

CA1
EA660
94E51f
DOCS

. b2653527(F)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

**ENQUÊTE SUR LES ACHETEURS AMÉRICAINS
AYANT VISITÉ LA FOIRE IIDEX
(Foire internationale de la décoration intérieure)
tenue du 18 au 20 novembre 1993
à Toronto (Ontario)**

Préparé pour le

**Secrétariat de la liaison sectorielle
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Ottawa (Ontario)
Téléphone : (613) 996-0670
Télécopieur : (613) 943-8820
Mai 1994**

MAR 15 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Résumé

Objet

Du 29 mars au 5 avril 1994, la firme Connect Research a mené une enquête téléphonique auprès d'hommes d'affaires américains qui avaient visité la Foire internationale de la décoration intérieure (IIDEX), tenue à Toronto du 18 au 20 novembre 1993. Cette enquête visait à évaluer dans quelle mesure la foire avait suscité un intérêt commercial pour les entreprises canadiennes. IIDEX est la principale foire commerciale canadienne du meuble de bureau et pour établissements. L'enquête a été commandée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international qui cherchait 1) à vérifier comment les visiteurs perçoivent la qualité des produits et du service à la clientèle des entreprises canadiennes, 2) à déterminer s'ils prévoient faire des affaires avec des entreprises canadiennes à l'avenir et 3) à évaluer leur satisfaction à l'égard de la foire.

Méthode

L'enquête a été menée auprès de 100 représentants d'entreprises américaines, choisis au hasard à partir de deux listes contenant le nom des 312 visiteurs de la foire IIDEX, lesquels devaient répondre chacun à 23 questions. Ces dernières étaient de longueur et de format différents et visaient à évaluer comment les répondants percevaient les produits et le service à la clientèle qu'offrent les entreprises canadiennes, leur intention de faire des affaires avec des entreprises canadiennes et leur évaluation de la foire IIDEX et des visites d'entreprises qui faisaient partie de la foire.

Résultats

Qualité des produits et du service à la clientèle des entreprises canadiennes

Les répondants devaient noter les produits canadiens selon une échelle allant de 1 (médiocres) à 10 (excellents); les notes moyennes sur 12 critères allaient de 7,2 à 8,3. La qualité du travail (8,3) et la qualité des matériaux utilisés (8,2) ont obtenu les meilleures notes, tandis que le coût (7,2) et les garanties (7,4) ont obtenu les plus faibles notes. Les notes moyennes des cinq critères du service à la clientèle des entreprises canadiennes allaient de 7,5 (délai d'exécution des commandes) à 8,1 (service après vente).

Selon la majorité des répondants, les produits canadiens et américains étaient «plus ou moins semblables» en regard des cinq critères suivants : qualité, durabilité, aspect esthétique, aspect innovateur et coût. Soixante-sept pour cent des répondants exigeaient que les produits canadiens soient conformes aux normes ISO 9000 et ANSI/BIFMA (American National Standards Institute, Inc./The Business and Institutional Furniture Manufacturer's Association).

Incidence de la foire IDEX sur les perceptions et l'intention de faire des affaires

À la question de savoir si la foire IDEX avait changé la perception qu'ils avaient des produits canadiens, 43 p. 100 des personnes interviewées ont répondu qu'elle était bien plus favorable (19 %) ou un peu plus favorable (24 %). Aucun répondant n'a répondu que sa perception était devenu défavorable.

Soixante-neuf pour cent des répondants ont indiqué qu'ils faisaient des affaires avec des entreprises canadiennes depuis leur visite à la foire IDEX. Pour ce qui est du volume de ces affaires en dollars, 49,2 p. 100 des répondants ont déclaré un volume de 50 000 \$ ou moins, 15,9 p. 100, un volume se situant entre 50 000 et 100 000 \$ et 27,5 p. 100, un volume supérieur à 100 000 \$.

Quatre-vingt-cinq pour cent des répondants ont déclaré qu'ils avaient l'intention de faire des affaires avec des entreprises canadiennes à la suite de leur visite à la foire IDEX. Pour ce qui est du volume d'affaires qu'ils prévoyaient, 35,3 % ont déclaré qu'il serait inférieur à 50 000 \$ et 38,8 % ont indiqué qu'il s'élèverait à au moins 50 000 \$.

Satisfaction et perceptions à l'égard de la foire IDEX

Lorsqu'on leur a demandé si la foire IDEX avait répondu à leurs attentes, 98 p. 100 des répondants ont déclaré qu'ils en étaient très satisfaits (69 p. 100) ou quelque peu satisfaits (29 p. 100). Deux pour cent seulement ont indiqué en être quelque peu insatisfaits. De même, 98 p. 100 des répondants ont indiqué que la foire leur avait été utile sur le plan professionnel.

Parmi les aspects de la foire qu'ils ont aimés, les répondants ont indiqué l'agencement et l'organisation, la diversité des produits, les stands d'exposition, les nouvelles lignes de produits présentés et la possibilité de rencontrer des fabricants. Cependant, selon quelque répondants, la foire n'avait pas suffisamment d'exposants et d'espace au sol.

