



Affaires mondiales
Canada

Global Affairs
Canada

Étude sur la satisfaction des clients du Service des délégués commerciaux du Canada 2022

Sommaire

Préparé à l'intention d'Affaires mondiales Canada

Fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Numéro de contrat : CW2240167

Valeur du contrat : 126 791,65 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution du contrat : 13 septembre 2022

Date de livraison : 7 mars 2023

Numéro d'enregistrement : ROP 039-22

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Affaires mondiales Canada à l'adresse courriel : POR-ROP@international.gc.ca

This report is also available in English



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Étude sur la satisfaction des clients du Service des délégués commerciaux du Canada 2022

Sommaire

Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Date: Mars 2023

This publication is also available in English under the title: 2022 Trade Commissioner Service Client Satisfaction Research.

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne et d'entrevues individuels menés par Les Associés de recherche EKOS inc. pour le compte d'Affaires mondiales Canada. Cette étude a été menée auprès de 2 978 clients du SDC en novembre et décembre 2022.

La présente publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite d'Affaires mondiales Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec la Recherche sur l'opinion publique à POR-ROP@international.gc.ca.

Numéro de catalogue : FR5-160/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-47890-6

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 039-22)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre de Affaires mondiales Canada, 2023.

SOMMAIRE

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

Le Service des délégués commerciaux (SDC) est un service offert par Affaires mondiales Canada (AMC) qui fournit des conseils et aides spécialisés à des entreprises canadiennes 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 d'investissements directs étrangers au pays, aux investissements directs canadiens à l'étranger et à l'innovation. Comptant des bureaux partout au Canada et étant présent dans plus de 160 villes à travers le monde, le SDC aide tous les ans des milliers d'entreprises. Il travaille également avec des organismes partenaires, comme des gouvernements provinciaux, des administrations municipales et des associations industrielles, qui offrent des programmes et des services à des sociétés canadiennes.

Le SDC a confié aux Associés de recherche EKOS le mandat de mener des recherches quantitatives et qualitatives auprès de ses clients. La recherche est conçue pour évaluer la satisfaction des clients et mieux comprendre les types de services et d'informations du SDC que les clients valorisent.

B. MÉTHODOLOGIE

Une recherche en deux phases a été menée pour atteindre les objectifs : une première phase de recherche quantitative au moyen d'un sondage sur la satisfaction des clients auprès de 2 978 clients du SDC, suivie d'une phase de recherche qualitative au moyen d'entretiens avec 41 informateurs clés ayant répondu au sondage. Le groupe de clients du SDC comprend toutes les entreprises canadiennes qui ont sollicité les services d'un délégué commercial, au Canada ou à l'étranger, entre août 2020 et juillet 2022, pour appuyer le développement de leur commerce international.

Sondage

L'enquête comprenait un échantillon de 2 978 clients du SDC qui ont été trouvés au moyen d'une liste de contacts que le SDC tient à jour. Il fallait en moyenne 15 minutes pour répondre au sondage, qui a été mené du 24 novembre au 16 décembre 2022. Un taux de réponse de 13 % a été obtenu à partir des 26 718 répondants (consultez l'annexe A pour obtenir plus de

détails sur la méthodologie, le calcul du taux de réponse et un possible biais de réponse). Il n'est pas non plus possible de calculer une marge d'erreur, car nous avons tenté de procéder au recensement de tous les membres de la population.

Entretiens

La recherche qualitative consistait en des entretiens individuels menés auprès de 41 répondants entre le 10 décembre 2020 et le 1^{er} février 2023, dont cinq en français. Chaque entretien durait entre 30 et 45 minutes. Les questions incluses dans le guide d'entretien étaient principalement de nature ouverte afin que les participants répondent aux principales questions de l'étude dans leurs propres mots en s'inspirant des expériences qu'ils ont vécues avec le SDC.

Il est important que les lecteurs tiennent compte du fait que les participants aux entretiens ont été choisis intentionnellement dans l'échantillon de répondants de façon à surreprésenter les personnes présentant un niveau de satisfaction inférieur à l'égard du SDC afin de mieux comprendre la nature de leur insatisfaction. Les entretiens ne visent donc pas à établir un équilibre représentatif de l'étendue de la satisfaction ou de l'insatisfaction des clients du SDC.

