

Les États-Unis ont constitué le principal marché ciblé par les entreprises canadiennes à des fins de développement, les fonds autorisés à ce chapitre totalisant 14,16 millions de dollars, soit environ 68 % des 20,93 millions de dollars autorisés au total et plus des deux tiers des dépenses totales du PDME. Venait ensuite la France, au deuxième rang, suivie de la Chine.

Pour ce qui est des associations commerciales, près de la moitié des dépenses du PDME ont servi au développement de marchés en Amérique du Nord, l'Europe de l'Ouest et l'Asie venant aux deuxième et troisième rangs respectivement à ce chapitre. Le pays le plus ciblé par les associations commerciales a été les États-Unis, suivi de l'Allemagne et du Japon.

Les plus importantes recettes et ventes à l'exportation déclarées pour un marché cible, et qui sont attribuables à l'aide du PDME, ont été obtenues respectivement aux États-Unis, au Japon et au Royaume-Uni.

SONDAGE

Dans un sondage effectué auprès de la clientèle, 80 % des répondants ont indiqué que le PDME avait contribué dans une certaine mesure à la réussite de leur entreprise sur le marché cible.

La plupart des répondants (83 %) se sont dits satisfaits de l'accessibilité du PDME et de la manière dont celui-ci est administré.

Les répondants étaient aussi invités à préciser les avantages et les inconvénients du Programme. L'avantage le plus souvent mentionné était que le PDME permet aux petites entreprises de soutenir la concurrence sur le marché international. Les inconvénients le plus souvent invoqués étaient la portée de la demande et le financement limité accordé dans le cadre du Programme.

Dans la majorité des cas, les améliorations proposées par les répondants avaient trait à l'aide financière comme telle et à la flexibilité du Programme.

