

Évaluation de la Stratégie du Canada en matière d'éducation internationale

Rapport Final

*Préparé par la Direction de l'évaluation de la
diplomatie, du commerce et des affaires
corporatives (PRE)*

Affaires mondiales Canada

Février 2019



Global Affairs
Canada

Affaires mondiales
Canada

Canada

Table des matières

4	5	8	9	12
<i>Résumé</i>	<i>Contexte</i>	<i>Portée de l'évaluation</i>	<i>Méthodologie</i>	<i>Constatations</i>
32	34	39	40	
<i>Conclusions et considérations</i>	<i>Recommandations</i>	<i>Réponse et plan d'action de la direction</i>	<i>Annexes</i>	

Liste des acronymes, des abréviations et des symboles

AUD	Dollar australien	PE	Protocole d'entente
BBY	Direction de l'éducation internationale (AMC)	OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
BTB	Division de mesure du rendement	PTPD	Permis de travail postdiplôme
CA	Dollar canadien	RP	Résidence permanente
BCEI	Bureau canadien de l'éducation internationale	PRE	Division de l'évaluation – Diplomatie, Commerce et Services ministériels (AMC)
CMEC	Conseil des ministres de l'éducation (Canada)	DCRE	Délégué commercial régional en éducation
CNY	Yuan chinois (¥)	RKA	Roslyn-Kunin et associés
GRC	Gestion des relations avec la clientèle	ODD	Objectifs de développement durable
PFLA	Programme des futurs leaders dans les Amériques	SPALO	Consulat général du Canada à São Paulo, Brésil
EDSC	Emploi et Développement social Canada	STIM	Sciences, technologie, ingénierie et mathématiques
CCFPAIE	Comité consultatif fédéral-provincial sur les activités internationales liées à l'éducation	CT	Conseil du Trésor
FPT	Fédéral-provincial-territorial	DC	Délégué commercial
ETP	Équivalent temps plein	SDC	Service des délégués commerciaux
AMC	Affaires mondiales Canada	R.-U.	Royaume-Uni
PIB	Produit intérieur brut	UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
GC	Gouvernement du Canada	É.-U.	États-Unis
TIC	Technologies de l'information et des communications	US	Dollar américain (\$)
SEI	Stratégie en matière d'éducation internationale	£	Livre sterling
IEE	Institute of International Education	€	Euro
IRCC	Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada	NZD	Dollar néo-zélandais
ISDE	Innovation, Sciences et Développement économique		
PBI	Programme de bourses internationales		
IRC	Indicateur de rendement clé		
ALC	Amérique latine et Caraïbes		

Résumé

Le présent rapport présente les constatations, les considérations et les recommandations de l'évaluation de la Stratégie du Canada en matière d'éducation internationale (SEI) qui a été réalisée de mai à novembre 2018.

Bien que la SEI ait contribué à ce que le Canada atteigne son objectif d'attirer 450 000 étudiants étrangers cinq ans plus tôt que prévu, des facteurs externes favorables, comme la réputation positive du Canada, des frais de scolarité concurrentiels, et la réputation de pays compétiteurs, ont également contribué à ce résultat positif. L'évaluation a révélé que le secteur de l'éducation est l'un des plus importants du Service des délégués commerciaux, atteignant 18,7 milliards de dollars en 2017, et qu'il appuie un large éventail de priorités d'AMC et du GC, tout en favorisant la cohérence entre les secteurs d'activité. Le Canada a obtenu ce succès même s'il a moins investi que ses principaux concurrents dans la promotion de l'éducation internationale, et en particulier dans les activités de promotion numérique.

Les efforts de marketing déployés par le Ministère pour mieux faire connaître le Canada comme destination d'études ont été efficaces. Les missions à l'étranger ont recours à une vaste gamme d'outils de marketing et de promotion pour promouvoir le secteur canadien de l'éducation. Malgré l'importance croissante du Web et des médias sociaux, la participation à des salons et à des événements en personne demeure une activité importante dans la plupart des marchés. Les étudiants étrangers au Canada sont de solides candidats à l'immigration et peuvent constituer un groupe important pour combler les besoins démographiques et ceux du marché du travail du Canada. À cette fin, une promotion et un marketing plus ciblés seraient plus efficaces pour harmoniser le recrutement des étudiants avec les besoins du marché du travail et les besoins démographiques du Canada.

Bien que les origines géographiques des étudiants étrangers du Canada se soient légèrement diversifiées au cours de la période de référence de l'évaluation, la Chine et l'Inde demeurent les deux marchés les plus importants pour le Canada et le resteront dans un avenir prévisible. Bien que cette concentration d'étudiants étrangers de ces deux marchés soit conforme aux tendances mondiales, le secteur canadien de l'éducation demeure vulnérable aux événements qui pourraient nuire aux relations bilatérales de Canada avec ces deux pays. Le nombre d'étudiants étrangers qui viennent au Canada a augmenté, tout comme le nombre d'anciens étudiants provenant d'établissements canadiens dans la plupart des marchés. La mobilisation régulière des anciens étudiants est une activité importante pour aider le Canada à récolter les bénéfices à moyen et à long terme de l'accueil des étudiants étrangers.

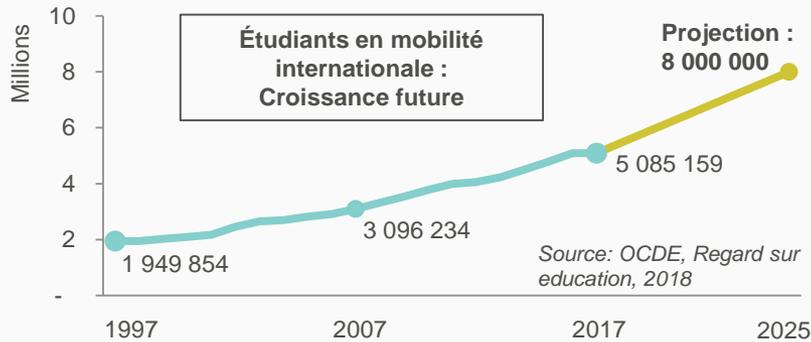
La Direction de l'éducation internationale a établi de solides relations de travail avec les intervenants provinciaux et territoriaux et les consulte régulièrement. La coordination des efforts d'éducation internationale entre AMC et les autres ministères fédéraux s'est améliorée au cours des dernières années. Toutefois, une clarification des rôles et des responsabilités des divers intervenants améliorerait l'efficacité globale de la SEI. La mobilité des étudiants canadiens à l'étranger est importante pour aider les jeunes Canadiens à acquérir les compétences, l'expérience et les réseaux nécessaires pour le marché du travail du XXI^e siècle. Bien que la SEI comprenne ces éléments, ce rôle n'est pas conforme au mandat du SDC.

Résumé des recommandations

1. Le Canada a besoin d'une stratégie numérique complète pour demeurer concurrentiel, être plus ciblé et mieux harmoniser le recrutement et l'établissement de partenariats avec les besoins du marché du travail et de l'immigration du Canada.
2. Adapter l'outil d'établissement des priorités des marchés pour tenir compte de la nature évolutive de la mobilité des étudiants étrangers et permettre une plus grande souplesse dans l'affectation des ressources pour appuyer la diversification.
3. Poursuivre les efforts visant à accroître la cohérence avec les intervenants du GC en matière d'éducation internationale.
4. Élaborer une stratégie globale pour les anciens étudiants.
5. Adapter la stratégie actuelle de mesure du rendement pour qu'elle reflète les résultats plus généraux de l'éducation internationale.

Contexte : Éducation internationale

Le secteur de l'éducation internationale s'est considérablement développé au cours des dernières décennies et devrait continuer à croître dans les années à venir. Pour les pays et les établissements d'accueil, les étudiants étrangers représentent une source importante de revenus et de capital humain.



Les étudiants choisissent d'étudier à l'étranger, s'inscrivant dans des programmes à court ou à long terme, pour diverses raisons. En voici quelques-unes :

- Proximité (distance géographique, langue, liens historiques ou politiques)
- Perception d'une meilleure qualité de l'éducation ailleurs et classement des universités
- Facteurs économiques (coût abordable de l'éducation, perspectives d'emploi futur)

Les étudiants ont également de plus en plus tendance à choisir des pays et des établissements d'enseignement qui accordent la priorité à l'expérience de l'étudiant autant qu'à la qualité de l'enseignement dispensé.

La Chine et l'Inde constituent actuellement la plus importante source d'étudiants étrangers dans le monde, principalement en raison de la taille importante de leur population et de la croissance des classes moyennes. On s'attend à ce que cette tendance se poursuive et soit complétée par un nombre croissant d'étudiants des économies émergentes, ce qui modifiera la composition du profil des étudiants étrangers en termes de

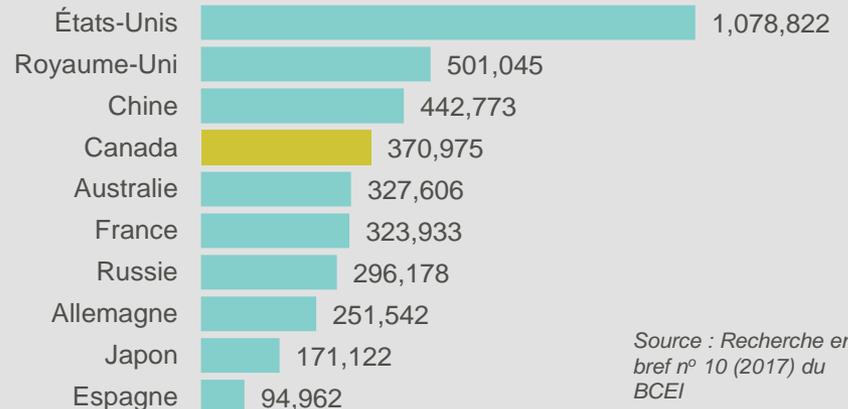
lieu d'origine géographique. Cela est dû à de nombreux facteurs, notamment la baisse des taux de fécondité dans le monde, l'augmentation de l'espérance de vie, le vieillissement général de la population dans les pays d'origine traditionnels et la croissance de la population jeune dans les économies émergentes, en particulier en Afrique.

Bien que les États-Unis devraient rester le premier pays de destination des étudiants en raison de la taille et de la réputation de leur système d'éducation, d'autres destinations sont de plus en plus populaires, comme l'Australie et le Canada. De nombreux pays d'origine traditionnels renforcent également la capacité et la qualité de leurs propres systèmes d'éducation. Les universités de Chine, du Japon et de Singapour comptent maintenant parmi les meilleures universités du monde et attirent leurs propres étudiants étrangers. Cela devrait entraîner un changement dans les principaux pays de destination, mais aussi dans le nombre d'étudiants qui choisissent de rester dans leur pays d'origine plutôt que de partir à l'étranger.

Éducation internationale au Canada

Entre 2014 et 2017, le Canada a connu une augmentation de 34 % du nombre d'étudiants étrangers et, en 2017, a dépassé l'Australie et la France pour devenir la 4^e destination en importance pour l'éducation internationale.

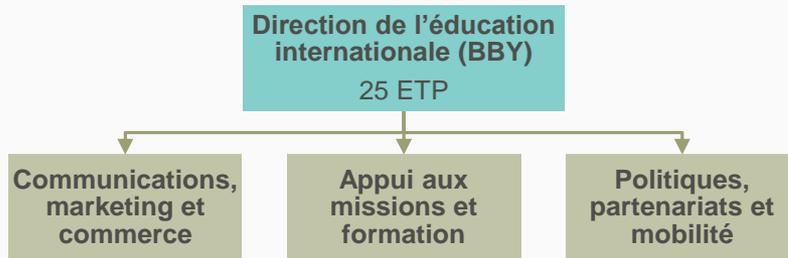
Principales destinations mondiales pour les études supérieures (2017)



Source : Recherche en bref n° 10 (2017) du BCEI

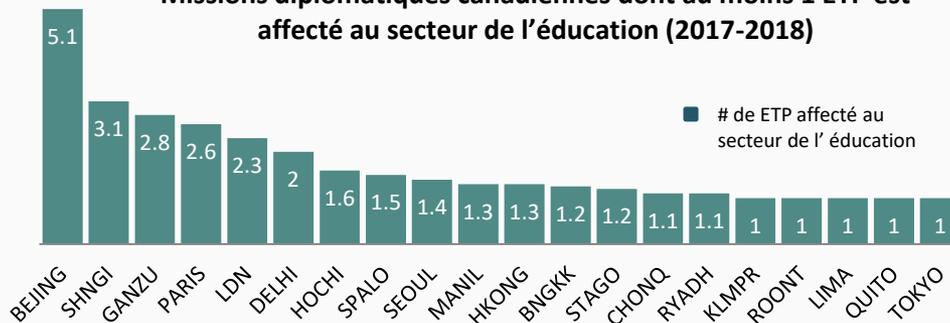
Ressources du programme

La Direction de l'éducation internationale (BBY) est chargée de promouvoir le Canada comme destination de choix pour les études et la recherche, ainsi qu'à titre de partenaire de l'éducation auprès des publics internationaux. Elle coordonne aussi les efforts de promotion de l'éducation que les ambassades et les consulats canadiens déploient à l'étranger. BBY gère également le Programme de bourses internationales (PBI) qui coordonne la promotion et l'octroi de bourses d'études aux candidats étrangers qui étudient au Canada ainsi qu'aux Canadiens qui souhaitent étudier à l'étranger. BBY dirige, au nom d'AMC, les relations fédérales avec les provinces et les territoires du Canada, les gouvernements étrangers, les établissements d'enseignement, les associations du milieu de l'éducation, les organisations multilatérales et d'autres ministères du gouvernement fédéral en ce qui concerne l'engagement en matière d'éducation internationale. BBY est composée de trois fonctions principales, dont les équipes supervisent la coordination de ces tâches.



Outre l'unité de BBY à l'AC d'AMC, la SEI est soutenue par le Service des délégués commerciaux du Canada dans des missions à l'étranger. On estime qu'en 2017-2018, 74,2 ETP soutenaient le secteur de l'éducation dans plus de 120 missions à l'étranger.

Missions diplomatiques canadiennes dont au moins 1 ETP est affecté au secteur de l'éducation (2017-2018)

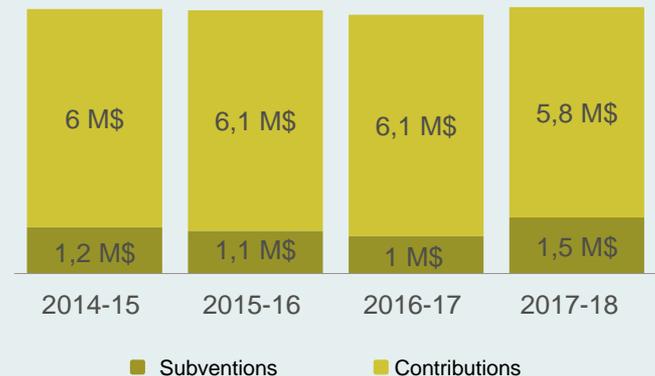


Ressources financières

La présentation au Conseil du Trésor de la SEI prévoyait un budget de **5 millions de dollars par année (sur une base continue)** pour promouvoir le Canada comme destination de choix pour les études et la recherche. Ces fonds comprennent les ressources nécessaires pour de nouveaux postes à l'AC et dans les missions à l'étranger et pour rehausser les efforts de marketing.

La SEI est soutenue par le Programme de bourses internationales (PBI). Le PBI est un programme de paiements de transfert qui relève du ministre des Affaires étrangères et qui comprend à la fois des subventions et des contributions pour l'éducation internationale. Les bourses d'études sont accordées aux récipiendaires admissibles dans le cadre de divers programmes fédéraux de bourses d'études, y compris les établissements d'enseignement et les étudiants.

