus de demande plus efficace. D'autres déclarent que des ressources en personnel doivent être en place pour pouvoir rechercher des possibilités de financement.

Accès à une présence physique dans le marché pendant une pandémie et transition vers le virtuel

La plupart des participants décrivent des changements et des conséquences de grande portée découlant de la pandémie. Bon nombre d'entre eux étaient soudainement immobilisés, et le SDC était leur seul point de contact dans les marchés étrangers d'intérêt. De nombreux participants mentionnent la valeur des ajustements qu'a apportés le SDC pour les mettre en relation avec des acheteurs et des fournisseurs par le biais de réunions et de conférences en ligne. Certains croient que l'adaptation du SDC à ces relations virtuelles est ce qui leur a permis de survivre dans le domaine des exportations. Pour d'autres, cette expérience leur a aussi ouvert les yeux sur ce qu'il est possible d'accomplir en ligne. Bien qu'ils considèrent toujours les rencontres en personne comme le moyen le plus efficace de tisser des liens dans de nombreux domaines, ils pourraient commencer à intégrer davantage d'activités en ligne à l'avenir.

Outre les perturbations et l'imprévisibilité de la chaîne d'approvisionnement, la plupart des participants anticipent un défi quant aux incertitudes liées à la reprise des activités dans les marchés internationaux. Pour bon nombre d'entre eux, leur expérience avec le SDC pendant la pandémie a également mis en évidence l'importance d'une présence sur le terrain et la valeur de la présence du SDC à l'étranger et de son travail au nom des exportateurs pour établir des liens et pour obtenir des informations avant de prendre des décisions. Cela est de la plus grande importance pour les entreprises qui s'appuient sur les informations et les conseils du SDC au moment de voyager. De nombreux participants prévoient de s'appuyer sur le SDC en raison de sa présence sur le terrain, ce qui peut aider les exportateurs canadiens à comprendre en temps réel les conditions du marché ainsi que les restrictions et les répercussions de la pandémie de COVID-19. En outre, certains participants expriment un vif intérêt pour la communication d'informations par le SDC, à l'instar des leçons tirées de l'utilisation de méthodes virtuelles de connexion et de ce à quoi pourrait ressembler le monde après la pandémie.

Certains participants affirment que la pandémie leur a également donné l'occasion de mieux connaître le SDC (types d'information et de services qu'il peut fournir) et vice-versa (le SDC connaît maintenant mieux leur entreprise, leurs objectifs, ainsi que leurs besoins en matière d'information et de services). Cela a également mis en évidence la valeur des efforts permettant au SDC et à leurs clients de se comprendre les uns les autres (types de services et de renseignements nécessaires pour être utiles, et type d'aide fournie par le SDC).

IV. ANNEXES

M. QUESTIONNAIRE DE RECRUTEMENT

WINTRO

Merci de votre intérêt pour une participation à un entretien.

L'entretien, qui se fera au téléphone, devrait durer de 45 à 60 minutes, pour laquelle il y a un incitatif de 150 \$.

Veuillez indiquer la date et l'heure qui vous conviennent le plus pour l'entretien. Dans la mesure du possible, veuillez fournir un deuxième choix au cas où la plage horaire que vous avez choisie n'est pas disponible.

Q1A [1,5]

Date :

Sélectionnez tout ce qui s'applique

Lundi	1
Mardi	2
Mercredi	3
Jeudi	4
Vendredi	5

Q1B [1,3]

Temps :

Sélectionnez tout ce qui s'applique

Matin	1
Après-midi	2
Soir (jusqu'à 20h HNE)	3

PQ2

Veuillez nous fournir votre numéro de téléphone et votre adresse de courriel ci-dessous pour que nous puissions communiquer avec vous si nous vous sélectionnons.

Q2A

Prénom (Veuillez préciser) 1

Q2B

Nom de famille (Veuillez préciser) 1

Q2

Adresse de courriel (Veuillez préciser) 1

Q3

Téléphone (Veuillez préciser) 2

QA2

<[Completed previous survey] *Nous aimerions vous poser les questions suivantes au sujet de votre organisation afin de mettre à jour les réponses que vous avez données lors du sondage de 2019. [ELSE] Nous aimerions vous poser les questions suivantes au sujet de votre organisation.*> Veuillez noter que tous les renseignements recueillis dans le sondage ne seront présentés que de façon globale. Les informations pouvant permettre l'identification d'organisations ou de sociétés individuelles demeureront confidentielles.

Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre organisation?