Il est à noter que, bien que les données quantitatives fournissent un moyen statistiquement représentatif de rendre compte de la satisfaction et des attitudes des clients, les entretiens qualitatifs sont un exercice non aléatoire qui se concentre sur des échanges et des expériences anecdotiques, ce qui, par définition, ne reflète pas l'ensemble de la population.

C. PRINCIPALES CONSTATATIONS

Principales constatations découlant de la recherche-sondage

Conformément aux recherches antérieures menées en 2013 et 2019, les résultats du sondage de cette année démontrent qu'une proportion très élevée de clients est satisfaite des services et des renseignements reçus. Plus précisément, les résultats indiquent :

- qu'au moins quatre clients sur cinq (81 %) sont satisfaits du service et des conseils que leur fournit le SDC (contre 80 % en 2019 et 83 % en 2013);
- que 82 % des clients recommanderaient certainement ou probablement le SDC à un collègue (par rapport à 83 % en 2019 et 86 % en 2013);
- que 85 % des clients utiliseraient certainement ou probablement de nouveau les services du SDC (par rapport à 85 % en 2019 et 86 % en 2013).

Seuls 5 % des répondants ou moins se disent insatisfaits ou affirment être peu susceptibles de recommander le SDC ou d'utiliser ses services à l'avenir. Les principales raisons sont l'insuffisance de la valeur ajoutée et de la qualité des services fournis.

Aspects de l'expérience client

Les principaux aspects des services que les clients associent le plus souvent au SDC sont :

- la qualité constante des services (78 %),
- l'obtention de contacts appropriés (c.-à-d. les bonnes personnes avec qui faire affaire) (78 %)
- des renseignements utiles sur les conditions du marché (73 %).

Les points de vue positifs sur la pertinence des contacts fournis ont augmenté considérablement depuis les 69 % enregistrés en 2019.

Deux clients sur trois (69 %) disent avoir reçu du SDC des renseignements qui les ont aidés à résoudre des problèmes, ce qui est en hausse par rapport aux 62 % de 2019.

Raisons de communiquer avec le SDC

Environ quatre clients sur cinq ont déclaré avoir besoin de beaucoup d'aide ou d'un peu d'aide pour obtenir des informations sur des entreprises et organisations locales (84 %), des renseignements sur le marché (82 %) et des recommandations de possibilités d'affaires internationales et de clients éventuels (79 %). Voici d'autres domaines où la plupart des clients disent avoir besoin d'aide :

- recommandations sur des foires commerciales ou des missions commerciales (74 %),
- pratiques commerciales responsables dans des marchés étrangers (64 %)
- recommandations de programmes et services pertinents pour l'entreprise (62 %)
- informations sur la façon de trouver de l'aide financière (56 %).

La moitié des clients ou moins disent avoir besoin de beaucoup d'aide ou d'un peu d'aide dans les domaines suivants : organisation et choix du moment d'un voyage commercial (52 %), recommandations de fournisseurs de services professionnels (50 %), soutien en matière de droit de propriété intellectuelle (PI) et de relations avec les gouvernements locaux (50 %) et recommandations de partenaires technologiques ou de R.-D. (50 %). Bien que la plupart des domaines où des besoins existent soient conformes aux résultats de 2019, la proportion de clients qui ont besoin d'aide et d'information pour trouver de l'aide financière a augmenté, passant de 45 % à 56 % en 2019.

Résultats des clients

Le plus souvent, l'aide du SDC est liée à l'exportation de biens (35 %) et de services (28 %), ainsi qu'à des partenariats, coentreprises ou autres alliances générant des revenus (27 %), en hausse de 22 % en 2019.

Les clients disent le plus souvent que l'aide fournie par le SDC leur a donné accès à des informations sur le marché qu'ils n'auraient pas pu obtenir autrement (63 %) ou leur a permis d'élargir ou d'explorer des marchés (62 %). Un peu moins de répondants (59 %) sont d'avis que le SDC leur a fourni des contacts qu'ils n'auraient pu obtenir autrement, et que l'aide leur a permis d'améliorer leur connaissance du milieu concurrentiel (56 %). Des répondants ont signalé que la stratégie de promotion (47 %) ainsi que le profil et la crédibilité (46 %) sont des domaines où l'aide du SDC a mené à une amélioration, tout comme la capacité de surmonter ou d'éviter les obstacles aux possibilités d'affaires (46 %).