On a demandé aux répondants de noter la foire en fonction de huit critères, sur une échelle allant de 1 (médiocre) à 10 (excellent); le professionnalisme avec lequel les produits ont été présentés a obtenu la plus forte note moyenne (8,3), tandis que la

nouveauté et l'innovation des produits exposés recevaient la plus faible (7,2). La plus forte note a été accordée au personnel de la foire IDEX pour son professionnalisme (8,5) et la plus faible, pour la prestation d'un service de haut niveau (7,9).

Évaluation des visites d'entreprises

Quarante-trois pour cent des répondants ont visité au moins une entreprise. Knoll a été l'entreprise la plus visitée. Des 57 répondants qui n'ont pas visité d'entreprise, 56,1 p. 100 ont invoqué comme motif le manque de temps.

Les aspects des visites les mieux notés ont été le professionnalisme et la qualité globale, avec des notes moyennes de 9,0 et 8,9 respectivement. La plus faible note moyenne a été donnée à la durée des visites (7,4).

Quant au nombre idéal de visites, 45,5 p. 100 des répondants ont indiqué trois, 31,9 p. 100 étaient d'avis que quatre visites étaient l'idéal, 13,6 p. 100, cinq et 9 p. 100, deux.

La majorité des répondants (53 p. 100) ont déclaré qu'ils iraient très probablement à des éditions futures de la foire aux frais de leur entreprise. Vingt pour cent ont répondu qu'il était un peu probable qu'ils y retournent, 19 p. 100, assez improbable et 8 p. 100, très improbable.

Évaluation de la foire IDEX

Objectif

Du 29 mars au 5 avril 1994, la firme Connect Research a mené une enquête téléphonique auprès de 100 hommes d'affaires américains du secteur du meuble qui avaient visité la foire IDEX, tenue à Toronto du 18 au 20 novembre 1993. L'enquête avait été commandée par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international afin d'atteindre les objectifs globaux suivants : vérifier comment les visiteurs percevaient la qualité des produits et du service à la clientèle des entreprises canadiennes, déterminer s'ils prévoyaient de faire des affaires avec des entreprises canadiennes à l'avenir et évaluer leur satisfaction à l'égard de la foire.

Méthode

L'échantillon

Les visiteurs participant à l'enquête ont été choisis au hasard à partir de deux listes de noms fournies par le ministère des Affaires étrangères. Sur la première liste figuraient les noms de 109 contacts d'affaires invités par le gouvernement canadien. La seconde liste contenait les noms de 203 contacts et avait été fournie par l'Association of Registered Interior Designers of Ontario (ARIDO). Les entrevues ont été menées auprès de 43 personnes de la première liste et de 57 de la seconde. À l'Annexe A du rapport figure la répartition des entrevues selon les États. Voici la répartition régionale des personnes interviewées :

| <u>Région des États-Unis</u> | <u>Nombre d'entrevues</u> |
|------------------------------|---------------------------|
| Est | 48 |
| Midwest | 23 |
| Sud | 14 |
| Ouest | <u>15</u> |
| Total | 100 |

La taille de l'échantillon (N = 100) avait été déterminée afin de respecter des normes de fiabilité des résultats et d'obtenir une marge d'erreur acceptable de 5 p. 100.

Le questionnaire administré par téléphone

Après avoir consulté des fonctionnaires clés du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et d'Industrie Canada, un questionnaire administré par téléphone demandant environ 7 minutes d'interrogation a été élaboré. Il contenait 23 questions de divers formats et longueurs. Un exemplaire de ce questionnaire se trouve à l'Annexe B du présent rapport.

La procédure

Les intervieweurs ont fait un effort concerté pour communiquer avec les personnes choisies sur les deux listes de visiteurs fournies par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Ils devaient essayer de communiquer personnellement avec chacune ces personnes au moins trois fois.

Lorsqu'ils réussissaient à parler avec la personne voulue, les intervieweurs disaient qu'ils appelaient de la firme Connect Research pour faire une enquête auprès des personnes qui avaient visité la foire IIDEX en novembre 1993 à Toronto. Ils demandaient ensuite au répondant de bien vouloir collaborer avec eux en répondant à quelques questions sur la foire.

Résultats

Ci-dessous, nous présentons les résultats détaillés de l'enquête. Les réponses à chaque question du questionnaire sont regroupées et présentées par rapport aux objectifs du projet.

I. Qualité des produits et du service à la clientèle des entreprises canadiennes

Les questions 15 à 18, portaient sur la façon dont les répondants percevaient les produits et le service à la clientèle offerts par les entreprises canadiennes. À la question 15, les répondants devaient noter les produits canadiens en fonction de 12 critères, selon une échelle allant de 1 (médiocre) à 10 (excellent). La qualité du travail et la qualité des matériaux utilisés ont obtenu les meilleures notes, tandis que la conception novatrice et les garanties ont obtenu les plus faibles. Le Tableau 1 présente les notes moyennes de l'ensemble de l'échantillon et celles de l'échantillon scindé selon les listes fournies par le gouvernement et l'ARIDO.