Veuillez choisir une réponse

Mon organisation est à la recherche de débouchés commerciaux à l'étranger dans les cinq prochaines années 1

Mon organisation envisage poursuivre activement des affaires dans des marchés étrangers au cours des douze prochains mois 2

Mon organisation fait des affaires dans des marchés étrangers depuis moins d'un an 3

Mon organisation fait des affaires sur une base irrégulière dans des marchés étrangers depuis plusieurs années 4

Mon organisation fait régulièrement des affaires dans des marchés étrangers depuis plus d'un an 5

Aucune de ces réponses 98

Je ne sais pas/Incertain(e) 99

QA4 [1,9]

Votre organisation fait-elle actuellement l'une ou l'autre des activités suivantes?

Veuillez choisir tout ce qui s'applique

Exporter des biens dans des marchés étrangers 1

Exporter des services dans des marchés étrangers 2

Solliciter des investissements étrangers pour votre organisation 3

Participer à un partenariat ou à une coentreprise avec une organisation étrangère 4

Obtenir un permis de mise en marché pour un produit, pour une marque ou pour une technologie d'une organisation étrangère 5

Concéder une licence de mise en marché pour un produit, pour une marque ou pour à une organisation étrangère 6

Rechercher des sources internationales de financement de projet ou de capital de risque 7

Rechercher des possibilités de partenariat technologique ou de recherche et développement	8
Autre (veuillez préciser)	77
Je ne sais pas/Incertain(e)	99

QA5 [1,10]

S'il y a lieu, veuillez indiquer les raisons pour lesquelles votre organisation a approché le SDC par le passé.

Veuillez choisir tout ce qui s'applique

Pour résoudre des problèmes ponctuels auxquels mon organisation a été confrontée dans un marché étranger	1
Pour obtenir des renseignements de base sur la façon de faire des affaires dans un marché étranger (p. ex., information sur la culture d'une société étrangère)	2
Pour obtenir des renseignements sur des activités à très faible risque dans un marché étranger	3
Pour obtenir des renseignements sur l'exportation de biens dans un marché étranger	4
Pour obtenir des renseignements sur les réseaux commerciaux d'un marché étranger	5
Pour obtenir des renseignements sur l'exportation de services dans un marché étranger	6
Pour obtenir de l'aide avec l'obtention d'une licence de mise en marché ou le franchisage d'une technologie de mon organisation dans un marché étranger	7
Pour obtenir de l'aide avec les initiatives continues de vente et de marketing dans un marché étranger	8
Pour faire la promotion de possibilités de formation ou d'établissement de partenariat dans un marché étranger, ou de recrutement d'étudiants internationaux	9
Autre (veuillez préciser)	77
Ne sais pas / Je ne sais pas	99

QD1

Sur la base de votre expérience avec le SDC, à quel point seriez-vous enclin(e) à recommander les services du SDC à des collègues ou à des associé(e)s?

Pas du tout	1
Probablement pas	2
Possiblement	3
Probablement	4
Certainement	5
Je ne sais pas	99

QE1

Comment évalueriez-vous votre taux de satisfaction envers les services et les conseils qui vous ont été fournis dans toutes les interactions que vous avez eues avec le Service des délégués commerciaux (SDC)?

Très insatisfait(e)	1
Insatisfait(e)	2
Neutre	3
Satisfait(e)	4
Très satisfait(e)	5
Je ne sais pas	99

QG1

Depuis combien de temps votre organisation exporte-t-elle des biens ou des services dans un ou plusieurs marchés étrangers?

Moins d'un an	1
Entre un an et deux ans	2
Entre deux et cinq ans	3
Entre cinq et dix ans	4
Plus de dix ans	5
À l'heure actuelle, mon organisation n'exporte pas de biens ou de services	6
Je ne sais pas/Incertain(e)	99

QG2

Sur une base annuelle, veuillez fournir une estimation de la valeur totale des biens et services que votre organisation exporte.

Veuillez préciser[COL]Veuillez préciser	98
Moins de 10 000 \$	1
Entre 10 000 \$ et 50 000 \$	2
Entre 50 000 \$ et 100 000 \$	3
Entre 100 000 \$ et 250 000 \$	4
Entre 250 000 \$ et 500 000 \$	5
Entre 500 000 \$ et 1 000 000 \$	6
Plus de 1 000 000 \$	7
Je ne sais pas/Incertain(e)	99

QG3

Est-ce que votre organisation exporte des biens et services...

seulement aux États-Unis?	1
aux États-Unis et dans d'autres marchés étrangers?	2
Je ne sais pas/Incertain(e)	99

QJ1

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le poste que vous occupez au sein de votre société?