Les contributions du SDC considérées comme les plus importantes concernent l'aide permettant d'éliminer un obstacle commercial (53 %), les partenariats générateurs de revenus (46 %) ainsi que les ventes de filiales à l'étranger (43 %). Chacun de ces aspects est en hausse par rapport à 2019, surtout le fait d'éliminer un obstacle (44 % en 2019). Des contributions importantes sont également signalées en ce qui concerne l'aide à l'exportation de services (39 %) et de biens (38 %), l'attraction d'investisseurs providentiels (36 %), l'octroi de licences sur la technologie (36 %) et les investissements étrangers engendrant des revenus (35 %). Dans tous ces domaines, le rendement du SDC a été jugé comme étant très supérieur à ce qu'il était en 2019.

Obstacles et défis liés à des activités d'exportation

Les principaux obstacles aux affaires dans des marchés internationaux que mentionnent environ la moitié des clients sont le manque de contacts sur le marché (57 %), l'incertitude relative aux exigences réglementaires d'autres pays (53 %), le manque d'information sur les possibilités d'affaires internationales (52 %) et le manque d'accès à du financement (56 %).

Selon 53 % des clients, les obstacles administratifs à l'extérieur du Canada représentent un défi modéré ou majeur en ce qui concerne les activités d'exportation de leur organisation. À l'instar de 2019, environ la moitié des clients mentionne comme défi un manque de financement ou un flux de trésorerie inadéquat (51 %) ou un risque financier (50 %). Moins de la moitié mentionnent des obstacles logistiques (45 %), des questions relatives à la connaissance du marché (44 %) ou des obstacles frontaliers à l'étranger (43 %), ces deux derniers étant

considérés comme un obstacle par un peu moins de clients qu'en 2019. Environ un client sur trois affirme que les questions de propriété intellectuelle (34 %) ou les obstacles administratifs au Canada (32 %) sont un défi. Dans ces deux cas, la proportion a aussi légèrement diminué par rapport à 2019. Parmi les défis mesurés, les obstacles à la frontière canadienne sont mentionnés par une moindre proportion de clients (28 %).

Diversification des marchés

Deux clients sur trois (65 %) disent exporter des biens et des services aux États-Unis et dans d'autres marchés étrangers. Un répondant sur six (16 %) affirme exporter des biens et des services vers des marchés étrangers autres que les États-Unis. Seuls 7 % exportent exclusivement aux États-Unis.

Comme en 2019, deux répondants sur trois (66 %) identifient les États-Unis comme le premier de leurs trois plus grands marchés d'exportation, suivis par le Royaume-Uni et la Chine loin derrière, à 21 % et 19 %, respectivement. La France (11 %), l'Allemagne (10 %), le Mexique (10 %), l'Inde (9 %), le Japon (9 %) et l'Australie (9 %) figurent parmi les trois principaux marchés pour environ un client sur dix.

En ce qui concerne les régions, les États-Unis sont de nouveau indiqués comme le plus grand marché d'exportation pour le plus grand nombre de clients (67 %), suivis par l'Europe occidentale (44 %) et l'Asie de l'Est et du Sud-Est (36 %). L'Amérique latine est la quatrième région en importance (26 %). Les États-Unis sont le plus souvent mentionnés comme le marché d'exportation à la croissance la plus rapide au cours des trois prochaines années (53 %), suivis par l'Europe occidentale (37 %) et l'Asie de l'Est et du Sud-Est (36 %).

Principales observations découlant des entretiens approfondis

Interactions avec le SDC

Par-dessus tout, les clients du SDC veulent obtenir de l'aide pour trouver des contacts en vue de faire des affaires à l'échelle internationale, y compris des acheteurs ou des clients potentiels. Quelques-uns disent se tourner vers le SDC pour établir un lien avec ces contacts ou pour des présentations, ou encore pour se renseigner sur des contacts potentiels afin de s'assurer qu'ils sont des acheteurs légitimes. Certains participants s'adressent au SDC pour obtenir des renseignements sur le marché, sur la culture commerciale à l'échelle locale ou sur les obstacles à la conduite d'affaires dans un marché. Quelques participants sollicitent des renseignements

sur la réglementation dans un marché. Enfin, quelques clients cherchent à obtenir des renseignements sur la façon de trouver de l'aide financière ou du financement.