Subventions et contributions à l'appui des relations académiques (de 2014-2015 à 2017-2018)



Portée de l'évaluation

La présente évaluation fournit à la haute direction du Ministère une évaluation neutre et fondée sur des données probantes de la Stratégie en matière d'éducation internationale, y compris le Programme de bourses internationales. La présente évaluation met l'accent sur le rendement du Programme et l'atteinte des résultats, l'harmonisation et la cohérence du Programme avec les autres priorités du Ministère et du gouvernement du Canada, et la pertinence du Programme par rapport au secteur de l'éducation internationale et aux priorités du Ministère et du GC.

La période de référence pour l'évaluation va de 2014-2015 à 2017-2018, couvrant la période écoulée depuis la mise en œuvre de la SEI. Il s'agit d'une évaluation à mi-parcours du Programme, étant donné que la période visée par la SEI s'étend jusqu'en 2022, ce qui permet d'apporter des ajustements au Programme si nécessaire.

La présente évaluation est une évaluation obligatoire, prévue dans la présentation au Conseil du Trésor et exigée dans le cadre du plan quinquennal du Ministère. Elle a été réalisée conformément à la *Politique sur les résultats* de 2016 du Conseil du Trésor (CT).

Questions d'évaluation

L'évaluation a été guidée par 12 questions clés, regroupées sous les thèmes de la pertinence, du rendement et de la gouvernance. L'accent a été mis en grande partie sur le rendement du Programme, et huit des douze questions étaient axées sur cet élément.

PERTINENCE

1. La SEI cible-t-elle les marchés qui présentent le plus haut potentiel de croissance pour le Canada?
2. La stratégie du Canada répond-elle aux tendances observées dans la mobilité des étudiants étrangers?
3. La SEI tient-elle compte des nouvelles priorités du GC, comme le Programme d'aide internationale féministe, le Programme ACS+, le Programme des jeunes du GC, le Programme commercial progressif, le programme d'investissement, la Stratégie de croissance pour l'Atlantique, la Stratégie en matière de compétences, la Stratégie du ministère sur la culture et la diplomatie publique?

RENDEMENT

4. La SEI a-t-elle contribué à la hausse du nombre des inscriptions d'étudiants étrangers au Canada?
5. Dans quelle mesure le SDC a-t-il contribué à la progression de la SEI?
6. La SEI a-t-elle contribué à la hausse du nombre d'étudiants étrangers restant au Canada une fois leur diplôme d'études postsecondaires obtenu?
7. La Direction de l'éducation internationale communique-t-elle efficacement avec les intervenants internes et externes clés?
8. Les activités de marketing de la SEI ont-elles contribué à mieux faire connaître le Canada en tant que destination pour les études et la recherche dans les marchés cibles?
9. Dans quelle mesure l'utilisation des ressources de la SEI et du PBI a-t-elle été efficace?
10. Des contraintes opérationnelles ont-elles affecté la capacité des programmes à réaliser les objectifs énoncés et les résultats escomptés?
11. Dans quelle mesure l'efficacité et les résultats attendus de la SEI sont-ils comparables à ceux des stratégies similaires d'autres exportateurs de services d'éducation?

GOUVERNANCE

12. Les mécanismes de gouvernance actuels permettent-ils d'exécuter efficacement et effectivement la SEI?

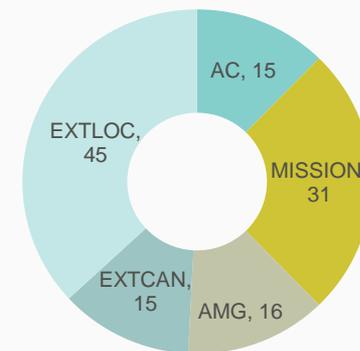
Méthodologie

L'évaluation a fait appel à des méthodes mixtes qui consistaient en des données quantitatives et qualitatives pour répondre aux questions de l'évaluation et améliorer la fiabilité des résultats. Les données ont été recueillies de mai à octobre 2018.

Entrevues avec les Intervenants clés (n=122)



Des entrevues semi-structurées ont été menées en personne et par téléphone avec des intervenants clés à l'AC d'AMC (AC) et dans des missions à l'étranger (MISSION), d'autres ministères des gouvernements fédéraux et provinciaux pertinents (AMG) et des intervenants externes canadiens et locaux (EXTCAN et EXTLOC), notamment des établissements d'enseignement de tous les niveaux, du primaire au postsecondaire, des bénéficiaires du Programme et des représentants d'associations du milieu de l'éducation. Un total de 122 entrevues ont été réalisées dans le cadre de l'évaluation. Quatre protocoles d'entrevue normalisés ont été élaborés pour assurer la pertinence des questions pour différents groupes d'intervenants.



Enquête en ligne auprès du personnel de mission (n=60)



L'équipe d'évaluation a mis au point une enquête électronique (en ligne) et a demandé aux responsables et aux gestionnaires de l'éducation dans 93 missions à l'étranger de répondre aux questions, à raison d'une enquête par mission. Quelque 60 réponses de missions individuelles ont été recueillies sur une période de trois semaines, ce qui correspond à un taux de réponse de 65 %. Les répondants avaient diverses années d'expérience de travail dans le secteur de l'éducation dans les missions à l'étranger, et les réponses reçues sont venues d'une bonne représentation géographique.

Les questions de l'enquête ont été présentées sous diverses formes, notamment sous forme de choix multiples, de classement et de texte ouvert, offrant un mélange de réponses qualitatives et quantitatives. Les questions portaient sur des thèmes tels que l'intérêt des étudiants étrangers à étudier au Canada, les stratégies de promotion et de marketing utilisées par la mission, la pertinence et l'efficacité d'outils tels que le site Web ÉduCanada.ca et TRIO, le soutien reçu de BBY, les bourses d'études et la cohérence avec les autres secteurs et priorités du Ministère.

Examen des données



Diverses sources de données ont été consultées et examinées pour évaluer le rendement du Programme et déterminer les tendances de la mobilité des étudiants étrangers. Des outils de rapport ministériels, comme TRIO et Strategia, ont été utilisés pour évaluer le rendement du SDC dans la prestation des résultats en matière d'éducation dans les missions à l'étranger. Les données sur les permis d'études et la résidence permanente d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) ont été utilisées pour analyser les tendances de la mobilité des étudiants étrangers au Canada et pour évaluer les résultats de la SEI. D'autres statistiques et bases de données de l'OCDE, du Project Atlas de l'Institute of International Education (IIE), de l'UNESCO et de Statistique Canada ont fourni des renseignements sur les étudiants étrangers au Canada, notamment des données ventilées par sexe et sur la mobilité des étudiants étrangers. Ces ensembles de données ont été utilisés pour déterminer les tendances nationales et mondiales en matière d'éducation.

Méthodologie (suite)

Analyse documentaire et revue de littérature



L'équipe d'évaluation a procédé à un examen exhaustif de la documentation fournie par l'équipe du Programme, y compris les documents financiers, les statistiques, la correspondance, les rapports et autres dossiers pertinents. Nous avons consulté de la littérature didactique et de la littérature grise, y compris des rapports sur l'éducation au Canada et à l'étranger, des stratégies et de la documentation sur l'éducation internationale des concurrents, ainsi que des articles tirés de nouvelles et de sources évaluées par des pairs, pour analyser les tendances de la mobilité des étudiants étrangers et situer le rendement du Canada dans le secteur de l'éducation mondiale.

Analyses du Web et des médias sociaux



L'équipe d'évaluation a examiné et analysé diverses statistiques provenant du Web et des médias sociaux. BBY a fourni des statistiques sur l'achalandage de cinq sites Web canadiens d'éducation internationale pour la période de 2010-2017, ainsi que des statistiques sur la présence sur les médias sociaux pour la période de 2014-2017. Ces sources ont été consultées pour évaluer la présence en ligne du Canada dans le domaine de l'éducation internationale.

Visites sur place (n=13)



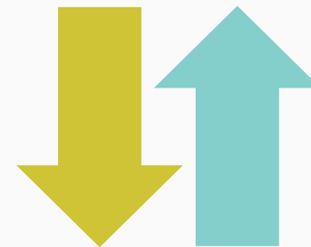
Des visites sur place dans les missions et les pays prioritaires ont été effectuées dans le cadre de trois voyages distincts en Amérique latine, en Asie et en Europe. Des entrevues secondaires ont également été menées en Afrique par des membres de l'équipe de de la PRE qui étaient sur place lors d'une visite pour une autre évaluation. Un mélange d'entrevues en personne et d'entrevues téléphoniques a été mené à chaque site avec des intervenants clés des missions canadiennes, des organismes d'éducation locaux et des bénéficiaires du Programme.

- Amérique latine
 - Brésil
 - Panama
 - Pérou
 - Colombie
- Europe
 - Royaume-Uni
 - France
- Afrique
 - Afrique du Sud
 - Mozambique
 - Ghana
- Asie
 - Chine
 - Inde
 - Indonésie
 - Singapour



Limites et stratégies d'atténuation

Dans le cadre de cette évaluation, nous avons consulté une grande variété de sources de données, tant qualitatives que quantitatives. Comme le secteur de l'éducation est relativement vaste et ouvert sur le plan international, l'équipe d'évaluation avait facilement accès à une mine de données de sources ouvertes. Cela a permis une triangulation importante des données dans un ensemble de données relativement complet, ce qui a permis d'améliorer l'exactitude des résultats. L'équipe d'évaluation entretenait également de bonnes relations de travail avec l'équipe du Programme, avec une communication ouverte et volontaire, ce qui a facilité le processus de recherche de documents clés et de renseignements pertinents.



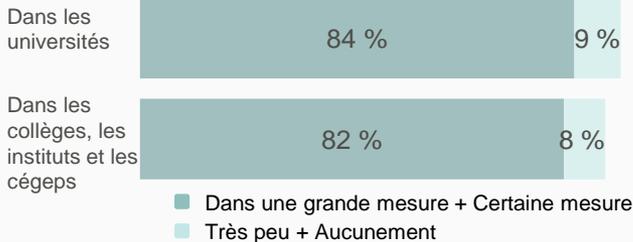
Limites	Stratégies d'atténuation
<p>Disponibilité des données : TRIO a été mis en œuvre pour les rapports du secteur de l'éducation en 2013, et nous avons pu constater une courbe d'apprentissage dans la présentation des résultats du secteur de l'éducation dans cet outil. Par conséquent, la plupart des données des premières années d'utilisation sont inexactes – les données TRIO valides pour le secteur de l'éducation commencent au cours de l'exercice 2015-2016.</p>	<p>Pour compenser le manque de données complètement exactes au cours de la première année de mise en œuvre de la SEI, l'équipe d'évaluation a utilisé les données de base de la SEI comme point de départ pour les données de TRIO et s'est également appuyée sur d'autres sources clés pour combler les lacunes et trianguler les données aux fins des conclusions.</p>
<p>Disponibilité des intervenants : La phase de collecte des données de l'évaluation s'est déroulée principalement au cours des mois d'été. De nombreux intervenants clés étaient donc en vacances et n'étaient pas disponibles pour des entrevues. La fin de l'été est également une période de rotation à AMC, et de nombreux intervenants étaient en transition vers de nouveaux postes à ce moment-là. Cela signifie que certains intervenants n'avaient pas suffisamment de temps ou d'expérience sur un marché ou un poste particulier pour formuler suffisamment d'observations, ou il n'a pas été possible de vraiment communiquer avec eux.</p>	<p>Les entrevues ont été planifiées de manière à tenir compte le plus possible des vacances, et les intervenants clés se sont vu offrir d'autres heures d'entrevue afin de s'assurer que l'équipe d'évaluation rencontre un large éventail d'intervenants. Pour les intervenants en cours de rotation, l'équipe d'évaluation a communiqué avec le plus grand nombre possible d'employés et a communiqué avec d'autres personnes-ressources, le cas échéant. Nous avons communiqué avec toutes les missions pour qu'elles répondent à l'enquête afin d'inclure un éventail aussi large que possible de réponses.</p>
<p>Cohérence des données : Les données quantitatives sur le volume de la mobilité des étudiants étrangers étaient quelque peu incohérentes d'une source à l'autre, en particulier quant au nombre total d'étudiants au Canada en 2017 et 2018. Cela a posé des problèmes de qualité et d'uniformité des données pour l'équipe d'évaluation.</p>	<p>Les sources de données et les chiffres ont été comparés afin de déterminer les données exactes dans la mesure du possible, et lorsqu'il y avait des problèmes d'incohérence, les chiffres les plus courants ont été utilisés. L'équipe s'est également fondée principalement sur des données canadiennes pour le nombre d'étudiants canadiens plutôt que sur des sources étrangères dénombant les étudiants internationaux. Enfin, les données ont été triangulées avec d'autres sources pour assurer la cohérence et l'exactitude.</p>
<p>Attribution des résultats : Une multitude de facteurs influencent la mobilité des étudiants étrangers. Dans ce contexte, il est difficile de mesurer les répercussions que les activités liées à la SEI ont eu sur le succès du Canada à attirer des étudiants étrangers.</p>	<p>L'évaluation a dû s'appuyer sur les perceptions qualitatives des intervenants quant aux répercussions du programme sur les marchés locaux. Au moyen d'entrevues et de l'enquête, l'équipe d'évaluation a sollicité l'opinion des intervenants sur l'incidence de la SEI sur l'intérêt d'étudier au Canada dans un marché local.</p>

Constatation n° 1 : La Stratégie en matière d'éducation internationale a contribué à ce que le Canada atteigne cinq ans plus tôt que prévu son objectif d'attirer 450 000 étudiants étrangers

Le marché international de l'éducation s'est considérablement développé au cours des dernières décennies, le nombre d'étudiants étrangers mobiles ayant presque quadruplé depuis 1990 pour atteindre environ cinq millions en 2017.

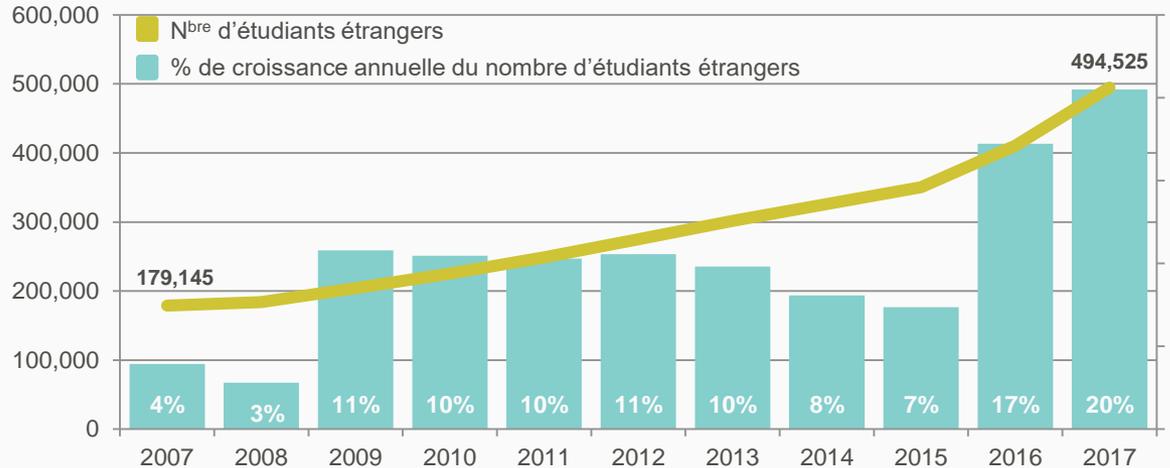
Au Canada, le nombre d'étudiants étrangers a augmenté considérablement au cours des dix dernières années, et la croissance s'est accélérée depuis le début de la mise en œuvre de la SEI. Bien qu'elle ait été lancée en janvier 2014, la mise en œuvre de la SEI a débuté au cours de l'exercice 2014-2015. Au cours des exercices suivants, la croissance a atteint 17 % (2016) et 20 % (2017), permettant ainsi au Canada de dépasser son objectif d'attirer 450 000 étudiants étrangers d'ici 2022.