**Tableau 1. Notes moyennes données aux produits canadiens
selon des critères établis**

| <u>Critère</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|-------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
| Qualité du travail | 8,3 | 8,5 | 8,2 |
| Qualité des matériaux | 8,2 | 8,5 | 8,0 |
| Durabilité | 8,1 | 8,3 | 8,0 |
| Apparence générale | 8,1 | 8,3 | 8,0 |
| Style | 8,0 | 8,1 | 7,9 |
| Constance de la qualité | 8,0 | 8,1 | 7,9 |
| Réputation du fabricant | 8,0 | 8,2 | 7,7 |
| Service à la clientèle | 7,9 | 7,9 | 7,9 |
| Technologie | 7,7 | 7,9 | 7,6 |
| Conception novatrice | 7,6 | 7,7 | 7,6 |
| Garanties | 7,4 | 7,7 | 7,1 |
| Coût | 7,2 | 7,7 | 6,9 |

La question 16 demandait aux répondants de noter le service à la clientèle des entreprises canadiennes sur une échelle allant de 1 (médiocre) à 10 (excellent). Le service après vente et l'attention portée aux questions ont été relativement mieux notés que le traitement des plaintes, le respect des délais de livraison et le délai d'exécution des commandes. Le Tableau 2 présente les notes moyennes pour chaque critère.

Tableau 2. Notes moyennes données au service à la clientèle qu'offrent les entreprises canadiennes, selon des critères établis

| <u>Critère</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|---------------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
| Service après vente | 8,1 | 8,1 | 8,3 |
| Attention portée aux questions | 8,0 | 7,9 | 8,2 |
| Traitement des plaintes | 7,7 | 7,5 | 7,9 |
| Respect des délais de livraison | 7,5 | 7,5 | 7,4 |
| Délai d'exécution des commandes | 7,5 | 7,3 | 7,6 |

À la question 17, les répondants devaient donner leurs perceptions générales à l'égard des produits canadiens par rapport aux produits américains. Les résultats indiquent qu'en fonction de tous les critères, une majorité d'entre eux étaient d'avis que les deux groupes de produits étaient plus ou moins semblables. Le Tableau 3 résume les réponses de l'échantillon complet (N = 100) à cette question.

Tableau 3. Comparaison entre les produits canadiens et américains (N = 100)

| <u>Critère</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|-------------------|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| | <u>Produits canadiens supérieurs</u> | <u>Plus ou moins semblables</u> | <u>Produits américains supérieurs</u> |
| Coût | 13,0 % | 67,0 % | 20,0 % |
| Qualité | 8,0 % | 81,0 % | 11,0 % |
| Durabilité | 4,0 % | 86,0 % | 10,0 % |
| Aspect esthétique | 18,0 % | 67,0 % | 15,0 % |
| Aspect innovateur | 21,0 % | 54,0 % | 25,0 % |

La question 18 demandait aux répondants s'il était nécessaire pour eux que les produits et les fabricants canadiens se conforment aux normes ISO 9000 et ANSI/BIFMA (American National Standards Institute, Inc./The Business and Institutional Furniture Manufacturer's Association). Les deux-tiers d'entre eux ont répondu par l'affirmative. Le Tableau 4 résume les réponses à la question 18.

**Tableau 4. Conformité nécessaire des produits canadiens aux normes
ISO 9000 et ANSI/BIFMA**

| <u>Réponse</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|----------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Oui | 67,0 % | 69,8 % | 64,9 % |
| Non | 25,0 % | 27,9 % | 22,8 % |
| Ne sait pas | 8,0 % | 2,3 % | 12,3 % |

II. Incidence de la foire IIDEX sur la possibilité de faire des affaires avec des entreprises canadiennes

Les questions 7 à 9a visaient à évaluer l'incidence de la foire sur les perceptions des répondants à l'égard des produits canadiens et sur leur intention de faire des affaires avec des entreprises canadiennes. La question 7 demandait aux répondants si leur perception des produits canadiens avait changé après qu'ils aient visité la foire IIDEX. Quarante-trois pour cent d'entre eux ont déclaré qu'ils avaient une perception bien plus favorable ou un peu plus favorable à l'égard des produits canadiens. Le Tableau 5 résume les réponses à la question 7.

**Tableau 5. Incidence de la foire IIDEX sur la perception à l'égard
des produits canadiens**

| <u>Réponse</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|-------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Bien plus favorable | 19,0 % | 23,2 % | 16,2 % |
| Un peu plus favorable | 24,0 % | 41,9 % | 10,8 % |
| Plus ou moins la même | 56,0 % | 34,9 % | 72,0 % |
| Un peu plus défavorable | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % |
| Bien plus défavorable | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % |
| Ne sait pas | 1,0 % | 0,0 % | 1,0 % |

La question 7a était une question ouverte demandant aux répondants d'indiquer de quelle façon leur perception à l'égard des produits canadiens avait changé. Quarante-trois pour cent d'entre eux ont répondu à cette question. Voici, textuellement, des réponses qui représentent l'ensemble de celles qui ont été données :

«Je ne réalisais pas qu'il y avait une telle variété de produits.»