Les participants estiment que la compréhension de la culture commerciale dans un pays cible constitue l'élément le plus utile de leur interaction avec le SDC, tout comme l'obtention de contacts et la capacité du SDC à établir des liens et à faire des présentations. Certains affirment que le SDC est plus utile lorsqu'une relation est établie avec un délégué commercial, ou lorsque le délégué commercial prodigue des conseils stratégiques et effectue un suivi.

Les participants mentionnent plusieurs éléments à améliorer de la part du SDC, notamment l'uniformité de l'aide, la réactivité et la clarification des domaines prioritaires (taille de l'entreprise ou secteur). En ce qui concerne la réactivité, seuls certains clients affirment qu'ils envisageraient de contacter le SDC en situation de crise. D'autres estiment que l'information fournie par le SDC est trop générale et n'est pas adaptée à leurs besoins. Parmi les autres lacunes mentionnées figurent le manque d'orientation pour trouver des sources de financement ou le peu de renseignements généraux accessibles en ligne.

Autres organisations

La plupart des participants connaissaient d'autres organisations qui offrent des renseignements ou des services comparables à ceux offerts par le SDC. Le plus souvent, d'autres organismes fédéraux, comme EDC ou la BDC, ont été mentionnés et, dans une moindre mesure, le PARI-CNRC et Statistique Canada. Les participants connaissaient l'existence de professionnels du secteur privé, comme des juristes, des consultants financiers, des courtiers et des banques. Des organisations provinciales axées sur le commerce, le soutien du gouvernement fédéral dans d'autres marchés, les réseaux professionnels et les associations ont également fait l'objet de mentions.

Plusieurs clients ont eu recours à des services ou accédé à de l'information d'au moins une de ces autres organisations. Quelques-uns ont mentionné que d'autres organismes privés sont coûteux, mais qu'ils fournissent des renseignements plus adaptés ou plus spécialisés. Ce qui rend le SDC unique, selon les participants, c'est sa présence importante dans d'autres marchés, la compréhension de l'environnement du marché et le poids du gouvernement fédéral lorsqu'il fait des présentations.

Valorisation de la marque

Le SDC a l'image d'un ambassadeur ou d'un facilitateur, et a la capacité de permettre aux entreprises canadiennes de tisser des liens. Les clients qui sont satisfaits disent du SDC qu'il est « bien informé », « perspicace », « professionnel » ou « digne de confiance ». Ceux qui ne sont pas satisfaits décrivent souvent le SDC à l'aide de termes comme « impuissant », « inefficace », « générique » ou « bureaucratique ».

Selon certains participants, la désignation de « Service des délégués commerciaux » est simple. D'autres croient que le nom ou la désignation n'est pas importante. En particulier, le mot « commercial » laisse deviner le mandat de l'organisation, qui est de faciliter le commerce, bien que quelques-uns soient d'avis que le terme « exportation » pourrait être meilleur ou disent ne pas faire d'affaires « commerciales ». Le terme « délégué » est associé à la bureaucratie ou au gouvernement, bien que quelques-uns fassent remarquer que le service est fourni par un délégué commercial.

Personnel du SDC

Plusieurs participants, notamment ceux qui sont satisfaits du SDC en général, considèrent le personnel du SDC comme professionnel et croient qu'il pose des questions pour mieux connaître leur entreprise ou leur secteur. Certains répondants affirment que le personnel peut être poli et disposé à aider, mais que le processus est lent ou bureaucratique. Quelques participants citent le roulement constant du personnel.

Défis commerciaux pendant la pandémie

Plus particulièrement, les restrictions liées à la pandémie de COVID-19 ont créé des défis de prospection de clientèle pour les entreprises. Les participants n'ont pu accéder à différents marchés pour assister à des salons ou rencontrer des clients existants ou potentiels. Les ventes ont diminué pour certains, en raison de changements dans le comportement des consommateurs, des restrictions imposées ou de l'incertitude générale. Les clients qui vendent des produits physiques ont mentionné des problèmes liés à la chaîne d'approvisionnement. L'augmentation des coûts de main-d'œuvre constituait un défi, tout comme la capacité d'attirer et de retenir la main-d'œuvre.