Enquêtes : Dans quelle mesure la SEI a-t-elle contribué à accroître l'intérêt pour étudier au Canada?



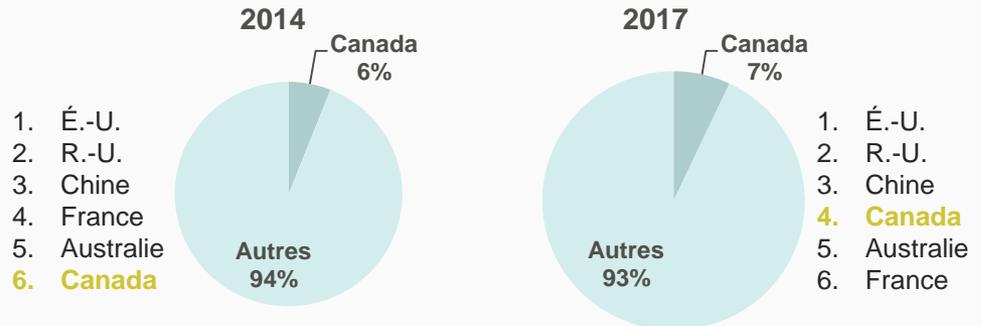
Bien qu'il soit difficile de mesurer avec certitude l'incidence nette de la SEI sur l'augmentation du nombre d'étudiants étrangers au Canada, les intervenants du secteur de l'éducation d'AMC dans les missions à l'étranger sont convaincus que la Stratégie a contribué à accroître l'intérêt pour les études postsecondaires au Canada.

2007-2017 : Croissance des permis d'études (IRCC)



Part du Canada sur le marché de l'éducation internationale

La croissance que le Canada a connue s'est reflétée dans sa part du marché mondial de l'éducation. Selon une étude de l'*Institute of International Education* (IIE), la part canadienne du marché international de l'éducation, définie par la proportion d'étudiants étrangers qu'il accueille, est passée de 6 % au début de la SEI en 2014 à 7 % en 2017. Selon les données de la SEI, cela fait du Canada la 4^e destination en importance pour les étudiants étrangers, surpassant ses concurrents comme l'Australie et la France.

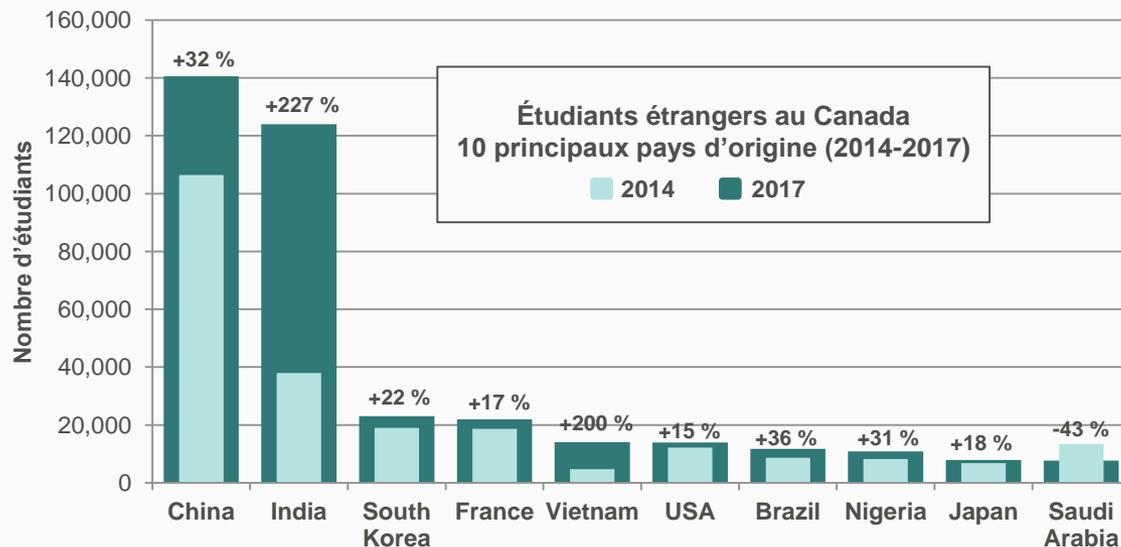


Constatation n° 1.A : Les origines géographiques de l'augmentation du nombre d'étudiants étrangers au Canada se sont légèrement diversifiées au cours de la période de référence de l'évaluation. Toutefois, le Canada compte toujours sur deux grands marchés pour la majorité des étudiants étrangers, ce qui reflète les tendances mondiales.

Entre 2014 et 2017, la population étudiante étrangère du Canada s'est légèrement diversifiée, bien que les deux principales sources d'étudiants étrangers, la Chine et l'Inde, continuent de dominer le marché. Cela reflète les tendances mondiales, où la Chine* et l'Inde demeurent les plus grands pays d'envoi d'étudiants étrangers dans le monde. Au cours de la période de référence de l'évaluation, l'Inde* (227 %), le Vietnam* (200 %), les Philippines* (120 %) et la Turquie (102 %) étaient les pays d'origine dont le taux de croissance était le plus élevé au Canada. Toutefois, pour ce qui est du nombre absolu d'étudiants, les pays d'origine ayant connu la plus forte croissance sont l'Inde (86 015), la Chine (34 075), le Vietnam (9 400) et la Corée du Sud (4 090). Parmi les 20 premiers pays d'origine du Canada, seul le nombre d'étudiants d'Arabie saoudite a diminué entre 2014 et 2017.

En 2017, les 20 premiers pays d'origine représentaient 85 % de tous les étudiants étrangers au Canada, dont 53 % étaient des étudiants chinois et indiens. La proportion d'étudiants chinois et indiens était de 44 % en 2014, ce qui témoigne d'une dépendance croissante à l'égard de ces deux marchés clés. Toutefois, si l'on exclut la Chine et l'Inde de ce décompte, les 18 pays d'origine restants représentent 32 % de la population étudiante internationale en 2017, contre 39 % en 2014. Cela donne à penser que les origines géographiques des étudiants autres que les deux premières se sont diversifiées au cours de la période de référence; un plus grand nombre d'étudiants ont choisi d'étudier au Canada à l'extérieur des pays d'origine habituels, y compris de davantage de marchés émergents.

* La Chine, l'Inde, le Vietnam et les Philippines ont bénéficié d'un programme spécial d'IRCC appelé Volet direct pour les études pour faciliter l'approbation des permis d'études.



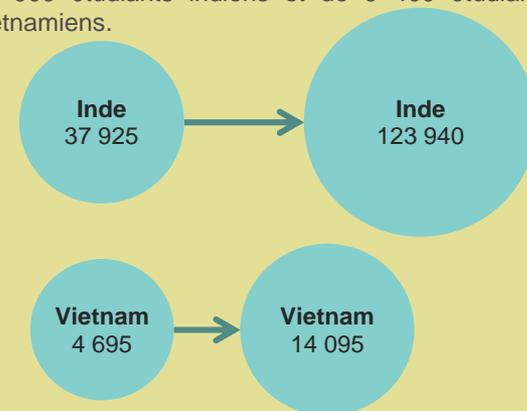
Direction de l'évaluation de la diplomatie, du commerce et des affaires corporatives (PRE) – Décembre 2018

Comparativement aux principaux pays d'origine des étudiants étrangers aux États-Unis, les principaux pays d'origine du Canada sont relativement semblables. Toutefois, le Canada a connu une croissance plus rapide du nombre d'étudiants provenant de marchés émergents comme la Corée du Sud, le Vietnam et le Nigeria. En général, les dix premiers pays d'origine des étudiants au Canada témoignent des tendances mondiales et nord-américaines dans les principaux pays d'origine.

La croissance mondiale future des étudiants étrangers devrait continuer à provenir de la Chine et de l'Inde, les deux marchés les plus importants, suivis de l'Allemagne, de la Corée du Sud, de l'Arabie saoudite, du Nigeria, du Népal et du Pakistan.

Pays d'origine connaissant la croissance la plus rapide

Entre 2014 et 2017, les pays d'origine dont la croissance a été la plus rapide ont été l'Inde et le Vietnam avec des taux de croissance respectifs de 227 % et 200 %. Cela représentait un ajout de 86 000 étudiants indiens et de 9 400 étudiants vietnamiens.



Constatation n° 1.B : D'autres facteurs ont été très favorables à l'attrait du Canada comme destination d'études

Au-delà des efforts et des activités de promotion de l'éducation au Canada par l'entremise de la SEI, plusieurs autres facteurs ont contribué à accroître le nombre d'étudiants étrangers au Canada. Selon les résultats de l'enquête et des entrevues, les trois principales raisons d'un intérêt accru pour les études au Canada sont les suivantes :



Réputation du Canada

Selon les répondants, la réputation positive du Canada est l'une des principales raisons pour lesquelles les étudiants choisissent le Canada comme destination d'études. Le Canada est perçu comme un pays sûr, stable, propre, accueillant et doté d'un système d'éducation de grande qualité. Une grande majorité des répondants (88 %) a déclaré que la réputation positive du Canada, au sens large, a contribué à accroître l'intérêt pour les études au Canada.

Selon le *Country Reprtrak report* du Reputation Institute, qui mesure la réputation mondiale des 55 plus grandes économies du monde, le Canada se classe au premier rang en 2017 et se classe premier ou deuxième chaque année depuis 2012. Bien que les cotes de classement du Canada soient demeurées relativement stables au cours de la période de référence, ses concurrents ont vu leur classement chuter, en particulier les États-Unis et le Royaume-Uni, ce qui montre que la réputation du Canada y est pour quelque chose. Cette perception favorable, combinée aux possibilités d'emploi pour les étudiants, d'emploi après les études et de résidence permanente, fait de ce pays l'une des destinations les plus attrayantes pour les étudiants étrangers.



En 2018, le Canada comptait :

- ✓ 4 universités classées parmi les 100 meilleures au monde
- ✓ 16 universités classées parmi les 400 meilleures au monde

Source : Moyenne des trois principaux classements des universités (THE, QS et Shanghai)

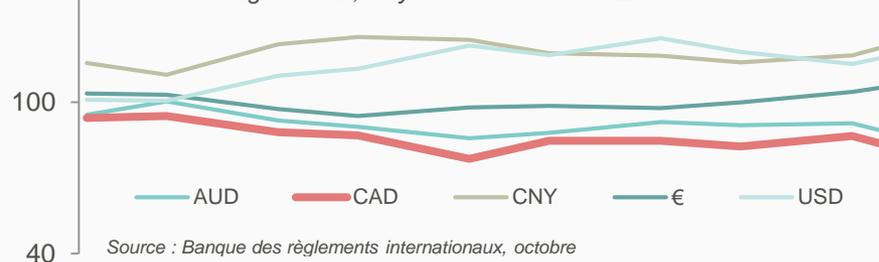


Le coût des études au Canada

Selon 62 % des répondants, le coût des études a contribué à accroître l'intérêt pour les études au Canada. Bien que les frais de scolarité des étudiants étrangers aient augmenté au cours de la période de référence dans tous les marchés de langue anglaise, les frais de scolarité du Canada sont demeurés inférieurs à ceux de ses concurrents. Le dollar canadien a également été plus concurrentiel que les autres grandes monnaies.

Compétitivité de certaines monnaies (2014-2018)

Taux de change effectif; moyennes mensuelles 2010 = 100



Réputation des pays concurrents

60 % des répondants à l'enquête et la majorité des répondants à l'entrevue ont déclaré que la détérioration perçue de la situation économique et sociopolitique dans les pays concurrents a contribué à accroître l'intérêt à étudier au Canada. Selon ces répondants, l'élection présidentielle américaine de 2016 et le référendum sur le Brexit de 2016 ont été les deux événements les plus importants qui ont eu une incidence sur la mobilité des étudiants étrangers vers les pays anglophones.

En mars 2018, 0,5 % de visas étudiants de moins ont été délivrés aux États-Unis qu'au cours des 12 mois précédents. Bien que ce pourcentage soit faible, il s'agit de la première baisse depuis la récession de 2008. Les données pour le Royaume-Uni n'ont pas montré de réduction des inscriptions d'étudiants étrangers post-Brexit, mais des enquêtes récentes menées auprès d'étudiants étrangers potentiels envisageant d'étudier au Royaume-Uni tendent à montrer du pessimisme quant aux études au Royaume-Uni et une plus grande probabilité de choisir une autre destination en raison de l'incertitude entourant le Brexit.

Constatation n° 1.C : Le secteur de l'éducation est devenu l'un des secteurs les plus importants du SDC.

Avantages économiques du secteur de l'éducation pour le Canada

Tous les deux ou trois ans, Affaires mondiales Canada demande à la firme d'experts-conseils Roslyn-Kunin and Associates (RKA) de mesurer l'incidence économique directe et indirecte des dépenses des étudiants étrangers sur l'économie canadienne. Les dépenses des étudiants étrangers comprennent les frais de scolarité, les frais de subsistance, les dépenses discrétionnaires et d'autres catégories. Ce chiffre est utilisé pour comparer la valeur des exportations du secteur de l'éducation avec celle d'autres secteurs commerciaux. RKA a produit ce type d'études économétriques pour le Ministère en 2009, 2012, 2016 et 2017. Selon ces études, les dépenses annuelles estimatives des étudiants étrangers au Canada ont presque triplé depuis 2008 et ont augmenté de 39 % depuis le début de la SEI. Si l'on compare les dépenses annuelles des étudiants étrangers au Canada à celles d'autres secteurs commerciaux, le secteur de l'éducation serait le deuxième secteur de services le plus lucratif du Canada (après les voyages personnels) et représenterait près de 17 % des exportations de services. Comparativement à une exportation de marchandises, les exportations du secteur de l'éducation sont plus élevées que les exportations de *bois et d'articles en bois* (18,3 milliards de dollars canadiens) et d'*aluminium et d'articles en aluminium* (12,7 milliards de dollars canadiens) en 2017.

L'éducation en tant que secteur commercial

Pour toutes les mesures TRIO traditionnelles, le secteur de l'éducation est l'un des secteurs commerciaux les plus importants pour le SDC. Pour l'exercice 2017-2018, sur environ 24 secteurs commerciaux, le secteur de l'éducation s'est classé parmi les cinq premiers pour la plupart des catégories d'indicateurs clés de rendement (IRC). Depuis le début de la mise en œuvre de la SEI en 2014, il y a eu une augmentation constante dans la plupart des catégories d'IRC, y compris les services et les succès.

Estimation des dépenses annuelles des étudiants étrangers au Canada (2008-2017)

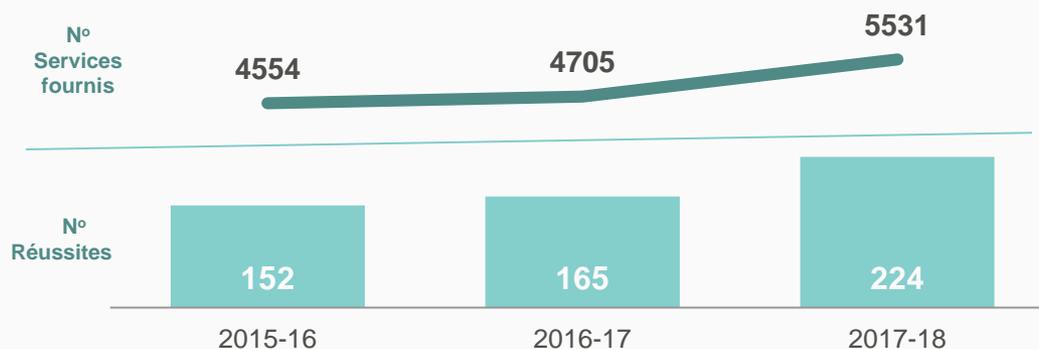
En milliards de dollars canadiens



En 2017-2018, le secteur de l'éducation figurait :

- ✓ au 2^e rang pour les services fournis
- ✓ au 2^e rang pour la satisfaction de la clientèle (94 %)
- ✓ au 3^e rang dans les occasions recherchées
- ✓ au 4^e rang dans les résultats économiques facilités

IRC du secteur de l'éducation sélectionnés : (2015-2016 – 2017-2018)



Constatation n° 1.D : Le secteur de l'éducation contribue à l'atteinte de résultats en vue d'atteindre d'autres objectifs ministériels et d'autres priorités du gouvernement du Canada

Le secteur de l'éducation est perçu par divers groupes d'intervenants clés comme un catalyseur de l'atteinte de résultats dans d'autres secteurs du Ministère et, de façon plus générale, dans d'autres priorités du gouvernement du Canada.