«Je ne savais pas qu'il existait des lignes de meubles de haut de gamme.»

«Nombre de nouveaux produits et la qualité étaient impressionnants.»

«J'ai beaucoup appris sur les produits disponibles.»

«J'ai été davantage sensibilisé aux fabricants et aux produits canadiens et j'ai appris des choses sur la technologie de fabrication.»

«J'ai déjà fait des affaires avec des entreprises canadiennes, mais les visites d'entreprises m'ont bien plus impressionné - j'aurais aimé y avoir consacré plus de temps.»

Le Tableau 6 résume les réponses à la question 7a.

Tableau 6. Aspects ayant changé la perception des répondants à l'égard des produits canadiens (n = 43)

| <u>Motif du changement</u> | <u>Pourcentage</u> |
|---|--------------------|
| Nouveaux produits offerts-meilleure qualité | 30,2 |
| Plus grande variété de produits | 23,3 |
| Visites d'usines intéressantes | 7,0 |
| Meilleure connaissance des fabricants | 7,0 |
| Autre | 32,5 |

La question 8 demandait aux répondants si, à la suite de leur visite à la foire IDEX, ils faisaient des affaires avec des entreprises canadiennes. Soixante-neuf des 100 répondants ont répondu par l'affirmative, 29 ont déclaré qu'ils n'en faisaient pas et 2 ont répondu qu'ils ne savaient pas. Le Tableau 7 présente les réponses de l'ensemble de l'échantillon, ainsi que celles de l'échantillon scindé selon les listes fournies par le gouvernement et l'ARIDO.

Tableau 7. Pourcentage des répondants qui font des affaires avec des entreprises canadiennes à la suite de leur visite à la foire IIDEX

| <u>Réponse</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|----------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Oui | 69,0 % | 76,7 % | 63,2 % |
| Non | 29,0 % | 23,3 % | 33,3 % |
| Ne sait pas | 2,0 % | 0,0 % | 3,5 % |

À la question 8a, les répondants devaient indiquer le volume des affaires, en dollars, qu'ils ont conclues avec les entreprises canadiennes. Parmi les 69 répondants qui ont déclaré faire des affaires avec des entreprises canadiennes, 43,4 p. 100 ont indiqué que le volume d'affaires était de 50 000 dollars au moins. Le Tableau 8 présente la répartition du volume d'affaires, en dollars, déclaré par les répondants.

Tableau 8. Volume d'affaires conclues avec des entreprises canadiennes

| <u>Volume</u> | <u>Nombre de répondants</u> (N = 69) | <u>Gouvernement</u> (n = 33) | <u>ARIDO</u> (n = 36) |
|------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Moins de 10 000 \$ | 24,6 % | 21,2 % | 27,7 % |
| De 10 000 à 25 000 \$ | 14,5 % | 21,2 % | 8,4 % |
| De 25 000 à 50 000 \$ | 10,1 % | 6,1 % | 13,9 % |
| De 50 000 à 100 000 \$ | 15,9 % | 18,2 % | 13,9 % |
| Plus de 100 000 \$ | 27,5 % | 27,2 % | 27,7 % |
| Ne sait pas | 7,4 % | 6,1 % | 8,4 % |

La question 9 demandait aux répondants si, à la suite de la foire IIDEX, ils prévoyaient faire des affaires avec des entreprises canadiennes. Une majorité écrasante de 85 p. 100 d'entre eux ont répondu par l'affirmative, tandis que 15 p. 100 ont déclaré qu'ils n'en feraient pas. Le Tableau 9 présente ces chiffres, répartis selon les listes du gouvernement et de l'ARIDO.

Tableau 9. Projets de faire des affaires avec des entreprises canadiennes

| <u>Réponse</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|----------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Oui | 85,0 % | 95,3 % | 77,2 % |
| Non | 15,0 % | 4,7 % | 22,8 % |

À la question 9a, les répondants devaient indiquer le volume d'affaires, en dollars, qu'ils projetaient de faire avec des entreprises canadiennes. Près des quatre dixièmes (38,8 p. 100) des 85 répondants ayant répondu par l'affirmative ont indiqué qu'ils avaient l'intention de conclure des affaires d'au moins 50 000 dollars. Le Tableau 10 présente une répartition complète des réponses.

Tableau 10. Volume d'affaires prévu avec des entreprises canadiennes

| <u>Volume</u> | <u>Nombre ayant répondu</u> (N = 85) | <u>Gouvernement</u> (n = 41) | <u>ARIDO</u> (n = 44) |
|------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Moins de 10 000 \$ | 16,5 % | 19,6 % | 13,6 % |
| De 10 000 à 25 000 \$ | 14,1 % | 19,5 % | 9,1 % |
| De 25 000 à 50 000 \$ | 4,7 % | 4,8 % | 4,5 % |
| De 50 000 à 100 000 \$ | 9,4 % | 7,3 % | 11,4 % |
| Plus de 100 000 \$ | 29,4 % | 24,4 % | 34,1 % |
| Ne sait pas | 25,9 % | 24,4 % | 27,3 % |

III. Satisfaction et perceptions à l'égard de la foire IIDEX

Les questions 1 à 6 portaient sur la satisfaction et la perception des répondants à l'égard de la foire IIDEX. Les réponses à la question 1, qui leur demandait dans quelle mesure la foire avait répondu à leurs attentes, sont présentées au Tableau 11. Comme l'indique ce dernier, pratiquement tous les répondants (98 p. 100) ont indiqué qu'ils avaient été très satisfaits ou un peu satisfaits, 2 p. 100 déclarant qu'ils étaient un peu insatisfaits. Aucun répondant ne s'est déclaré très insatisfait.