Les participants ont mis en œuvre diverses stratégies d'atténuation durant la pandémie, comme la transition vers des environnements de travail à distance. D'autres ont adapté leur modèle d'affaires pour améliorer la stratégie de vente en ligne, ont trouvé d'autres entreprises ou produits rentables, ou ont changé leur modèle d'achat ou de fournisseurs.

Bien que quelques entreprises indiquent avoir augmenté leurs revenus ou n'avoir pas été touchées par la pandémie, seuls quelques participants confrontés à des défis notables disent s'être complètement remis de la pandémie. Certains répondants prévoient des défis continus alors qu'ils s'efforcent de se rétablir, quelques petites entreprises déclarant avoir plus de dettes et croyant qu'il est possible qu'elles ne récupèrent pas.

Défis à prévoir

Les participants s'attendent à devoir relever de nombreux défis au cours des cinq prochaines années. Parmi eux figurent le ralentissement économique, l'inflation, des taux d'intérêt plus élevés et l'instabilité monétaire. La recherche de capitaux et de soutien financier est un défi pour certains, dont quelques-uns qui continuent d'éprouver des difficultés de flux de trésorerie en raison de la pandémie. Les difficultés liées à la chaîne d'approvisionnement devraient persister, ce qui perturbera la fabrication, augmentera les délais de livraison et entraînera une augmentation des coûts. Il est attendu que les pénuries de main-d'œuvre se poursuivent, ce qui créera une augmentation des coûts et une perte de productivité. Quelques-uns ne s'attendent pas à ce que les voyages d'affaires reprennent au même niveau qu'avant la pandémie en raison de l'augmentation des coûts, de la perturbation des déplacements et du manque de rentabilité des réunions.

Utilisation du SDC à l'avenir

Le SDC est considéré comme une source importante d'informations et de services à l'appui des activités commerciales internationales, plusieurs participants affirmant avoir l'intention de continuer à solliciter son aide. Certains clients décrivent la nécessité d'un soutien plus complet pour entrer dans un nouveau marché, comme l'obtention d'un aperçu du marché, de considérations réglementaires, de connaissances culturelles et de contacts. Quelques-uns prévoient de chercher à obtenir du soutien pour des services précis, comme des renseignements sur des missions commerciales, du financement ou de l'aide dans la vérification d'organismes trouvés.

D. NOTE AUX LECTEURS

Sondage

Les résultats détaillés de l'étude sont présentés dans les sections ci-dessous. Les résultats globaux sont présentés dans la section principale du rapport et sont normalement appuyés par un graphique ou un tableau. Les différences statistiquement et substantiellement significatives entre des sous-groupes de répondants sont présentées dans des tableaux ou sous forme de puces sous le graphique ou le tableau principal. Si aucune différence n'est soulignée dans le rapport, cela signifie que la différence n'est pas statistiquement significative¹ par rapport aux résultats globaux ou que cette différence a été jugée trop modeste pour être digne de mention. Il est possible que les résultats ne correspondent pas toujours à 100 % parce qu'ils sont arrondis. Il en est de même pour les pourcentages donnés pour deux réponses qui pourraient ne pas donner les bons totaux en raison de l'arrondissement. Le questionnaire du sondage se trouve à l'annexe B.

Entretiens

Conformément à l'article 10.2.3 des Normes pour la recherche sur l'opinion publique de Services publics et Approvisionnement Canada, « [u]ne 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 ». Dans le but d'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 pour indiquer de manière générale des points de vue plutôt que des pourcentages précis. Afin d'assurer une compréhension commune 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 deux personnes, mais moins de 25 %.
- « Certains participants » = de 25 à 49 %.
- « Plusieurs participants » ou « de nombreux participants » = de 50 à 75 %.
- « La plupart des participants » = plus de 75 %.

¹ Dans la mesure du possible, un test du chi carré et un test T standard ont été appliqués selon le cas. Les différences relevées sont significatives à 95 %.

Il faut également comprendre que l'information fournie par les participants est de nature subjective et qu'elle se fonde sur leurs souvenirs et perceptions, ainsi que sur les renseignements que leur ont fournis des représentants d'entreprises canadiennes. L'annexe A comprend le questionnaire de recrutement. L'annexe D contient le guide d'entretien.

E. VALEUR DU CONTRAT

La valeur du contrat du projet de sondage d'opinion publique est de 126 791,65 \$ (TVH incluse).

F. 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 énoncées 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 de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :



Susan Galley (vice-présidente)