Objectifs d'AMC

La majorité des intervenants ont déclaré que le secteur de l'éducation contribuait à l'obtention de résultats dans le cadre de la responsabilité fondamentale de plaider international et de diplomatie d'AMC. Les expériences positives d'études au Canada vécues par des personnes ou des membres de leur famille ont eu une influence profonde et durable et ont prédisposé les contacts locaux à parler en bien du Canada dans leur communauté et à avoir des interactions constructives avec les fonctionnaires et les citoyens canadiens. L'éducation est également considérée comme un facteur de réussite dans d'autres secteurs commerciaux. Les anciens étudiants des établissements canadiens étaient plus susceptibles de se tourner vers le marché canadien pour trouver des biens ou des services et de tenir compte du Canada dans leurs décisions d'investissement. Tant dans l'enquête que dans les entrevues, il est clairement démontré que le secteur de l'éducation a généré des pistes pour d'autres secteurs commerciaux tels que les TIC, les sciences de la vie, les industries extractives et le tourisme.

Priorités du gouvernement du Canada

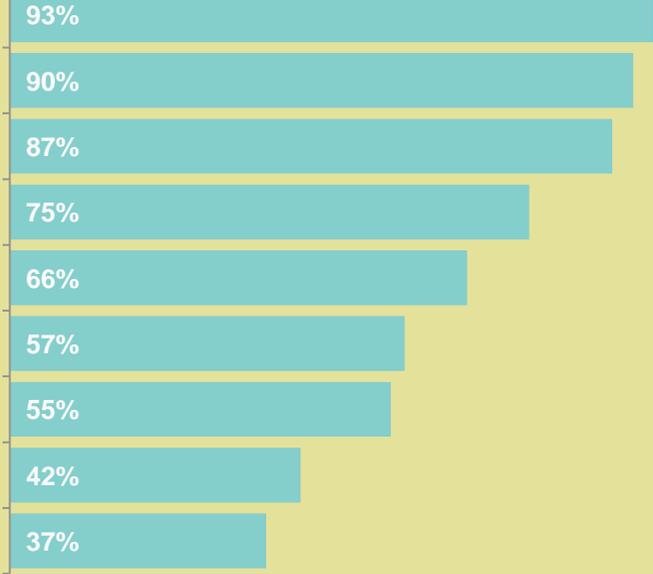
Le secteur de l'éducation est également largement perçu comme soutenant d'autres priorités gouvernementales telles que l'immigration et le Programme pour l'innovation et les compétences. Les étudiants étrangers contribuent à combler les écarts sur le marché du travail et les écarts démographiques dans les provinces qui connaissent un déclin démographique (p. ex., le Canada atlantique). Les étudiants étrangers au Canada ont été une source clé d'immigration qualifiée grâce aux programmes de désignation provinciaux et à d'autres programmes d'immigration accélérée, comme le Programme pilote d'immigration au Canada atlantique. Les données d'IRCC sur le cheminement des étudiants étrangers vers la résidence permanente au Canada sont claires : **en 2017, 18 730 anciens titulaires d'un Permis de travail post-diplôme (PTPD) ont obtenu la résidence permanente, une augmentation de 83 % par rapport à 2015.**

De plus, comme les étudiants étrangers sont surreprésentés dans les programmes d'études supérieures au Canada, ils jouent un rôle important dans la recherche et l'innovation dans les établissements canadiens. Selon le BCEI, jusqu'à 55 % des étudiants étrangers étaient inscrits à des programmes de deuxième cycle en 2017-2018.

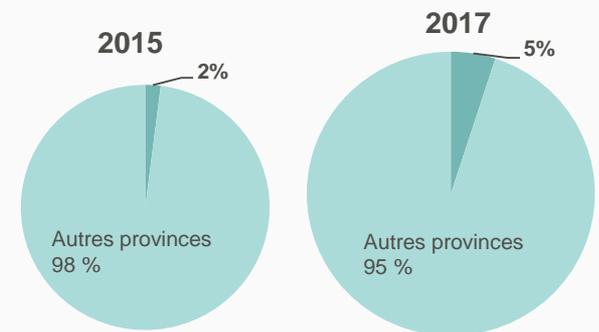
Enquêtes : Dans quelle mesure le secteur de l'éducation soutient-il les autres priorités d'AMC et du GC?

- Promouvoir les intérêts et les valeurs du Canada
- Établir et maintenir des relations bilatérales constructives
- Renforcer et élargir l'influence mondiale du Canada
- Soutenir le développement des entreprises dans d'autres secteurs commerciaux
- Soutenir la recherche et l'innovation au Canada
- Contribuer à combler certaines lacunes du marché du travail au Canada
- Contribuer à combler certains écarts démographiques dans certaines régions du Canada
- Soutenir un investissement étranger direct vers le Canada
- Soutenir la réduction de la pauvreté et les ODD dans ce pays

Dans une grande mesure + Dans une certaine mesure



Part du Canada atlantique des titulaires d'un PTPD ayant obtenu la résidence permanente



Constatation n° 2 : L'éducation internationale peut être un moteur de cohérence entre les différents secteurs d'activité du Ministère

Si les résultats de l'enquête mettent en évidence des liens étroits entre les priorités de l'éducation internationale et celles du commerce et de la diplomatie, les liens avec les objectifs de développement sont moins clairs. Toutefois, l'équipe d'évaluation a relevé des situations où l'éducation internationale a contribué à une plus grande cohérence entre les volets commerce et développement.

Cohérence du secteur de l'éducation et de la diplomatie

Dans presque tous les pays visités par l'équipe d'évaluation, il y avait de forts exemples de cohérence entre le secteur de l'éducation et le Service de la politique étrangère et de la diplomatie (SPED). Par exemple, on a répertorié plusieurs cas d'engagement du SPED dans des universités locales sur les perspectives canadiennes, organisés avec l'aide de l'équipe du secteur de l'éducation. Ces visites conjointes de sensibilisation appuient le recrutement d'étudiants étrangers et permettent de promouvoir les valeurs canadiennes.

Discours du premier ministre à l'Université d'Édimbourg



En juillet 2017, lors de la visite du premier ministre en Écosse, l'équipe du secteur de l'éducation du haut-commissariat de Londres a appuyé l'organisation d'un événement à l'Université d'Édimbourg au cours duquel le premier ministre a reçu un doctorat honorifique et a prononcé un discours devant les diplômés. Le discours du premier ministre a été largement couvert par les médias britanniques et internationaux et a contribué à renforcer et à élargir l'influence mondiale du Canada.

Secteur de l'éducation et cohérence du développement

Une minorité d'intervenants se sont dits préoccupés par les répercussions négatives que les activités de recrutement d'étudiants étrangers pourraient avoir sur les pays où le Canada investit également dans des programmes de développement. L'équipe d'évaluation a trouvé peu de preuves que le secteur de l'éducation contribue à un effet de « fuite des cerveaux ». Seule une faible proportion des étudiants étrangers sont recrutés dans des pays où le Canada fait d'importants investissements en aide internationale (à l'exception de l'Inde et du Vietnam). De plus, il n'y avait pas de données disponibles sur le nombre de ces étudiants qui immigreront au Canada à la fin de leurs études. Une grande partie de la littérature récente sur la mobilité des étudiants étrangers des pays en développement a souligné les avantages de ce phénomène, passant de l'exode des cerveaux à la « circulation des cerveaux ».

Conformément à cette compréhension plus nuancée de la mobilité des étudiants des pays en développement, l'équipe d'évaluation a trouvé plusieurs exemples de cohérence entre le secteur de l'éducation internationale et le développement. Par exemple, à la suite du tsunami de 2004 en Indonésie, il est devenu évident que le manque d'acteurs dans le pays nuisait à la résilience des ménages à faible et moyen revenu face aux catastrophes naturelles. Pour relever ce défi, les équipes du secteur du développement et de l'éducation de l'ambassade du Canada à Jakarta ont collaboré au financement d'une initiative visant à renforcer la capacité des universités indonésiennes en matière de formation en sciences actuarielles. L'ambassade a collaboré avec l'Université de Waterloo pour renforcer la capacité des programmes indonésiens d'actuariat.

Constatation n° 3 : La mobilisation des anciens étudiants permet au Canada de profiter des bénéfices à long terme de l'éducation internationale, mais elle peut être coûteuse et prendre beaucoup de temps.

Les établissements canadiens comptent d'anciens étudiants partout dans le monde. Les anciens étudiants étrangers constituent un groupe d'intervenants clés pour saisir les avantages à long terme des études au Canada. Non seulement les anciens étudiants des établissements canadiens peuvent-ils appuyer le recrutement d'étudiants dans leur pays d'origine, mais ils peuvent aussi devenir des « ambassadeurs » du Canada et servir à promouvoir les intérêts diplomatiques et commerciaux canadiens à l'étranger.

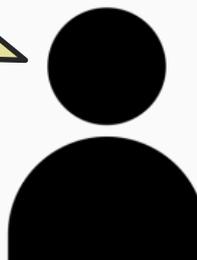
Bien que l'AMC n'ait pas de stratégie officielle de mobilisation des anciens étudiants, la Direction de l'éducation internationale offre une orientation aux délégués commerciaux à l'étranger sur la façon de mobiliser les anciens étudiants locaux et d'en tirer parti. Les missions diplomatiques du Canada à l'étranger sont libres de déterminer le niveau d'effort qu'elles consacrent à la mobilisation des anciens étudiants. Par conséquent, il y a de grandes variations dans le niveau des activités de mobilisation des anciens étudiants dans les différentes missions.

Certaines missions ont déclaré que les anciens étudiants jouent un rôle important dans le cadre des activités de recrutement. Les anciens étudiants peuvent parler de leur expérience au Canada lors de salons, d'événements ou de présentations. De plus, leurs témoignages peuvent être utilisés pour diffusion sur les médias sociaux et le Web.

« Mon expérience positive au Canada, de l'éducation de classe mondiale que j'ai reçue à la société accueillante, pacifique et multiculturelle que j'ai découverte, m'a profondément marqué. »

Je parle régulièrement de mon expérience au Canada, dans ma vie personnelle et professionnelle, et c'est toujours positif. »

– Témoignage d'un bénéficiaire du PFLA



Mobilisation des anciens par les pays concurrents

Le gouvernement de l'Australie a élaboré une stratégie de mobilisation mondiale des anciens étudiants de l'Australie afin d'atteindre la communauté mondiale des anciens étudiants, invitant les anciens étudiants à tisser un lien et à s'engager avec l'Australie et la région. L'élément central de la stratégie de mobilisation est le site Web de l'Australia Global Alumni, un réseau mondial virtuel pour connecter les anciens étudiants australiens. D'autres pays comme la France, l'Allemagne et la Nouvelle-Zélande entretiennent des réseaux virtuels semblables.

Bénéfices à long terme de l'éducation internationale



Certains des avantages de l'éducation internationale ne prennent forme qu'à long terme. Au fur et à mesure que les anciens étudiants progressent dans leur carrière, accèdent à des postes plus élevés et acquièrent de plus grandes responsabilités, ils conservent souvent des inclinations positives envers leur *Alma Mater*, la ville et le pays où ils ont étudié.

Bien qu'il demeure difficile de mesurer systématiquement la mesure dans laquelle les anciens étudiants appuient l'avancement des intérêts diplomatiques et commerciaux canadiens à l'échelle locale, des données non scientifiques indiquent qu'ils sont d'une grande utilité pour le Canada. De nombreux répondants aux entrevues dans les missions à l'étranger ont donné des exemples de situations où le Canada a profité du fait qu'une personne avait étudié dans un établissement canadien.

Qu'il s'agisse de hauts fonctionnaires d'Amérique latine plus enclins à accepter les positions et l'expertise du Canada ou de gens d'affaires d'expérience en Asie qui envisagent d'abord le Canada dans leurs relations d'affaires, l'avantage d'avoir un contact local qui a étudié dans un établissement canadien était apprécié.

Constatation n° 4 : Le secteur de l'éducation s'est adapté pour devenir un secteur commercial, mais certains résultats ne sont pas suffisamment pris en compte dans TRIO

Enquête Q17 : « Dans quelle mesure TRIO est-il un outil approprié pour saisir les activités et les résultats du secteur de l'éducation comme indicateurs clés de rendement? »

Très Adéquat + Adéquat : 62 %

Ne sait pas : 10 %

Très inadéquat + Inadéquat : 28 %

TRIO est le système de gestion des relations avec la clientèle utilisé par le Service des délégués commerciaux (SDC) dans les missions à l'étranger. TRIO permet au SDC de tenir un registre de toutes ses activités (y compris les visites, les services, les possibilités et les réussites) et de ses relations avec ses clients, ses partenaires et ses contacts locaux canadiens. Les indicateurs de rendement clés (IRC) enregistrés dans TRIO démontrent un avantage économique transmis au Canada par la voie d'une activité directe du SDC.

L'éducation a été incluse dans le secteur du commerce en 2013. Cependant, comme l'éducation internationale fonctionnait auparavant différemment des autres secteurs commerciaux, il fallait tenir compte d'une courbe d'apprentissage quant aux mesures du rendement et aux rapports sur l'éducation dans TRIO. L'Unité de mesure du rendement (BT) et BBY ont donc travaillé ensemble pour déterminer la meilleure façon d'enregistrer les IRC du secteur de l'éducation et pour clarifier, au moyen d'ateliers et de séances de formation, ce qui pourrait être considéré comme un IRC. Depuis, des ajustements ont été apportés à TRIO afin de rendre les rapports plus particuliers à chaque secteur.

Bien que l'éducation se soit bien adaptée pour devenir un secteur commercial et que les rapports se soient améliorés au cours des dernières années, TRIO est toujours considéré en général, mais pas entièrement, comme un outil de rapport approprié pour les activités relatives au recrutement des étudiants. Selon les répondants à l'enquête, 62 % ont trouvé l'outil efficace, mais 38 % l'ont jugé inefficace ou ne savait pas qu'en penser. Cela s'explique en grande partie par les spécificités du secteur de l'éducation qui ne permettent d'enregistrer que certaines activités et réussites comme IRC. Par exemple, la signature d'un protocole d'entente entre les établissements d'enseignement canadiens et internationaux, et la preuve que les étudiants fréquentent l'établissement canadien en conséquence, serait considérée comme la réussite d'un IRC dans TRIO.

La définition d'un « client » pour l'éducation internationale et le fait que l'éducation est un secteur horizontal sont deux des principaux problèmes à relever pour enregistrer les réussites des IRC. Puisque seules les institutions ou les entreprises, comme les écoles, peuvent être considérées comme des clients dans TRIO, les interactions avec les individus ou les réussites dans le recrutement des étudiants ne sont pas considérées comme des IRC, bien que celles-ci puissent être considérées comme visant des clients au sens diplomatique du terme. De plus, les activités du secteur de l'éducation chevauchent souvent celles d'autres secteurs, comme l'exploitation minière ou les sciences, mais ne peuvent être prises en compte dans les deux secteurs de TRIO. Par conséquent, il se peut que le SDC ait à choisir dans quel secteur il doit déclarer un IRC, ce qui peut entraîner une diminution du nombre d'IRC en matière d'éducation si d'autres secteurs sont choisis conformément aux objectifs ministériels du SDC et aux cibles des IRC des missions.