Tableau 11. Satisfaction à l'égard de la foire IIDEX

| <u>Réponse</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|--------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Très satisfait | 69,0 % | 62,8 % | 73,7 % |
| Un peu satisfait | 29,0 % | 34,9 % | 24,6 % |
| Un peu insatisfait | 2,0 % | 2,3 % | 1,7 % |
| Très insatisfait | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % |

Lorsqu'on leur a demandé si, du point de vue professionnel, il avait valu la peine de visiter la foire (question 2), 98 p. 100 des répondants ont répondu par l'affirmative. Le Tableau 12 résume les raisons invoquées.

Tableau 12. Raisons invoquées pour indiquer que la foire IIDEX a été utile

| <u>Raisons</u> | <u>Pourcentage</u> |
|--|--------------------|
| Nouveaux contacts, clients, fabricants | 18,4 |
| Bon agencement, bonne organisation, bons stands d'exposition | 16,3 |
| Occasion de voir de nouveaux produits | 13,3 |
| Très enrichissante et informative | 11,2 |
| Grande diversité de produits | 7,1 |
| Utile de suivre la concurrence | 4,1 |
| Atmosphère générale, emplacement | 3,1 |
| Autre | 26,5 |

La question 3 demandait aux répondants ce qui leur avait plu dans la foire. Près d'un sur quatre a indiqué que l'agencement et l'emplacement de tous les stands d'exposition sous un même toit étaient des aspects intéressants. D'autres aspects ont été mentionnés souvent, notamment la grande diversité des produits et des stands d'exposition et la bonne organisation de la foire. Le Tableau 13 résume les réponses à la question 3.

Tableau 13. Aspects de la foire qui ont plu aux répondants

| <u>Aspect</u> | <u>Pourcentage</u> |
|--|--------------------|
| Agencement, densité, tout réuni en un seul emplacement | 23,7 |
| Diversité des produits et des stands d'exposition | 14,4 |
| Bonne organisation | 12,4 |
| Nouvelles lignes de produits | 9,3 |
| Occasion de rencontrer des clients et des fabricants | 7,2 |
| Visites d'entreprises | 5,2 |
| Serviabilité du personnel, des représentants d'entreprises | 5,2 |
| Atmosphère générale, emplacement | 3,1 |
| Autre | 19,5 |

La question 4 demandait aux répondants d'énumérer des aspects de la foire qu'ils n'ont pas aimés. Même si nombre de répondants (25,8 p. 100) ne lui reprochaient rien, certains d'entre eux étaient d'avis que la foire était trop limitée, avait trop peu de stands d'exposition, ou n'était pas assez spacieuse. Le tableau 14 résume les réponses à cette question.

Tableau 14. Aspects de la foire qui n'ont pas plu aux répondants

| <u>Aspect</u> | <u>Pourcentage</u> |
|---|--------------------|
| Aucun aspect n'a déplu | 25,8 |
| Trop limitée, pas assez d'exposants et d'espace | 16,5 |
| Désorganisée, inscription trop lente, pas assez d'orientation | 6,2 |
| Pas assez de temps pour tout voir | 4,1 |
| Trop de visites d'entreprises; visites trop longues | 4,1 |
| Davantage d'entreprises américaines devraient être représentées | 4,1 |
| Trop de meubles résidentiels | 3,1 |
| Autre | 36,1 |

À la question 5, les répondants devaient noter les aspects de la foire sur une échelle allant de 1 (médiocres) à 10 (excellents). Les notes moyennes variaient de 8,3 (professionnalisme et présentation des produits) à 7,2 (présentation de produits nouveaux et innovateurs). Le Tableau 15 présente les notes moyennes données aux huit aspects.

Tableau 15. Notes moyennes données aux aspects de la foire IIDEX

| <u>Aspect</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|--|---|---------------------------------|--------------------------|
| | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
| Professionalisme de la présentation des produits | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| Très bonne qualité des produits exposés | 8,1 | 8,0 | 8,1 |
| Bons renseignements sur les produits canadiens | 7,9 | 8,3 | 7,6 |
| Mise en valeur des produits | 7,8 | 7,8 | 7,8 |
| Vaste éventail de fabricants représentés | 7,7 | 7,8 | 7,8 |
| Diversité des produits exposés | 7,7 | 7,9 | 7,5 |
| Intérêt suscité pour les produits canadiens | 7,7 | 8,1 | 7,3 |
| Produits nouveaux et innovateurs exposés | 7,2 | 7,3 | 7,1 |

La question 6 demandait aux répondants de noter le personnel et les représentants de la foire IIDEX selon quatre critères. La plus forte note moyenne a été donnée au professionnalisme (8,5), suivi des connaissances (8,2), de l'attention accordée aux visiteurs (8,0) et du service de très bonne qualité (7,9). On trouvera un résumé des réponses au tableau 16.