Cadre supérieur(e)	1
Cadre intermédiaire	2
Employé(e)	3
Consultant(e)/Propriétaire unique	4
Autre (veuillez préciser)	77
Je refuse de répondre	98

QJ2

En offrant une estimation au meilleur de vos connaissances, combien d'employés travaillent pour votre organisation? (Veuillez inclure les employés de tous les emplacements de votre organisation, au Canada et à l'étranger.)

Travailleur ou travailleuse autonome	1
Entre 1 et 9	2
Entre 10 et 49	3
Entre 50 et 99	4
Entre 100 et 249	5
Entre 250 et 499	6
500 ou plus	7
Je ne sais pas	99
Je refuse de répondre	98

THNK

Merci d'avoir pris le temps de mettre à jour cette information. Si vous êtes sélectionné, un membre de notre équipe de recherche communiquera avec vous pour confirmer la date et l'heure de l'entrevue, qui peut être effectuée au moyen d'un appel vidéo Zoom ou d'un appel téléphonique normal, selon vos préférences personnelles. Cette entrevue durera entre 45 et 60 minutes. Vous recevrez 150 dollars en contrepartie de votre participation.

THNK2

Exclus du sondage

Malheureusement, sur la base de vos réponses, vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de nous avoir accordé de votre temps!

N. GUIDE D'ENTRETIEN

Introduction

Merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Avant de commencer, il est important de noter les éléments suivants :

- Vous êtes libre de participer ou non à cet entretien. Votre participation restera confidentielle. Nous ne partagerons pas vos renseignements personnels avec notre client et le rapport des résultats des entretiens ne permettra pas votre identification ou celle de votre société.
- Nous procédons à l'enregistrement audio et vidéo des entretiens afin de faciliter la prise de notes exactes à des fins d'analyse. Ces enregistrements seront détruits à l'achèvement du projet.
- Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux sujets que nous aborderons aujourd'hui. Nous cherchons à connaître vos points de vue et les expériences que vous avez vécues.
- L'entretien devrait durer de 30 à 45 minutes.

Ouverture

Commençons par quelques questions pour en savoir un peu plus sur vous...

- Pouvez-vous décrire brièvement votre entreprise et le rôle que vous y jouez?
- Pouvez-vous décrire le genre d'affaires internationales que mène votre société?
 - Quels sont les principaux marchés où vous faites des affaires?

Expérience passée avec le SDC

Pouvez-vous décrire la dernière interaction que vous avez eue avec le SDC?

- Il y a combien de temps?
- Avez-vous obtenu le service ou le renseignement dont vous aviez besoin pour résoudre votre problème?
- L'expérience s'est-elle avérée positive ou négative? Pourquoi?
- Comment comparez-vous votre dernière expérience avec le SDC à vos expériences typiques? Était-elle mieux ou pire? Pourquoi?

Y a-t-il des renseignements ou des services que le SDC offre qui vous semblent particulièrement utiles pour votre société?

- Veuillez expliquer...
- Avez-vous déjà reçu des renseignements ou des services du SDC qui étaient essentiels pour assurer le succès des affaires que vous menez à l'échelle internationale? (Veuillez vous expliquer.)

- Est-ce que vos besoins en renseignements et en services du SDC ont changé au cours des dix-huit derniers mois?

Selon vous, dans quels domaines le SDC pourrait-il faire du meilleur travail lorsque vient le temps de fournir des renseignements ou des services à des gens d'affaires comme vous?

- Veuillez expliquer...
- Y a-t-il des choses que le SDC offre, mais qui n'ont pas répondu à vos besoins?
- Y a-t-il des choses que le SDC devrait offrir, mais qu'il ne propose pas?
- Y a-t-il de nouveaux services dont vous avez besoin depuis dix-huit mois, mais dont vous n'aviez pas besoin avant?

Lorsque vous vous adressez au SDC, est-ce normalement pour résoudre un problème immédiat ou urgent auquel vous êtes confronté(e) ou s'agit-il d'un renseignement ou d'un service qui pourrait s'avérer important lors de futures occasions?