Compte tenu de ces particularités sectorielles, les personnes interrogées et les répondants à l'enquête ont souligné que plusieurs activités et résultats ne peuvent être saisis dans TRIO. Ces écarts ont été signalés comme une source de frustration, car les répondants estimaient que l'étendue de leurs efforts n'était pas suffisamment saisie ou incluse dans les activités de mesure du rendement et les rapports. Pour atténuer les risques, les missions rendront plutôt compte de ces résultats dans les rapports Strategia ou dans des rapports individuels envoyés à l'AC d'AMC. La combinaison de ces trois méthodes permet de saisir et de reconnaître toute la portée du travail du SDC dans le secteur de l'éducation. Toutefois, les intervenants de la mission et de BBY ont souligné le fardeau que représente le fait d'avoir à utiliser trois systèmes distincts pour la production de rapports.

Constatation n° 5 : Les missions s'appuient sur une vaste gamme d'outils pour promouvoir le Canada comme destination d'études. Malgré l'importance croissante du Web et des médias sociaux, la participation à des salons et à des événements en personne demeure un outil important dans la plupart des marchés.

Selon les conditions du marché local, l'équipe du secteur de l'éducation à la mission peut choisir différents types de médias pour promouvoir le secteur canadien de l'éducation. Différents outils conviennent mieux à différents publics (p. ex. parents contre élèves) selon le marché.

Promotion face à face

97 % des répondants à l'enquête ont indiqué que leur mission utilise des stratégies de marketing en face à face. Ces activités de promotion, en particulier les salons et les présentations, ont été considérées comme l'un des outils les plus efficaces pour promouvoir le Canada comme destination d'études.

Les personnes interrogées ont fait remarquer que même s'il peut être difficile de mesurer les répercussions de ces types d'événements, ces efforts ajoutent une touche personnelle et permettent d'établir des liens, ce qui ne peut pas nécessairement être réalisé par d'autres efforts de marketing. Ces événements sont également particulièrement utiles pour répondre aux questions ou aux préoccupations des parents.

Web et médias sociaux

91 % des répondants à l'enquête ont indiqué que leur mission utilise le marketing des médias sociaux. Internet et les médias sociaux sont souvent le premier point de contact des étudiants à l'ère du numérique. Une recherche sur l'opinion publique menée pour le compte de BBY en 2016 a révélé que les sources d'information les plus importantes pour les étudiants étrangers qui veulent étudier au Canada sont les médias sociaux et les plateformes Web (59 %).

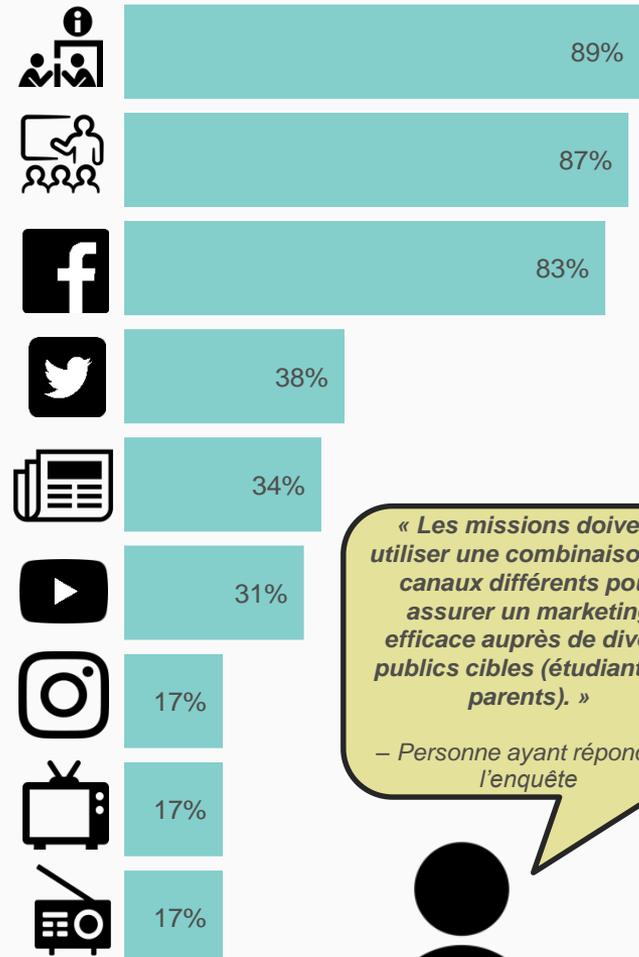
De nombreux répondants aux entrevues ont reconnu l'importance et l'efficacité croissantes de la présence du Canada sur les plateformes de médias sociaux comme Facebook, Twitter, YouTube et Instagram, pour rejoindre les étudiants potentiels. Parmi ces outils, Facebook et Twitter se sont avérés plus efficaces et largement utilisés par les missions.

Médias traditionnels

38 % des répondants à l'enquête ont indiqué que leur mission utilise le marketing médiatique traditionnel. L'utilisation des médias traditionnels, comme la télévision, la radio, les magazines et les journaux, diminue et est perçue par les répondants comme moins importante que les autres efforts de marketing. Toutefois, de nombreuses missions utilisent encore ces outils qui continuent de faire leurs preuves, surtout lorsqu'ils sont combinés à d'autres efforts de marketing, comme la participation à des salons de l'éducation.

Par exemple, un concours radiophonique annuel organisé par le consulat général du Canada à São Paulo continue d'être l'un des outils de marketing les plus importants de la mission pour le secteur de l'éducation.

Enquêtes : Perception de l'efficacité (%) des stratégies et outils de marketing choisis



« Les missions doivent utiliser une combinaison de canaux différents pour assurer un marketing efficace auprès de divers publics cibles (étudiants et parents). »

– Personne ayant répondu à l'enquête

Constatation n° 6 : Les efforts de marketing visant à promouvoir l'éducation canadienne ont contribué efficacement à mieux faire connaître le Canada comme destination d'études

L'un des éléments centraux de la SEI consistait à mieux faire connaître le Canada en tant que destination d'études et de recherche. Les efforts de marketing visant à promouvoir le Canada comme destination d'études ont jusqu'ici réussi à attirer des étudiants de plus de 185 pays. Plusieurs sources de données différentes confirment qu'il y a eu un intérêt accru pour les études au Canada au cours de la période de référence.

Demande de permis d'études

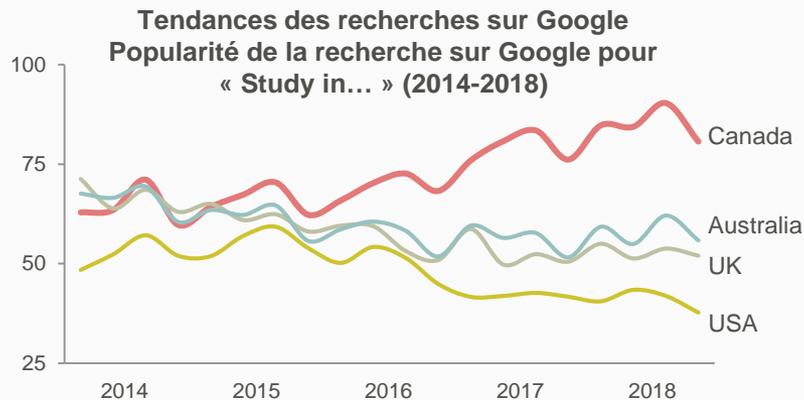
Le nombre total de demandes de permis d'études a connu une forte croissance au cours de la période de référence de l'évaluation. Selon les données d'IRCC, le nombre total de demandes de permis d'études finalisées par an a augmenté de 173 % entre 2014 et 2017.



Tendances des recherches sur Google

Une plus grande sensibilisation au Canada comme destination d'études se reflète également dans les tendances de recherche sur Google à l'échelle mondiale. Le graphique ci-dessous montre la popularité relative du terme de recherche Google « Study in... » suivi des noms des principaux pays exportateurs de services éducatifs en anglais entre 2014 et 2018.

Bien que la popularité des recherches sur Google auprès des principaux concurrents ait diminué au cours de la période de référence, l'intérêt pour le Canada a augmenté de façon notable.



Analyses du Web et des médias sociaux

Les sites Web canadiens sur l'éducation internationale, y compris ÉduCanada.ca et bourses.gc.ca, se sont révélés utiles pour les étudiants qui souhaitent étudier au Canada.

Durant la période de référence de l'évaluation, la fréquentation des sites web de la SEI est passé de 7,3 millions en 2014 à 8,5 millions en 2017. Par contre, alors que le nombre total de visites sur ÉduCanada.ca a diminué depuis 2014, il a considérablement augmenté sur bourses.gc.ca.

L'engagement d'AMC dans les médias sociaux en matière d'éducation internationale n'a pas été constant entre 2014 et 2018, ce qui rend difficile l'identification de tendances claires. Les types de médias sociaux utilisés ont changé et le niveau d'effort a varié, ce qui a entraîné des défis dans la surveillance de la mobilisation dans les médias sociaux. Les données suggèrent que la mobilisation dans les médias sociaux a culminé en 2015 : les 129 messages publiés sur Facebook ont donné lieu à plus de 13 000 actions (p. ex., « j'aime », partages, commentaires, clics) et les 574 gazouillis ont donné lieu à plus de 5 205 actions et 4 762 187 publications. En 2017, 35 messages Facebook ont généré 2 707 actions, 71 gazouillis ont généré 273 actions et 755 808 publications et 22 vidéos YouTube ont généré 4 302 actions et 41 215 visionnements. La majorité des personnes interrogées ont recommandé d'accroître la mobilisation dans les médias sociaux dans l'éducation internationale, et plusieurs d'entre elles ont suggéré d'augmenter la publicité payante sur les plateformes de médias sociaux.

Constatation n° 7 : Une approche ciblée du recrutement des étudiants serait plus efficace pour répondre aux besoins de l'immigration et du marché du travail

Comme le Canada atteint l'objectif de recrutement d'étudiants de la SEI cinq ans plus tôt que prévu, de nombreux intervenants ont déclaré que le Canada devrait être plus stratégique dans ses activités et mieux harmoniser le recrutement des étudiants avec les besoins du marché du travail et de l'immigration du pays. Il a été suggéré qu'une présence numérique accrue permettrait un recrutement plus ciblé et aiderait le Canada à maintenir sa part de marché dans un marché de plus en plus concurrentiel.

Les écarts concernant le marché du travail

Les étudiants étrangers apportent au Canada les compétences et l'expérience nécessaires pour combler les pénuries sur le marché du travail. À mesure que la population canadienne vieillit et prend sa retraite, un plus grand nombre de candidats sont nécessaires pour combler ces lacunes, en particulier dans les professions hautement qualifiées et à vocation technologique, notamment dans les domaines de la recherche, de l'innovation et de la technologie. Les répondants aux entrevues ont souligné que le fait de cibler les étudiants étrangers en STIM et de promouvoir les possibilités d'emploi à long terme après l'obtention du diplôme peut aider à combler certaines de ces pénuries sur le marché du travail tout en offrant de nombreux avantages aux entreprises canadiennes.

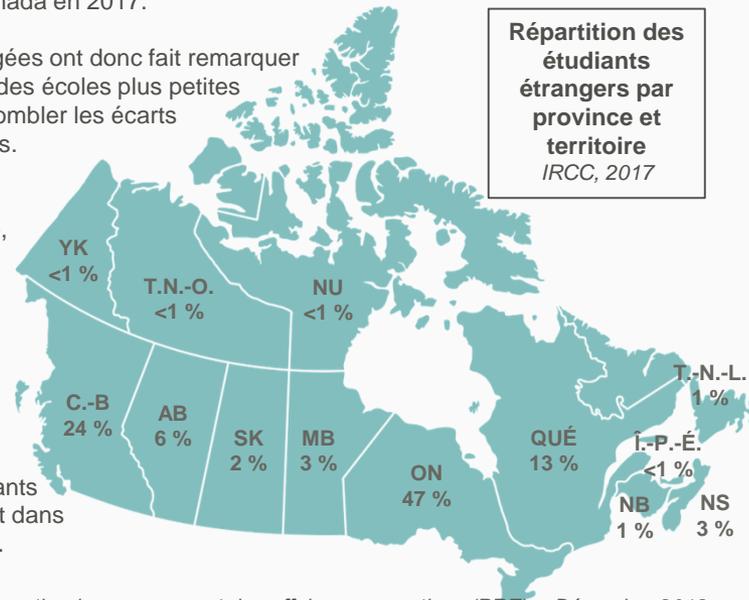
Écarts démographiques

Le contexte géographique unique du Canada signifie qu'il existe une grande variété d'établissements d'enseignement et de styles de vie parmi lesquels les étudiants étrangers peuvent choisir. Cependant, l'Ontario et la Colombie-Britannique attirent constamment une vaste majorité d'étudiants, et trois villes en particulier – Toronto, Vancouver et Montréal – ont accueilli 55 % de tous les étudiants étrangers au Canada en 2017.

De nombreuses personnes interrogées ont donc fait remarquer que la promotion des études dans des écoles plus petites et plus régionales contribuerait à combler les écarts démographiques à l'échelle du pays.

Le Canada atlantique, par exemple, compte sur les étudiants étrangers pour assurer une population nombreuse et diversifiée.

Les personnes interrogées ont également déclaré que les efforts de marketing doivent continuer à promouvoir davantage les régions afin d'éviter la saturation des étudiants étrangers dans les grandes villes et dans les établissements les plus connus.



Stratégie numérique complète

Bien que la présentation de la SEI au CT ait fourni du financement pour une stratégie numérique, la réaffectation de fonds par le Ministère a laissé la stratégie numérique en grande partie sans financement.

Selon les intervenants, une stratégie numérique complète est essentielle pour que le Canada demeure pertinent dans un marché de plus en plus concurrentiel. Le Canada était perçu comme étant en retard par rapport à ses principaux concurrents en ce qui concerne les outils de marketing et de recrutement sur le Web. Une stratégie numérique permettrait au Canada de recueillir des données en temps réel sur les intérêts des étudiants et de rendre le contenu et les outils disponibles dans différentes langues.

Les personnes interrogées ont souligné les éléments clés suivants à inclure dans une stratégie numérique complète :

- Améliorer le site Web d'ÉduCanada et créer un guichet unique pour tous les renseignements sur l'éducation au Canada, y compris les bourses d'études
- Contenu et outils du site Web d'ÉduCanada offerts en plusieurs langues
- Une composante de gestion des relations avec la clientèle (GRC) pour mieux communiquer avec les étudiants et recueillir des données
- Créer une présence plus forte dans les médias sociaux, y compris des comptes de médias sociaux basés à l'administration centrale

Constatation n° 8 : Dans certains marchés, une approche axée sur les partenariats est jugée plus efficace pour appuyer le recrutement ciblé afin de répondre aux besoins du marché du travail et aux besoins démographiques du Canada et pour appuyer la recherche et l'innovation



L'établissement de partenariats entre le Canada et les établissements d'enseignement internationaux est un élément clé de la SEI. Les partenariats sont avantageux pour le secteur canadien de l'éducation de plusieurs façons. Les partenariats favorisent la mobilité des étudiants, des professeurs et des chercheurs entre les établissements, ce qui mène à une plus grande collaboration dans les projets de recherche entre les établissements canadiens et étrangers. En 2013, on estimait que 20 % des articles scientifiques mondiaux étaient cosignés à l'échelle internationale, et ce nombre augmente rapidement. De plus, les partenariats permettent aussi aux établissements d'enseignement canadiens de mieux connaître un marché, d'adapter leur stratégie de promotion et d'être plus ciblés dans leurs activités de recrutement.