Tableau 16. Notes moyennes données au personnel de la foire IIDEX

| <u>Critère</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|----------------------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
| Professionalisme | 8,5 | 8,6 | 8,4 |
| Connaissances | 8,2 | 8,4 | 8,1 |
| Attention accordée aux visiteurs | 8,0 | 8,1 | 7,9 |
| Service de très bonne qualité | 7,9 | 8,0 | 7,8 |

IV. Évaluation des visites d'usines

Les questions 11 à 14 portaient sur les visites d'usines offertes aux visiteurs de la foire IDEX. En tout, 43 des 100 répondants ont visité au moins une usine, Knoll, Global, Egan et Smed ayant accueilli le plus grand nombre de visiteurs. Le Tableau 17 présente un résumé du pourcentage de répondants ayant visité les diverses usines.

Tableau 17. Visites effectuées par les répondants (n = 43)

| <u>USINE</u> | <u>POURCENTAGE</u> |
|--------------------|--------------------|
| KNOLL | 44,2 |
| GLOBAL | 23,3 |
| EGAN | 23,3 |
| SMED | 20,9 |
| OFFICE SPECIALTIES | 16,3 |
| STOREWALL | 16,3 |
| TEKNION | 16,3 |
| NIENKAMPER | 7,0 |
| HAYWORTH | 7,0 |
| Autre | 27,9 |

* Certains répondants ayant visité plusieurs usines, le total des pourcentages n'est pas égal à 100.

On a demandé aux 57 répondants qui n'ont visité aucune usine les raisons pour lesquelles ils ne l'ont pas fait. Le plus souvent, ils ont invoqué le manque de temps. En fait, de nombreux répondants ont indiqué qu'il était difficile de prévoir une visite d'usine dans leur programme, car la foire ne durait qu'une journée. Plusieurs d'entre eux ont recommandé que la foire dure deux jours pour permettre aux personnes qui le désirent de visiter des usines. Le Tableau 18 présente les raisons invoquées par les répondants pour ne pas avoir visité une usine.

Tableau 18. Raisons invoquées par les répondants (n = 57) pour ne pas avoir visité une usine

| <u>Raison</u> | <u>Pourcentage</u> |
|--|--------------------|
| Pas assez de temps | 56,1 |
| N'étaient pas au courant | 14,0 |
| Inutile de visiter une usine | 10,5 |
| Ont effectué une visite d'usine privée | 5,3 |
| Autre | 14,1 |

À la question 12, les répondants devaient noter les aspects des visites sur une échelle allant de 1 (négatifs) à 10 (très positifs). Ceux qui ont participé à des visites d'usines ont été impressionnés le plus par le professionnalisme global (9,0), la qualité (8,9) et l'attention et les connaissances des guides (8,5). Dans l'ensemble, la bonne utilisation du temps (7,8) et la durée des visites (7,4) ont obtenu les plus faibles notes moyennes. Ces constatations sont exposées dans le Tableau 19.

Tableau 19. Notes moyennes données aux aspects des visites (n = 43)

| <u>Aspects des visites</u> | <u>Note moyenne</u> | | |
|--|---|---------------------------------|-------------------------|
| | <u>Nombre total de répondants</u> (N = 43) | <u>Gouvernement</u> (n = 36) | <u>ARIDO</u> (n = 7) |
| Professionalisme | 9,0 | 8,9 | 9,0 |
| Qualité globale | 8,9 | 8,9 | 9,0 |
| Connaissances du guide | 8,5 | 8,5 | 8,6 |
| Attention du guide à l'égard des besoins | 8,5 | 8,5 | 8,6 |
| Satisfaction des intérêts du visiteur | 8,3 | 8,3 | 8,4 |
| Fourniture de renseignements utiles | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| Bonne utilisation du temps | 7,8 | 7,7 | 8,2 |
| Durée idéale de la visite | 7,4 | 7,1 | 8,5 |

Selon environ la moitié (48,8 p. 100) des répondants (n = 43), le nombre de visites était suffisant; 14 p. 100 d'entre eux étaient d'avis qu'il y en avait pas eu assez et pour 37,2 p. 100, il y en avait eu trop. Près de la moitié (45,5 p. 100) des répondants ayant déclaré qu'il y avait eu trop peu ou trop de visites ont recommandé de fixer le nombre de visites à trois. Le Tableau 20 résume les recommandations faites par les répondants sur le nombre idéal de visites d'usines.