- S'IL S'AGIT D'UN PROBLÈME IMMÉDIAT/URGENT :
 - Trouvez-vous que le SDC réagit rapidement aux situations où vous avez un besoin urgent?
 - Avez-vous d'autres besoins de renseignements ou de services qui ne sont pas urgents pour lesquels vous avez approché le SDC?
- SI CE N'EST PAS URGENT :
 - Si vous vous trouviez dans une situation de crise requérant une solution rapide, est-ce que vous approcheriez le SDC ou non? Pourquoi? Pourquoi pas?
- DANS LES DEUX CAS :
 - Est-ce que cela a changé au cours des dix-huit derniers mois?

Lorsqu'il est question de vos interactions passées avec le SDC, pouvez-vous décrire votre expérience avec les employés du SDC?

- Possèdent-ils de solides connaissances?
- Sont-ils rapides?
- Sont-ils professionnels?
- Sont-ils utiles?
- Semblent-ils comprendre vos problèmes?
- Ont-ils été en mesure de comprendre vos besoins et de vous aider au cours des dix-huit derniers mois?

Selon vous, à l'avenir, quels sont les principaux défis auxquels vous serez confronté(e) pour faire des affaires à l'échelle internationale?

- PISTES DE RÉPONSE :
 - Atténuation des effets des changements dus à la pandémie de COVID-19/retour des affaires au niveau qui prévalaient avant la pandémie/exploitation de nouvelles possibilités dues à la pandémie
 - La valeur du dollar canadien

- Les taxes ou les permis d'exportation du Canada
- L'incertitude associée aux exigences réglementaires d'autres pays
- Les tarifs douaniers étrangers connus ou les barrières commerciales
- Le traitement discriminatoire ou arbitraire envers les investisseurs canadiens ou leurs investissements
- Le manque d'accès à des ressources financières ou à du financement
- La préoccupation qu'il y ait violation de vos brevets ou de vos droits de propriété intellectuelle
- Les obstacles linguistiques ou culturels
- La disponibilité de main-d'œuvre et de compétences
- La corruption
- Le manque d'informations sur des possibilités d'affaires internationales?
- Le manque de personnes-ressources dans les marchés, comme des acquéreurs et des partenaires potentiels, des sources de technologies, des agents, etc.
- S'agit-il de domaines dans lesquels le SDC vous fournit actuellement des renseignements ou des services? SI CE N'EST PAS LE CAS : Devrait-il fournir des renseignements ou des services dans ces domaines?

Diversification commerciale

Lorsque vous avez manifesté de l'intérêt pour participer au sondage, vous avez indiqué faire des exportations... [seulement aux États-Unis/seulement dans des pays autres que les États-Unis/aux États-Unis et dans d'autres pays].

- [SI AUX ÉTATS-UNIS SEULEMENT :] Pourquoi ne menez-vous pas des affaires dans des pays autres que les États-Unis?
- [SI AILLEURS :] Pourquoi ne menez-vous pas des affaires aux États-Unis?

La marque du SDC

Si vous aviez à décrire le SDC en n'utilisant qu'un mot ou une phrase, que diriez-vous? Pourquoi?

Diriez-vous que cela a changé au cours des dix-huit derniers mois? De quelle façon? Pourquoi?

Y a-t-il d'autres organisations ou professionnels qui offrent des renseignements ou des services comparables à ce que vous pouvez obtenir auprès du SDC?

- À quels professionnels ou organisations pensez-vous?
- Avez-vous déjà eu recours aux services de ces organisations ou professionnels? Cela a-t-il eu lieu au cours des dix-huit derniers mois?
- Le renseignement ou le service fourni par les autres organisations ou professionnels était-il mieux, pire ou identique à ceux qu'offre le SDC?
- Y a-t-il quelque chose que le SDC fournit que vous ne pouvez trouver nulle part ailleurs? Qu'offre-t-il qui est totalement unique?

- Y a-t-il quoi que ce soit que le SDC a été en mesure de vous fournir au cours des dix-huit derniers mois que vous n'avez pas pu obtenir nulle part ailleurs? Ou y a-t-il un service que vous avez reçu ailleurs au cours des dix-huit derniers mois que vous auriez aimé que le SDC offre?

Selon vous, y a-t-il des types de renseignements ou de services qui devraient être ajoutés pour mieux répondre à vos besoins actuels? Quels sont-ils? Pourquoi?

- Est-ce en raison des changements des dix-huit derniers mois? Le cas échéant, croyez-vous que ces conditions ou que le besoin pour ces types de services sont permanents?

Conclusion

Avez-vous des commentaires finaux à formuler? Est-ce que vous prodigueriez des conseils aux gens qui s'efforcent de veiller à ce que le SDC réponde mieux à vos besoins?

Merci beaucoup.