Au-delà des partenariats traditionnels entre établissements d'enseignement, les personnes interrogées et les répondants à l'enquête ont souligné l'importance de favoriser les partenariats avec des établissements non traditionnels, comme les administrations locales et le secteur privé. Avec l'internationalisation croissante de l'enseignement supérieur, de plus en plus de clients locaux se tournent vers l'étranger pour répondre à leurs besoins en formation et en éducation. Il en résulte de plus grandes possibilités pour les établissements canadiens de s'engager dans des partenariats non traditionnels, y compris l'éducation à l'étranger et par satellite, la formation en entreprise, la formation virtuelle et l'éducation, et d'autres.

Des occasions, comme le contrat signé entre l'Université de l'Alberta et le ministère mexicain de l'Énergie pour collaborer à la formation et à la recherche ou le contrat signé par l'Université Memorial pour former des conférenciers indonésiens en aquaculture et en sécurité maritime, sont des exemples de ces partenariats.

Inde : du recrutement général d'étudiants à une approche fondée sur les partenariats



Dans certains marchés visités par l'équipe d'évaluation, les missions se détournent du recrutement général d'étudiants pour se concentrer sur l'établissement de partenariats. C'est le cas de l'Inde, où une croissance très élevée et ininterrompue du recrutement d'étudiants a amené l'équipe du secteur de l'éducation à se concentrer sur le jumelage entre les établissements d'enseignement canadiens et indiens. Cette approche est plus ciblée puisqu'elle permet à l'équipe du secteur de l'éducation de mettre en valeur les établissements et les programmes canadiens qui sont mieux adaptés aux besoins du marché du travail et aux besoins démographiques du pays. De plus, le fait de mettre l'accent sur les partenariats dans le marché indien permet au Canada de profiter du dynamisme de l'innovation et de la recherche indiennes. Enfin, cela répond également aux problèmes de surreprésentation des étudiants indiens étrangers dans la région du Grand Toronto en créant des partenariats avec des écoles partout au pays. Bref, une approche de la promotion axée sur le partenariat permet de se concentrer sur le recrutement des bons étudiants, plutôt que sur la plupart des étudiants.

Constatation n° 9 : La mobilité à l'étranger est importante pour aider les jeunes Canadiens à acquérir les compétences, l'expérience et les réseaux nécessaires pour le marché du travail du XXI^e siècle; bien que la SEI comprenne des éléments pour appuyer la mobilité des étudiants canadiens à l'étranger, ce rôle n'est pas conforme au mandat du Service des délégués

commerciaux

Bien que la Stratégie en matière d'éducation internationale soit principalement axée sur le recrutement d'étudiants étrangers au Canada, la stratégie comporte quelques lignes sur le soutien à la mobilité des étudiants canadiens à l'étranger. Par exemple, la SEI stipule que « [...] le gouvernement du Canada œuvrera à mettre au point et à renforcer de nouveaux instruments stratégiques de coopération avec les pays prioritaires pour intensifier la collaboration en matière de recherche, la mobilité réciproque des étudiants et la diffusion du savoir ». En outre, l'un des objectifs de la SEI est de « promouvoir la mobilité réciproque des étudiants et des chercheurs ».



Avantages de la mobilité en direction des pays étrangers

La mobilité à l'étranger est importante parce qu'elle permet aux jeunes Canadiens d'acquérir les connaissances, les compétences et l'expérience nécessaires pour être concurrentiels et réussir dans l'économie mondiale du XXI^e siècle. Au-delà de l'acquisition de compétences, la mobilité à l'étranger est également importante parce qu'elle contribue à l'établissement de relations avec les pays émergents, ce qui peut à son tour favoriser la diversification des échanges commerciaux du Canada.

La littérature universitaire suggère que les expériences d'études à l'étranger sont associées à un meilleur développement des compétences chez ceux qui ont étudié à l'étranger, comme la résolution de problèmes, la communication et le travail en équipe, ainsi que la résilience et la capacité d'adaptation. De plus, de plus en plus de données indiquent que les programmes d'études à l'étranger mènent à de meilleurs résultats en matière d'employabilité.



Défis

L'une des principales lacunes de la mobilité des étudiants canadiens à l'étranger est le manque de données solides. Les sources de données existantes donnent des images contradictoires de la mobilité au Canada, et il n'existe actuellement aucun système pour recueillir des données sur ce sujet.

Un autre problème majeur lié à la composante de mobilité à l'étranger de la SEI est que cette activité ne correspond pas au mandat du SDC, qui est axé sur l'exportation. Si l'inscription d'étudiants étrangers dans les universités canadiennes est considérée comme une exportation de services, la mobilité à l'étranger est considérée comme une importation de services.

Constatation n° 10 : Il est difficile de comparer les différents modèles, mais le Canada a connu un succès égal ou supérieur à celui de ses concurrents malgré des investissements moindres; toutefois, le Canada devra probablement redoubler d'efforts pour maintenir ou accroître sa part de marché.

Le Canada a réussi à recruter des étudiants étrangers, dépassant l'objectif de la SEI de 450 000 étudiants cinq ans plus tôt. Ce succès est impressionnant si l'on considère que le Canada a investi comparativement moins que ses concurrents, avec un budget de seulement 5 millions de dollars canadiens par année. Toutefois, les efforts internes visant à promouvoir le Canada comme destination d'études ont été complétés par un environnement international favorable et divers facteurs externes qui devraient se normaliser au cours des prochaines années.

Les principaux concurrents du Canada, et pays aux vues similaires, sont l'Australie, le Royaume-Uni, les États-Unis et la Nouvelle-Zélande. Parmi les autres concurrents figurent des pays européens comme la France et l'Allemagne, et des concurrents émergents comme la Chine. Les personnes interrogées ont souligné que ces pays ont investi beaucoup plus dans leurs efforts de marketing et de promotion, et en particulier dans la présence des médias numériques. Les concurrents offrent également un large éventail de bourses d'études généreuses et, dans certains cas, des frais de scolarité gratuits. Sur le terrain, les bureaux de l'éducation dans les pays étrangers fournissent aux étudiants des informations et des services sur mesure concernant les études internationales.

Les répondants aux entrevues ont souligné l'importance d'améliorer les efforts du Canada en matière d'éducation internationale et de promotion afin de se maintenir au même niveau que les principaux concurrents traditionnels et émergents, surtout si l'on tient compte de la situation géographique et politique unique du Canada, qui a compétence provinciale et territoriale en éducation. L'un des principaux efforts de promotion suggérés est une stratégie numérique plus complète, qui permettra de mieux contrôler le marketing numérique de BBY et d'améliorer les sites Web et les efforts de marketing actuels afin de créer un guichet unique pour l'éducation internationale, les bourses et les événements canadiens. On a fait remarquer que l'absence d'une telle stratégie comportait les risques suivants : incapacité de cibler les efforts de marketing et de recruter des étudiants de qualité, diminution du nombre d'étudiants étrangers au Canada et perte de parts de marché, ce qui a amené le Canada à prendre du retard sur ses concurrents.

 CANADA	 AUSTRALIE	 ROYAUME-UNI	 ÉTATS-UNIS	 N.-ZÉLANDE
<ul style="list-style-type: none"> Budget annuel pour la promotion de l'éducation internationale : 5 M\$ CA Budget annuel des bourses d'études : env 20 M\$ CA (Y compris les bourses d'études en Afrique et les bourses d'études de la Francophonie) ÉduCanada.ca disponible en 2 langues : Anglais et français 4 universités dans le Top 100 (2018) Droits de scolarité compétitifs 	<ul style="list-style-type: none"> Un budget d'appui à l'éducation internationale de 52,8 M AUD ainsi que l'appui à la promotion par le budget annuel d'Austrade de 227 M\$ AUD (2017-2018) 200 M AUD en bourses d'études par an Stratégie de marketing et numérique robuste Site Web disponible en 15 langues Liens clairs avec la politique d'immigration Représentants de l'éducation dans divers pays 	<ul style="list-style-type: none"> Budget annuel de 253 M£ pour encourager la coopération en matière d'éducation et promouvoir l'avancement de l'éducation (2016-2017) 17 M£ fourni grâce à la bourse d'études Chevening (2013) Une forte présence sur le terrain dans les pays prioritaires 18 universités dans le Top 100 (2019) et 4 dans le Top 10 Approche coordonnée et unifiée par l'intermédiaire du British Council 	<ul style="list-style-type: none"> Le budget du Département d'État pour 2017 s'élève à 403,7 M\$ US pour les programmes d'échanges éducatifs et culturels 236 M\$ US pour la bourse Fulbright chaque année 33 universités dans le Top 100 (2019) et 5 dans le Top 10 Education USA dispose de 425 centres internationaux de conseil aux étudiants dans plus de 175 pays, fournissant des services de traduction et d'autres services aux étudiants 	<ul style="list-style-type: none"> Budget de 31,1 M DNZ pour la promotion de l'éducation internationale en 2017-2018 800 000 DNZ par an en bourses d'études Site Web disponible en 8 langues Fournit des liens vers des agents dans différents pays Donne la priorité à l'expérience des étudiants étrangers par le l'entremise de la Stratégie internationale pour le bien-être des étudiants

Constatation n° 11 : Bien que l'exercice de désignation du marché soit un outil efficace pour déterminer l'importance relative des marchés pour le secteur de l'éducation, il ne tient pas compte du potentiel de croissance futur.

La Direction de l'éducation internationale a élaboré et mis en œuvre avec succès un outil d'établissement des priorités des marchés axé sur les données du marché pour allouer des fonds aux missions en fonction de leur importance relative. Cet outil est souple et a évolué au cours de la période de référence de l'évaluation pour inclure différents critères de notation. Par exemple, depuis 2016-2017, l'outil de désignation du marché a intégré dans l'équation le taux d'approbation des permis d'études d'IRCC par pays.

Les missions semblent largement satisfaites de l'outil d'établissement des priorités des marchés actuel et de l'appui qu'elles reçoivent de la Direction de l'éducation internationale en matière de financement. La majorité des répondants aux entrevues d'Affaires mondiales Canada ont déclaré qu'ils comprenaient et étaient d'accord avec l'outil d'établissement des priorités des marchés.



Enquête Q19 : « Dans quelle mesure êtes-vous satisfait du soutien que vous recevez de la Direction de l'éducation internationale (BBY) sur... Le financement? »

Satisfait : 78 %

Insatisfait : 20 %

Bien que l'outil ait évolué au fil du temps, les critères qu'il utilise sont tous fondés sur les tendances passées. Par exemple, l'exercice de désignation du marché pour 2018-2019 utilise le plan stratégique de la mission 2017-2018, les données TRIO de 2016-2017 et les données sur les étudiants étrangers de 2016. De plus, la majorité des critères utilisés pour déterminer la désignation du marché sont basés sur le rendement d'AMC sur un marché donné, plutôt que sur le potentiel de croissance réel de ce marché. Dans sa forme actuelle, l'outil risque d'entraîner une dépendance à l'égard de la trajectoire et de prioriser les marchés en fonction de leur présence historique. D'autres pays, comme le British Council du Royaume-Uni, et le milieu universitaire, ont intégré les projections de croissance démographique et de croissance du PIB par habitant pour prévoir la croissance future des étudiants étrangers dans les marchés et les régions clés. Les personnes interrogées ont noté que BBY devrait tenir compte de critères prospectifs similaires dans l'outil de désignation des marchés, y compris des éléments tels que la croissance démographique et la croissance du PIB. Néanmoins, la capacité et la volonté des missions de travailler dans le secteur de l'éducation demeurent un facteur important pour déterminer les niveaux de financement.

Cela était également important dans le contexte de la diversification des marchés cibles. Bien que la Chine et l'Inde continueront d'être les principales sources d'étudiants étrangers au Canada au cours des prochaines années, de nombreuses personnes interrogées ont remis en question l'efficacité du financement continu de BBY dans ces marchés et ont souligné la nécessité de réduire la dépendance du Canada envers ces pays. Au lieu de cela, il a été suggéré que les fonds de BBY seraient mieux investis dans les marchés émergents connaissant une plus forte croissance de la population des jeunes et une amélioration rapide des contextes économiques.

Critères de désignation du marché 2018-2019

Critères	Source des données
Secteur prioritaire de l'éducation (O/N)	Plan d'activités de Strategia 2017-2018
Nbre d'ETP dans le secteur de l'éducation	Plan d'activités de Strategia 2017-2018
Nbre d'étudiants étrangers au Canada	IRCC, 2016
% de croissance du nombre d'étudiants au Canada depuis 2012	IRCC, 2016
Taux d'approbation des permis d'études	IRCC, 2016
Indicateurs de rendement clés de TRIO sélectionnés	TRIO, 2016-2017
Péréemption des fonds	BBY, 2017-18

Constatation n° 12 : La Direction de l'éducation internationale a établi de solides relations de travail avec les intervenants provinciaux et territoriaux et les consulte régulièrement

Comme les provinces et les territoires du Canada ont la compétence législative exclusive en matière d'éducation, le rôle du gouvernement fédéral se limite aux aspects de l'éducation liés aux relations internationales et à la promotion de la politique étrangère du Canada. Affaires mondiales Canada collabore avec les provinces et les territoires du Canada à des activités liées à l'éducation par l'entremise du Conseil des ministres de l'Éducation du Canada (CMEC) qui représente les ministères provinciaux et territoriaux de l'Éducation.

Selon les principaux intervenants, les relations de travail entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux (FPT) se sont grandement améliorées, particulièrement au cours de la période de référence de l'évaluation. Bien que la relation ait été considérée comme tendue dans le passé, les personnes interrogées ont noté que BBY a déployé beaucoup d'efforts pour améliorer cette relation par une collaboration et une communication accrues avec les intervenants provinciaux et territoriaux. Les fréquentes consultations FPT par l'entremise du Comité consultatif fédéral-provincial sur les activités internationales liées à l'éducation (CCFPAIE) et la création de l'image de marque d'ÉduCanada sont deux exemples où les personnes interrogées ont souligné des améliorations importantes dans les relations de travail. En plus des relations FPT au Canada, l'équipe d'évaluation a relevé plusieurs cas de collaboration fédérale-provinciale solide et positive dans les missions à l'étranger.



Le CCFPAIE, créé en 1986, est un organisme consultatif qui offre un forum de discussion sur des questions d'intérêt commun pour les gouvernements FPT en matière d'éducation. Le Comité se réunit généralement deux fois par année et est coprésidé par le directeur général de la Direction de l'éducation internationale et par un représentant provincial ou territorial d'un ministère de l'Éducation.

Le CCFPAIE s'est réuni régulièrement au cours de la période de référence, dont trois fois en 2018, et les provinces et les territoires ont assisté en grand nombre aux réunions. Dans l'ensemble, le CCFPAIE est un mécanisme qui fonctionne bien et un forum clé qui a renforcé les relations FPT sur l'éducation internationale. Les autres ministères ont également perçu le CCFPAIE comme un bon exemple d'un forum FPT qui fonctionne bien. Les personnes interrogées ont particulièrement souligné que les rencontres en personne ont aidé à renforcer les relations et à améliorer la communication.

Certains répondants aux entrevues ont fait remarquer que les réunions du CCFPAIE peuvent être trop axées sur les questions opérationnelles et devraient se concentrer davantage sur les discussions stratégiques. Le fait d'avoir la bonne combinaison de personnes à la table a été cité comme étant important pour poursuivre une orientation plus stratégique lors de ces réunions.



La majorité des intervenants interrogés ont convenu que les relations de travail entre le gouvernement fédéral et les provinces et territoires se sont améliorées au cours de la période de référence de l'évaluation. Les intervenants ont souligné le renouvellement de l'image de marque d'ÉduCanada en 2016 comme preuve du succès des relations et de la collaboration FPT. Les personnes interrogées ont noté que cet exercice a réuni tous les intervenants clés, défini clairement les rôles de toutes les parties et suscité des discussions à tous les niveaux de gouvernement afin de créer une image de marque et un message cohérents pour l'éducation internationale canadienne. Il a également été noté que cet exercice a apporté des éclaircissements à tous les acteurs sur ce qu'est la marque et a contribué à favoriser une approche cohérente de l'image de marque de l'éducation internationale à tous les niveaux.