Tableau 20. Nombre de visites d'usines recommandées par les répondants

| <u>Nombre de visites</u> | <u>Pourcentage</u> |
|--------------------------|--------------------|
| Cinq ou plus | 13,6 |
| Quatre | 31,9 |
| Trois | 45,5 |
| Deux | 9,0 |

Enfin, on a demandé aux répondants quelle était la probabilité qu'ils reviennent aux prochaines foires aux frais de leur entreprise (question 10). Plus de la moitié d'entre eux (53 p. 100) ont répondu qu'il était très probable qu'ils reviennent, tandis que 8 p. 100 seulement ont indiqué qu'il était très improbable qu'ils reviennent. Le Tableau 21 présente les réponses à cette question.

Tableau 21. Probabilité de revenir à la foire IIDEX à l'avenir

| <u>Probabilité</u> | <u>Ensemble de l'échantillon</u> (N = 100) | <u>Gouvernement</u> (n = 43) | <u>ARIDO</u> (n = 57) |
|--------------------|---|---------------------------------|--------------------------|
| Très probable | 53 % | 20,9 % | 77,2 % |
| Un peu probable | 20 % | 30,2 % | 12,3 % |
| Un peu improbable | 19 % | 32,6 % | 8,8 % |
| Très improbable | 8 % | 16,3 % | 1,8 % |

ANNEXE A

RÉPARTITION DES ENTREVUES

RÉPARTITION DES ENTREVUES ENTRE LES ÉTATS

| <u>EST</u> | <u>NOMBRE D'ENTREVUES</u> |
|----------------------|---------------------------|
| NEW YORK | 37 |
| MASSACHUSETTS | 5 |
| DISTRICT OF COLUMBIA | 2 |
| PENNSYLVANIE | 2 |
| CONNECTICUT | 1 |
| RHODE ISLAND | 1 |
| TOTAL | 48 |

| <u>MIDWEST</u> | <u>NOMBRE D'ENTREVUES</u> |
|----------------|---------------------------|
| MICHIGAN | 6 |
| ILLINOIS | 5 |
| OHIO | 4 |
| MISSOURI | 3 |
| INDIANA | 3 |
| MINNESOTA | 2 |
| TOTAL | 23 |

| <u>SUD</u> | <u>NOMBRE D'ENTREVUES</u> |
|------------------|---------------------------|
| GÉORGIE | 7 |
| CAROLINE DU NORD | 3 |
| TENNESSEE | 2 |
| VIRGINIE | 1 |
| TEXAS | 1 |
| TOTAL | 14 |

| <u>QUEST</u> | <u>NOMBRE D'ENTREVUES</u> |
|--------------|---------------------------|
| CALIFORNIE | 11 |
| ARIZONA | 3 |
| WASHINGTON | 1 |
| TOTAL | 15 |



ANNEXE B
QUESTIONNAIRE

NOM DU RÉPONDANT : _____

DATE : _____

NOM DE L'ENTREPRISE : _____

INTERVIEWEUR : _____

TÉLÉPHONE : _____

1. Liste du gouvernement
2. Liste ARIDO

Bonjour, ici _____ de Connect Research. Pourrais-je parler à _____ (lorsque la personne demandée prend la communication, présentez-vous encore une fois). Nous effectuons une enquête sommaire auprès des personnes ayant visité la foire IDEX 1993, qui a eu lieu à Toronto. Êtes-vous allé à cette foire?

Oui (poursuivez)

Non (demandez à parler à la personne qui y est allée, le cas échéant)

Pouvez-vous me consacrer quelques minutes, car je voudrais vous poser quelques questions?

Oui (poursuivez)

Non (demandez à l'interlocuteur quand vous pouvez le rappeler)

1. Dans l'ensemble, avez-vous été satisfait de la foire IDEX?

1. Très satisfait
2. Un peu satisfait
3. Un peu insatisfait
4. Très insatisfait
9. Ne sait pas

2. Selon vous, était-il utile de vous y rendre sur le plan professionnel?

1. Oui
2. Non
9. Ne sait pas

2a. Pourquoi? _____

3. Quels sont les aspects de la foire que vous avez aimés particulièrement?

4. Quels aspects vous n'avez pas aimés?

5. En utilisant une échelle allant de 1 à 10, 1 étant «médiocre» et 10 étant «excellent», comment classeriez-vous les aspects suivants de la foire IIDEX :

a. Capacité de vous fournir des renseignements pertinents sur les produits canadiens : _____

b. Capacité de vous intéresser aux produits canadiens : _____

c. Présentation de produits nouveaux et innovateurs : _____

d. Présentation d'une variété de produits : _____

e. Présentation de produits de haute qualité : _____

f. Vaste éventail de fabricants représentés : _____

g. Professionnalisme de la présentation de produits : _____

h. Mise en valeur des produits _____

6. Comment classeriez-vous (sur une échelle allant de 1 à 10) les aspects suivants du personnel et des représentants de la foire IIDEX?

a. Attention portée à vos besoins et à vos questions : _____

b. Professionnalisme : _____

c. Connaissance des secteurs qui vous intéressent : _____

d. Prestation d'un service de haut niveau : _____

7. Après avoir visité la foire IIDEX, la perception que vous avez des produits canadiens a-t-elle changé? (Lisez les choix)

1. Oui, elle est bien plus favorable
2. Oui, elle est un peu plus favorable
3. Elle est restée la même (passez à la question 8)
4. Un peu plus défavorable
5. Bien plus défavorable
9. Ne sait pas

7a. Expliquez comment votre perception a changé?

