

- Selon des enquêtes menées auprès des participants après les missions d'Équipe Canada de 1996 et de 1997, la majorité trouvait que ces missions avaient donné de l'impulsion à leurs efforts et que leur entreprise avait profité de la visibilité globale de la mission. Plus de la moitié d'entre eux pensait que la mission avait produit plus de pistes commerciales que prévu.