Constatation n° 13 : La coordination des efforts d'éducation internationale entre AMC et les autres ministères fédéraux s'est améliorée au cours des dernières années, mais demeure inégale

Bien que la SEI soit dirigée par Affaires mondiales Canada, la stratégie a des répercussions pour plusieurs ministères fédéraux, dont Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC), Emploi et Développement social Canada (EDSC), Innovation, Sciences et Développement économique (ISDE) et d'autres. La Direction de l'éducation internationale d'AMC collabore régulièrement avec d'autres ministères gouvernementaux par divers moyens.

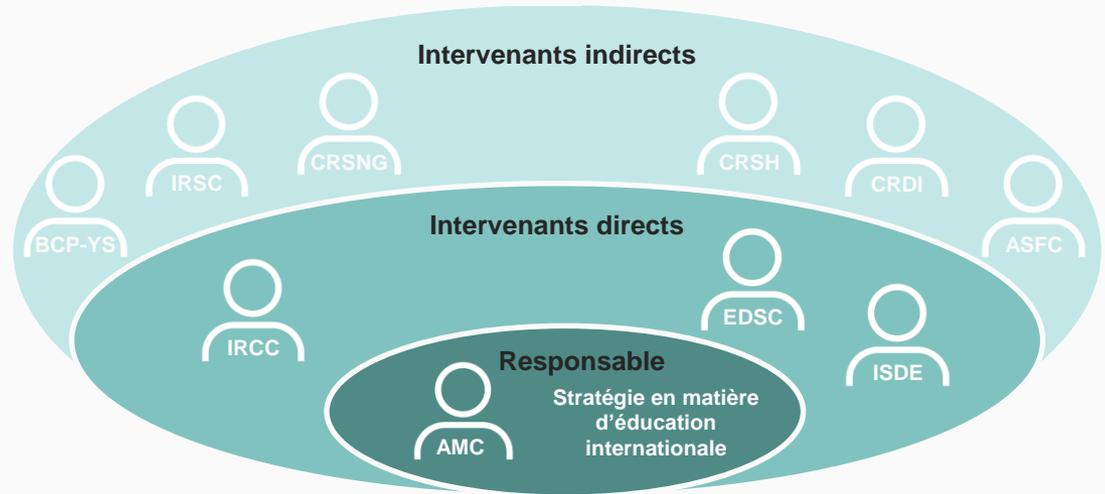
Selon les intervenants, la relation entre AMC et les autres ministères s'est améliorée au cours des dernières années. BBY a déployé des efforts accrus pour consulter et communiquer avec divers autres ministères. Les réunions préalables au CCFPAIE, qui réunit les ministères et organismes fédéraux concernés pour élaborer des positions et des messages cohérents à l'intention du GC avant de rencontrer les provinces et les territoires, constituent un bon exemple de coordination en éducation internationale. Toutefois, la participation des autres ministères aux réunions du CCFPAIE a été irrégulière et, bien qu'il semble y avoir une participation active d'IRCC, d'autres intervenants, comme le EDSC, IDSE et d'autres, ne participent pas à ces réunions sur une base régulière. Certains autres ministères n'étaient pas au courant de l'existence du forum du CCFPAIE.

L'équipe d'évaluation a également constaté qu'il y avait une étroite collaboration entre l'équipe du secteur de l'éducation et IRCC dans les missions à l'étranger. IRCC a participé régulièrement à des activités de promotion de l'éducation et de recrutement d'étudiants afin de fournir des renseignements sur les règles et les exigences relatives aux permis d'études. De plus, IRCC a réagi à l'augmentation du volume de demandes de permis d'études en trouvant des moyens d'améliorer le traitement par l'entremise de *Volet direct pour les études* en Chine, en Inde, au Vietnam, aux Philippines et en étendant le modèle à d'autres pays d'Afrique.



Gouvernement
du Canada

Carte des intervenants en
éducation internationale



Dans l'ensemble, les intervenants ont convenu qu'il est nécessaire de mieux faire participer tous les intervenants pertinents du gouvernement du Canada aux forums et aux discussions sur l'éducation internationale et d'améliorer la cohérence des ministères fédéraux sur ces questions.

Selon les intervenants, l'un des principaux domaines à améliorer était la clarification des rôles et des responsabilités des divers intervenants du GC dans le domaine de l'éducation internationale. Comme un grand nombre d'acteurs sont impliqués dans ce secteur, il y a eu une certaine confusion quant à savoir qui était responsable de quoi. Les personnes interrogées ont déclaré qu'il était important d'avoir des rôles et des responsabilités clairs autour de la SEI, et plus largement dans le secteur de l'éducation internationale.

Un autre défi fréquemment mentionné par les intervenants externes a été la rotation du personnel à AMC. La rotation fréquente du personnel à des postes clés a rendu difficile le maintien de relations de travail efficaces qui ont duré dans le temps.

Constatation n° 14 : Le modèle de gestion actuel du secteur de l'éducation est efficace et permet une exécution efficace des activités connexes

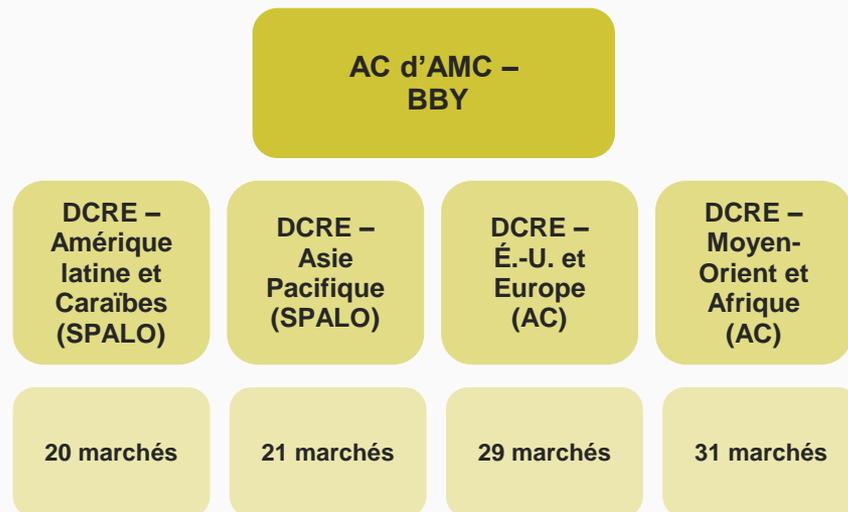
La présentation de la SEI au CT comprenait le financement de quatre postes décentralisés pour appuyer la mise en œuvre de la stratégie. Les postes régionaux initiaux devaient être basés à Delhi, Hanoï, Istanbul et Beijing, en plus d'un poste existant à Sao Paulo. Cependant, des problèmes logistiques ont conduit la Direction de l'éducation internationale à recentraliser certains postes. L'équipe actuelle d'appui à la mission est composée de quatre délégués commerciaux régionaux en éducation (DCRE). Deux de ces postes sont décentralisés, basés à Sao Paulo, et les deux autres sont basés au l'administration centrale, ce qui est unique dans le Ministère. Ces agents sont chargés d'appuyer le travail des bureaux régionaux et des missions du Canada à l'étranger. Chacun de ces agents couvre une région géographique distincte et offre des conseils et une orientation à plus de 100 missions actives dans le secteur de l'éducation.

Les délégués commerciaux sur place se sont dits très satisfaits du soutien qu'ils reçoivent dans le cadre du modèle actuel, tant dans les entrevues que dans l'enquête. En particulier, les DC se sont dits très satisfaits de l'appui qu'ils ont reçu de leur DCRE. Les intervenants ont mentionné que le fait d'avoir accès à un DCRE décentralisé leur a donné une meilleure idée des priorités et des attentes de l'administration centrale et leur a généralement donné le sentiment d'être plus en lien.

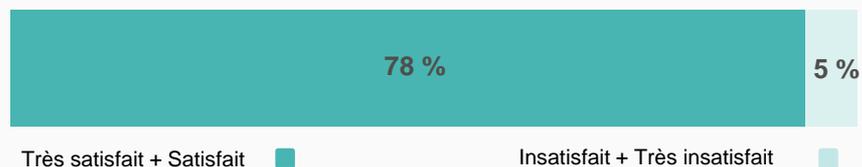
Les délégués commerciaux des missions à l'étranger étaient également satisfaits de l'appui reçu de BBY à l'administration centrale. Tant dans l'enquête que dans les entrevues, les DC ont indiqué que BBY était réceptive et tenait les missions informées des possibilités et des résultats pertinents du secteur de l'éducation, ainsi que des situations propres à chaque pays. Bien que certains aient fait remarquer que la communication avec l'AC pourrait être légèrement améliorée, ils étaient globalement satisfaits de la relation de travail.

Les principaux clients et les associations du milieu de l'éducation étaient également satisfaits du travail de BBY et des services reçus. Les personnes interrogées ont noté que l'équipe gérait le secteur de l'éducation de manière efficace et efficiente. En particulier, les clients étaient très satisfaits des services reçus des délégués commerciaux dans les missions à l'étranger, soulignant qu'ils étaient fantastiques pour fournir des renseignements pertinents et établir des liens importants pour le client. Le sondage sur la satisfaction de la clientèle du SDC a classé le secteur de l'éducation au 2^e rang au chapitre de la satisfaction de la clientèle, à 94 % en 2017-2018.

La Direction de l'éducation internationale a été considérée comme innovatrice pour ce qui est d'élaborer des outils de collaboration et de communication visant à améliorer les relations entre le l'AC et la mission, comme l'Extranet Éducation et le Wiki sur l'éducation internationale. Le Wiki a été considéré par beaucoup comme une pratique exemplaire au sein du Ministère, et d'autres divisions ont utilisé le Wiki de l'éducation comme modèle pour leur propre travail.



Enquêtes : Satisfaction à l'égard de l'appui reçu du Délégué commercial régional en éducation



Constatation n° 15 : Bien que le Programme de bourses internationales (PBI) soit un outil efficace pour appuyer les objectifs de la SEI en Amérique latine et dans les Caraïbes, l'offre de bourses d'études d'Affaires mondiales Canada comporte des lacunes

BBY finance, gère et administre plusieurs programmes dans le cadre du Programme de bourses internationales (PBI) qui accordent de 750 à 800 bourses par année à des étudiants de partout dans le monde. La majorité (90 %) des bourses gérées par BBY sont des programmes d'échanges à court terme avec l'Amérique latine et les Caraïbes (ALC).

Le PBI semble bien fonctionner et il est utilisé efficacement dans le cadre de la SEI – 86 % des répondants à l'enquête ont convenu que les bourses d'études étaient un facteur d'attraction pour les étudiants qui songent à étudier au Canada. Le modèle de gouvernance actuel du PBI, où le Bureau canadien de l'éducation internationale (BCEI) gère 14 bourses, semble bien fonctionner. Le BCEI possède une solide expertise du secteur de l'éducation internationale et la capacité de gérer efficacement une partie du PBI.

Bien que le PBI offre plusieurs bourses d'études dans une variété de marchés clés, il est perçu comme étant trop étroitement axé sur l'ALC. Parmi les répondants à l'enquête dans les missions à l'étranger, seulement 35 % ont indiqué qu'AMC offre des bourses d'études dans leurs marchés locaux respectifs, et 7 % étaient incertains. Compte tenu de l'importance accordée à l'ALC et du peu ou de l'absence de bourses d'études dans certains marchés et certaines régions géographiques importantes (comme l'Europe et le Moyen-Orient), les personnes interrogées et les répondants à l'enquête ont souligné les lacunes suivantes dans le PBI et dans l'offre de bourses du Canada :

- Un plus grand nombre de bourses d'études sont offertes pour des programmes à court terme ou d'échange, plutôt que pour des études à plus long terme. Cependant, un plus grand nombre d'étudiants sont intéressés par des programmes d'études plus longs.
- Bon nombre des bourses offertes se concentrent exclusivement sur la recherche ou les candidats au doctorat et aux études postdoctorales, et peu d'entre elles s'adressent aux étudiants de premier cycle et aux étudiants à la maîtrise.
- L'absence de protocole d'entente ou de liens institutionnels rend certains étudiants inadmissibles à certaines bourses.
- De nombreux marchés n'offrent pas de bourses d'études, ce qui réduit l'attrait du Canada.
- Certaines bourses d'études sont tout simplement mal connues ou mal annoncées. L'image de marque et le marketing des bourses d'études devraient être améliorés.



Offre de bourses d'études du Canada par rapport à ses concurrents

Le Programme de bourses internationales est perçu comme étant moins généreux que les offres des concurrents. Selon les principaux intervenants, les étudiants ont été davantage attirés par les États-Unis, l'Australie et le Royaume-Uni en raison de bourses d'études relativement plus généreuses.

Une offre de bourses d'études moins élevée a été considérée comme un risque par certaines personnes interrogées en termes de concurrence sur la scène mondiale. Les personnes interrogées ont également noté qu'il semble y avoir un manque de financement dans l'offre de bourses d'études du Canada, alors que le montant total du financement disponible est inférieur au montant des fonds engagés.

Constatation n° 15.A : Les programmes de bourses d'études d'Affaires mondiales Canada contribuent également aux résultats et à la cohérence entre les secteurs d'activité du Ministère

En plus du PBI, AMC offre également d'autres programmes de bourses d'études, dont le Programme canadien de bourses de la Francophonie (PCBF) et le Programme de bourses pour les leaders africains de demain (LAD), qui sont financés par le Secteur des partenariats pour l'innovation dans le développement. Comme pour le PBI, ces deux programmes sont également gérés par le Bureau canadien de l'éducation internationale.

La coordination de ces différents programmes de bourses d'études d'AMC a été jugée efficace par les principaux intervenants à l'administration centrale

Le fait que les principales bourses d'études du PBI, comme le Programme des futurs leaders dans les Amériques (PFLA), comportaient une condition obligatoire selon laquelle les bénéficiaires devaient retourner dans leur pays d'origine après avoir étudié au Canada était considéré comme conforme aux objectifs de développement. Le PFLA a été considéré comme avantageux pour les pays en développement d'Amérique latine et des Caraïbes, car il a permis aux bénéficiaires d'acquérir du capital humain et de soutenir la prochaine génération de dirigeants dans les Amériques.

De plus, un grand nombre de bénéficiaires de bourses d'études du PBI sont des femmes, ce qui contribue à l'objectif du Programme d'aide internationale féministe visant à autonomiser les femmes. Entre 2012 et 2016 :

54 %
des boursières
étaient des
femmes



Programme des futurs leaders dans les Amériques (PFLA)

Le PFLA est un programme de bourses d'études par lequel des étudiants de l'Amérique latine et des Caraïbes peuvent participer à des échanges à court terme. Ils peuvent ainsi étudier ou réaliser des travaux de recherche dans des universités canadiennes, au niveau des premier et deuxième cycles. Le Programme vise à appuyer le perfectionnement des ressources humaines et de créer une nouvelle génération de chefs de file dans les Amériques tout en resserrant les liens entre les établissements postsecondaires canadiens et ceux de l'Amérique latine et des Caraïbes.

Le PFLA s'est avéré un outil très efficace pour promouvoir le Canada comme destination d'études, tout en appuyant les objectifs diplomatiques du Canada. Même s'il s'agissait d'un programme à court terme, les bénéficiaires étaient plus susceptibles de considérer le Canada dans l'avenir pour l'obtention d'un diplôme complet.

Un voyage d'études du PFLA, réunissant les récipiendaires les plus prometteurs, est organisé chaque année afin d'ajouter de la valeur au Programme en faisant la promotion de la société canadienne. Les participants prennent part à des réunions avec de hauts fonctionnaires et des experts en la matière et visitent d'importants points d'intérêt canadiens. Dans une enquête menée auprès des participants au voyage :

- 90 % des répondants ont déclaré que le voyage leur a permis de mieux comprendre les établissements et la société canadiens.
- 81 % ont déclaré que le voyage aurait une incidence durable sur leur appréciation du Canada.