8. Suite à votre visite à la foire IIDEX, faites-vous maintenant des affaires avec des entreprises canadiennes?

1. Oui (Passez à la question 8a)
2. Non (Passez à la question 9)
9. Ne sait pas

8a. Indiquez approximativement le volume d'affaires, en dollars, que vous avez conclues avec des entreprises canadiennes

1. Moins de 5 000 \$
2. De 5 000 à 10 000 \$
3. De 10 000 à 25 000 \$
4. De 25 000 à 50 000 \$
5. De 50 000 à 100 000 \$
6. Plus de 100 000 \$
9. Ne sait pas

9. Suite à votre visite à la foire IIDEX, prévoyez-vous faire des affaires avec des entreprises canadiennes à l'avenir?

1. Oui (Passez à la question 9A)
2. Non (Passez à la question 10)
9. Ne sait pas

9a. Indiquez approximativement le volume d'affaires, en dollars, que vous prévoyez maintenant conclure avec des entreprises canadiennes

1. Moins de 5 000 \$
2. De 5 000 à 10 000 \$
3. De 10 000 à 25 000 \$
4. De 25 000 à 50 000 \$
5. De 50 000 à 100 000 \$
6. Plus de 100 000 \$
9. Ne sait pas

10. Quelle est la probabilité que vous visitiez toute édition future de la foire IIDEX aux frais de votre entreprise?

1. Très probable
2. Un peu probable
3. Un peu improbable
4. Très improbable
9. Ne sait pas

11. Avez-vous participé aux visites d'usines offertes pendant la foire?

1. Oui : lesquelles : _____
(passez à la question 12)
2. Non (passez à la question 11a)
9. Ne sait pas

11a. Pourquoi n'avez-vous pas pu visiter une usine? _____

12. Comment classeriez-vous les aspects suivants des visites sur une échelle allant de 1 à 10 (1 étant «médiocre» et 10 étant «excellent») : (si l'interlocuteur a visité plusieurs usines, obtenez une évaluation globale)

- a. cadrent avec vos intérêts : _____
- b. vous ont fourni des renseignements utiles : _____
- c. bonne utilisation de votre temps : _____
- d. durée des visites : _____
- e. guide bien informé pour répondre à vos questions : _____
- f. guide attentif à vos besoins : _____
- g. professionnalisme global : _____
- h. qualité globale : _____

13. Le nombre d'usines que vous avez visitées était : (Lisez les choix)

- 1. Trop faible
- 2. Parfait (passez à la question 14)
- 3. Trop grand
- 9. Ne sait pas

13a. Quel serait le nombre idéal de visites? : _____

14. Avez-vous des suggestions à faire en vue d'améliorer le programme global, c'est-à-dire la foire IIDEX et les visites d'usines?

15. Comment noteriez-vous les produits canadiens en général, en fonction des critères suivants. Veuillez utiliser une échelle allant de 1 : «médiocre» à 10 : «excellent».

- a. Coût : _____
- b. Qualité du travail : _____
- c. Durabilité : _____
- d. Technologie : _____
- e. Style : _____
- f. Garanties : _____
- g. Conception novatrice : _____
- h. Apparence générale : _____
- i. Qualité des matériaux utilisés : _____
- j. Qualité constante du produit : _____
- k. Service à la clientèle : _____
- l. Réputation du fabricant : _____

16. En utilisant une échelle allant de 1 à 10, veuillez classer l'opinion que vous avez des aspects suivants du service à la clientèle des entreprises canadiennes :

- a. Respect des dates de livraison : _____
- b. Traitement des plaintes : _____
- c. Délai d'exécution des commandes : _____
- d. Service après vente : _____
- e. Attention accordée aux questions : _____

17. Nous nous intéressons aussi à l'impression générale que vous avez des produits canadiens par rapport aux produits américains. Je vais vous lire une liste de caractéristiques de produits; veuillez indiquer si, selon vous, les produits canadiens sont supérieurs aux produits américains, si les produits américains sont supérieurs aux produits canadiens, ou si les produits canadiens et américains sont plus ou moins semblables.
(Ne cochez qu'une case par aspect)

| | Produits canadiens supérieurs | Plus ou moins semblables | Produits américains supérieurs |
|------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| a. Coût : | _____ | _____ | _____ |
| b. Qualité : | _____ | _____ | _____ |
| c. Durabilité : | _____ | _____ | _____ |
| d. Aspect esthétique : | _____ | _____ | _____ |
| e. Aspect innovateur : | _____ | _____ | _____ |

18. Est-il nécessaire pour vous que les produits et les fabricants canadiens se conforment aux normes ISO 9000 et ANSI/BIFMA?

- 1. Oui
- 2. Non
- 9. Ne sait pas

Merci beaucoup de votre aide. Au revoir et bonne journée.

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E



3 5036 01006592 1