Dans l'ensemble, le voyage d'études était une activité clé du PFLA et a permis de promouvoir le Canada comme destination d'étude pour les étudiants de l'ALC.

Conclusions

Conclusion n° 1

Bien que le Ministère ait réussi à atteindre rapidement ses objectifs de la Stratégie en matière d'éducation internationale, l'évaluation a révélé que des facteurs externes favorables ont eu une incidence importante sur ces résultats. En raison de la concurrence croissante des pays traditionnels et non traditionnels et des investissements relativement moins élevés du Canada que ceux de ses concurrents dans la promotion numérique et sur le Web, le Canada risque de plus en plus de perdre son élan en tant que destination de choix pour les études à l'étranger.

Conclusion n° 2

La Direction de l'éducation internationale a mis au point un outil d'établissement des priorités des marchés axé sur les données et un exercice annuel pour déterminer les marchés clés et affecter les fonds. L'outil a évolué au fil du temps pour inclure des critères supplémentaires et accroître la cohérence entre AMC et les autres ministères du gouvernement fédéral. Toutefois, dans sa configuration actuelle, il y a un risque que l'outil d'établissement des priorités des marchés ne tienne pas compte de certaines tendances dans le paysage changeant de la mobilité des étudiants étrangers.

Conclusion n° 3

La Direction de l'éducation internationale a réussi à renforcer les relations de travail avec les principaux intervenants externes, y compris les intervenants provinciaux et territoriaux et les autres ministères fédéraux. Toutefois, une coordination et une collaboration plus étroites sont nécessaires avec certains ministères du gouvernement du Canada (IRCC, EDSC, ISDE) pour tirer parti des activités d'éducation internationale à l'appui des autres priorités du gouvernement du Canada.

Conclusion n° 4

L'augmentation rapide du nombre d'étudiants étrangers au Canada depuis 2014 entraînera inévitablement une augmentation proportionnelle du nombre d'anciens étudiants des établissements canadiens partout dans le monde. L'évaluation a révélé que ces anciens étudiants jouent un rôle clé dans la promotion des intérêts et des valeurs du Canada et dans le renforcement des relations entre le Canada et les pays étrangers. Les efforts actuels de suivi et de mobilisation des anciens étudiants sont fragmentés, ce qui limite la capacité du Canada à récolter les avantages à long terme de l'éducation internationale.

Conclusion n° 5

Éducation internationale contribue à un très large éventail de priorités et d'objectifs du Ministère et du gouvernement du Canada. Une stratégie globale de mesure du rendement devrait tenter de saisir toute l'étendue des résultats liés aux activités d'éducation internationale. Une stratégie numérique pourrait contribuer à cette nouvelle stratégie de mesure du rendement avec de l'information en temps réels sur certains indicateurs.

Aspects à prendre en considération pour les programmes futurs

1. Les délégués commerciaux du secteur de l'éducation (et les délégués commerciaux en général) sont tenus de rendre compte du rendement dans deux systèmes différents (TRIO et Strategia). Bon nombre des activités d'un délégué commercial à l'éducation ne répondent pas à la définition des indicateurs de rendement clés (IRC) de TRIO, et elles ne sont pas toujours mentionnées dans Strategia. Par conséquent, ces systèmes ne témoignent pas avec exactitude du rendement des équipes du Secteur de l'éducation dans les missions et de la charge de travail des délégués commerciaux. Il conviendrait d'examiner plus en détail la possibilité d'harmoniser les outils et les pratiques d'établissement de rapports pour les secteurs commerciaux.
2. L'évaluation a révélé plusieurs cas où la Stratégie en matière d'éducation internationale ou le Programme de bourses internationales contribuaient à la cohérence ministérielle entre les secteurs d'activité commerce, diplomatie et développement. Afin de tirer pleinement parti des liens potentiels, toutes les futures initiatives ministérielles liées à l'éducation, y compris le développement, devraient explorer les possibilités de synergie entre les secteurs d'activité du Ministère pour renforcer la cohérence et obtenir de meilleurs résultats.

Réponse et plan d'action de la direction (RPAD)

Recommandation

1- Une stratégie numérique globale est nécessaire pour que le Canada demeure concurrentiel, et qu'il harmonise mieux le recrutement et l'établissement de partenariats avec les besoins du marché du travail et de l'immigration du Canada

Réponse et plan d'action de la direction

Centre de responsabilité

Échéancier

Réponse de la direction :

D'accord. Affaires mondiales Canada (AMC), par l'entremise de la Direction de l'éducation internationale (DEI), a élaboré une stratégie numérique. Si le financement supplémentaire prévu dans le budget de 2019 permet une mise en œuvre complète, cette stratégie comprendra : des sites Web unifiés d'ÉduCanada et de Bourses d'études, avec 20 microsites dans une troisième langue; un système de gestion des relations avec la clientèle (CRM) pour les étudiants et les anciens étudiants éventuels; un nouveau système de demande de bourses; des campagnes ciblées de marketing par moteur de recherche et médias sociaux; ainsi qu'une base de données consultable et des babillards sur les établissements, les programmes, les coûts et les bourses.

Même si aucun financement supplémentaire n'est reçu, AMC continuera de faire progresser les phases initiales de l'intégration des sites Web d'ÉduCanada et des bourses d'études, le développement d'un nouveau système de gestion des relations avec les étudiants et les anciens étudiants potentiels, un système de demande de bourses, ainsi qu' une ou deux campagnes de marketing propres à chaque pays pour soutenir une diversification accrue des marchés.

Plan d'action de la direction :

La Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale, y compris les plans existants visant à élargir la stratégie numérique, sera terminée d'ici l'été 2019.

Dans l'énoncé économique de l'automne, Emploi et Développement social Canada (EDSC) et AMC se sont engagés à élaborer une SII améliorée. AMC cherchera à améliorer la stratégie de marketing numérique du Canada et à stimuler la promotion des entreprises canadiennes liées à l'éducation sur les marchés étrangers, ce qui contribuera à la diversification du commerce et aux programmes d'innovation et de compétences du Canada.

Des consultations ciblées sur la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale avec les intervenants du gouvernement du Canada, les provinces et les territoires, ainsi qu'avec les principaux partenaires externes du secteur de l'éducation ont déjà commencé et offrent une occasion unique de peaufiner l'approche de la stratégie numérique pour s'assurer qu'elle répond aux priorités actuelles et futures du Canada. Des consultations interministérielles sont également en cours pour discuter de la meilleure façon d'utiliser les nouveaux fonds pour faire progresser et mettre pleinement en œuvre la stratégie numérique.

Si le budget de 2019 prévoit un financement supplémentaire pour la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale, la stratégie numérique pourrait inclure des campagnes publicitaires ciblées supplémentaires dans les principaux marchés de croissance afin d'appuyer une plus grande diversification et de combler les pénuries de compétences clés (p. ex. en STIM) et démographiques (p. ex., francophones).

AMC - BBY

À partir du printemps 2019

Réponse et plan d'action de la direction (RPAD)

Recommandation

#2 - Adapter l'outil de priorisation des marchés pour refléter la nature évolutive de la mobilité internationale des étudiants et permettre une plus grande souplesse dans l'affectation des ressources afin de soutenir la diversification des marchés

Réponse et plan d'action de la direction

Centre de responsabilité

Échéancier

Réponse de la direction :

D'accord. Affaires mondiales Canada (AMC), par l'entremise de la Direction de l'éducation internationale (DEI), a mis au point un outil complet et souple d'établissement des priorités du marché du secteur de l'éducation. Chaque année, BBY procède à un exercice de désignation du marché qui donne lieu à des affectations de fonds aux missions qui appuient le mieux les priorités du Canada dans le secteur de l'éducation.

La combinaison des données d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC), de l'engagement des missions à l'égard du secteur et des résultats du TRIO2 fournit un modèle unique où le travail de la mission reflète la réalité du marché. BBY continuera d'ajuster l'outil d'établissement des priorités du marché, au besoin, et tiendra compte de la capacité des postes consulaires d'absorber des fonds supplémentaires et d'adopter une approche plus proactive du secteur, telle que mesurée par TRIO2 et Strategia.

Plan d'action de la direction :

En se fondant sur les rapports des missions, l'outil d'établissement des priorités du marché tient compte chaque année des tendances les plus récentes du marché et des éléments les plus récents du rendement des missions pour déterminer le niveau d'admissibilité au financement approprié. Bien que cet outil n'ait pas été spécifiquement conçu pour intégrer les tendances démographiques et économiques des principaux marchés à long terme, d'autres indicateurs comme la croissance prévue des principales cohortes démographiques (p. ex. 18-34) et la croissance économique fondée sur un indicateur approprié du revenu des ménages seront intégrés à l'outil, en étroite collaboration avec le réseau de missions, dans le cadre du prochain exercice de désignation des marchés (octobre 2019).

L'élaboration d'une Stratégie élargie en matière d'éducation internationale et la possibilité d'un financement supplémentaire d'ÉduCanada dans le cadre du processus budgétaire de 2019, qui pourrait être affecté aux postes consulaires, seront une excellente occasion d'évaluer et de réajuster les priorités en fonction des nouvelles tendances et d'adapter les outils opérationnels afin qu'ils demeurent pertinents et efficaces pour promouvoir les priorités du Canada et sa compétitivité.

Que des fonds supplémentaires soient reçus ou non dans le cadre du processus budgétaire de 2019, BBY étudiera la meilleure façon de tirer parti des possibilités offertes par les marchés émergents, en particulier en Asie et en Afrique.

AMC - BBY

À partir d'octobre 2019

Réponse et plan d'action de la direction (RPAD)

Recommandation

#3 - Poursuivre les efforts pour accroître la cohérence avec les intervenants du gouvernement du Canada en matière d'éducation internationale

Réponse et plan d'action de la direction

Centre de responsabilité

Échéancier

Réponse de la direction :

D'accord. Affaires mondiales Canada (AMC), et en particulier la Direction de l'éducation internationale (DEI), travaillera en étroite collaboration avec d'autres intervenants du gouvernement du Canada, notamment Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC), Emploi et Développement social Canada (EDSC) et Innovation, Science et Développement économique Canada (ISDE), afin d'accroître la cohérence du gouvernement fédéral en matière d'éducation internationale.

AMC - BBY

Hiver 2019 et au-delà

Ces efforts continus comprendront des consultations semestrielles au niveau des DG. À tous les niveaux, il sera important de miser sur la coopération entre les ministères gouvernementaux qui participent à l'élaboration d'une Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale. BBY travaille aussi activement à accroître la communication et la coordination à l'interne à AMC dans des domaines d'intérêt mutuel en éducation internationale tels que les bourses d'études.

Plan d'action de la direction :

Étant donné que les éléments de la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale feront intervenir divers ministères, l'élaboration et la mise en œuvre de la Stratégie améliorée devront faire appel à des efforts interdépendants et complémentaires. Tandis qu'AMC, IRCC, EDSC et ISDE continueront de se concentrer sur leurs domaines d'expertise respectifs, une planification, un suivi et une évaluation conjoints plus réguliers seront coordonnés au niveau des DG, par exemple en ce qui concerne les bourses, la stratégie numérique et les campagnes de marketing, pour assurer une meilleure cohérence interministérielle et ministérielle.

En plus des discussions avec les intervenants pertinents du gouvernement du Canada pour s'assurer que la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale reflète une approche pangouvernementale, les éléments des consultations en cours comprennent une première réunion interministérielle entre les principaux ministères fédéraux et l'envoi de questionnaires aux provinces et territoires et aux associations pertinentes.

Réponse et plan d'action de la direction (RPAD)

Recommandation

#4 - Élaborer une stratégie globale pour les anciens étudiants

Réponse et plan d'action de la direction

Centre de
responsabilité

Échéancier

Réponse de la direction :

D'accord. Affaires mondiales Canada (AMC), par l'entremise de la Direction de l'éducation internationale (DEI), reconnaît que les anciens étudiants étrangers constituent un important moyen de soutenir le recrutement d'étudiants dans leur pays d'origine, ainsi que d'autres objectifs commerciaux et diplomatiques. Les anciens des établissements canadiens sont également des « ambassadeurs » du Canada et peuvent servir à promouvoir les intérêts diplomatiques et commerciaux du Canada à l'étranger.

Bien qu'AMC n'ait pas de stratégie officielle d'engagement des anciens étudiants, BBY fournit des conseils aux délégués commerciaux à l'étranger sur la façon d'engager et de tirer parti des anciens étudiants locaux. BYY a déjà commencé à effectuer des analyses qui pourraient éclairer l'élaboration d'une stratégie globale pour les anciens étudiants. Toutefois, la mise en œuvre nécessiterait des ressources supplémentaires.

Plan d'action de la direction :

Si le financement est obtenu dans le cadre de la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale, BBY prévoit embaucher un consultant pour évaluer les options possibles pour l'élaboration d'une stratégie pour les anciens étudiants. Cela permettra également d'explorer les liens possibles entre les anciens étudiants et les réseaux de cadres actuellement à l'étude dans le cadre de la transformation du Service des délégués commerciaux (SDC).

AMC - BBY

Fin 2019

Réponse et plan d'action de la direction (RPAD)

Recommandation

#5 - Adapter la stratégie actuelle de mesure du rendement pour qu'elle reflète les résultats plus généraux de l'éducation internationale

Réponse et plan d'action de la direction

Centre de responsabilité

Échéancier

Réponse de la direction :

D'accord. Affaires mondiales Canada (AMC), par l'entremise de la Direction de l'éducation internationale (DEI), s'efforcera d'inclure de nouvelles mesures du rendement dans la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale. Les nouvelles mesures aideront à déterminer dans quelle mesure la Stratégie améliorée appuie le travail des intervenants en éducation, ainsi que d'autres priorités d'AMC et du gouvernement du Canada, comme le soutien au développement des entreprises dans divers secteurs commerciaux et l'investissement étranger direct, et la contribution à combler certains écarts démographiques et besoins du marché du travail au Canada.

AMC - BBY

Printemps2019
Été 2019

L'élaboration de nouvelles mesures du rendement se fera en étroite collaboration avec la Direction de l'évaluation de la diplomatie, du commerce et des affaires corporatives (PRE) d'AMC et d'autres intervenants pertinents du gouvernement du Canada.

Plan d'action de la direction :

BBY procédera à des consultations approfondies dans le cadre de l'élaboration de la Stratégie améliorée en matière d'éducation internationale. Participeront à ces consultations des collègues d'AMC et d'autres intervenants pertinents du gouvernement du Canada, ainsi que des représentants des gouvernements provinciaux et territoriaux et des principaux partenaires externes. Ce processus de consultation sera l'occasion d'examiner, d'analyser et d'améliorer les mesures du rendement existantes et d'en élaborer de nouvelles, au besoin, pour s'assurer qu'elles reflètent avec précision les principaux résultats de la Stratégie en matière d'éducation internationale du Canada.

BBY travaillera en étroite collaboration avec PRE pour s'assurer que la stratégie de mesure du rendement reflète les objectifs d'AMC et du gouvernement du Canada et que les nouvelles mesures proposées tiennent compte des points soulevés dans l'évaluation de la Stratégie en matière d'éducation internationale du Canada, y compris des facteurs tels que la façon dont le nombre accru d'étudiants contribue aux résultats comme les objectifs d'immigration, les lacunes sur le marché du travail, le soutien financier des établissements d'enseignement canadiens, les objectifs diplomatiques, les objectifs de développement et la réussite commerciale intersectorielle. Un meilleur partage des données entre les ministères clés sera un élément important pour appuyer les nouvelles mesures du rendement. Par conséquent, le partage des données sera un sujet de discussion important avec les intervenants du gouvernement du Canada sur l'éducation internationale, conformément à la recommandation n° 3.

Les nouvelles mesures de rendement seront approuvées par PRE et devraient être achevées au cours de l'été 2019.