

**RAPPORT SUR  
L'INFLUENCE DE TROIS CLDE DE  
TERRE-NEUVE SUR LES CLIENTS ET LA  
SATISFACTION DE CES DERNIERS**

**Le 4 juillet 1997**

**Division de l'évaluation et de l'économétrie**



**Atlantic Canada  
Opportunities  
Agency**

**Agence de  
promotion économique  
du Canada atlantique**

Le personnel de l'APECA a préparé ce rapport pour conseiller la direction. Le rapport servira aux discussions à l'interne et de document de base pour les décisions opérationnelles et stratégiques.

## **Remerciements**

Les chercheurs tiennent à souligner l'aide et la collaboration du personnel et du conseil d'administration des trois centres de développement communautaire : le CDC Humber, à Corner Brook; le CDC Trinity Conception, à Carbonear; et le CDC South Coast, à St. Alban's. Le personnel des centres a pleinement collaboré à l'étude en mettant à la disposition des chercheurs des listes de leurs clients, en fournissant des renseignements de base et en se prêtant à des entrevues. Les centres et le personnel ont fait preuve de collaboration, de professionnalisme et c'est grâce à eux si la recherche a été menée à terme. Sans eux, elle n'aurait pas été possible.

# TABLE DES MATIÈRES

<u>Numéro de chapitre</u>	<u>Titre</u>	<u>Numéro de page</u>
I	Sommaire .....	1
1.0	Aperçu .....	1
2.0	Introduction .....	1
2.1	Contexte .....	2
2.2	Description des centres .....	2
2.3	Sources des clients pour le sondage .....	3
3.0	Méthodologie .....	3
4.0	Limites .....	4
5.0	Analyse de la population .....	4
5.1	Population .....	4
5.2	Population de l'échantillon .....	5
6.0	Influence du counselling des entreprises .....	5
7.0	Satisfaction de la clientèle à l'égard du counselling des entreprises .....	6
8.0	Analyse des données .....	7
8.1	Connaissance des centres .....	7
8.2	Raison de la visite .....	8
8.3	Aide effectivement reçue .....	8
8.4	Recommandation à des amis .....	9
8.5	Valeur de l'aide .....	10
8.6	Épargne de temps .....	10
8.7	Démarrages d'entreprise .....	10
8.8	Effets du Programme d'aide au travail indépendant .....	11

8.9	Sources de financement pour les nouvelles entreprises	11
8.10	Améliorations d'entreprise	11
8.11	Autres raisons	12
9.0	Problèmes	12
10.0	Commentaires des clients sur le personnel	13
11.0	Observations	13
	Annexe A - Questionnaire	14

## TABLEAUX

Tableau 1	Stratification de la population par sexe	4
Tableau 2	Stratification de l'échantillon par sexe	5
Tableau 3	Influence favorable du counselling des entreprises	6
Tableau 4	Satisfaction de la clientèle	6
Tableau 5	Sources d'information	7
Tableau 6	Autres sources d'information	8
Tableau 7	Aide effectivement reçue, stratifiée par type	9
Tableau 8	Recommandation à des amis	9
Tableau 9	Valeur de l'aide reçue	10
Tableau 10	Sources de financement	11

## Sommaire

### APERÇU

On a mené un sondage auprès des clients de trois corporations locales de développement des entreprises (CLDE) de Terre-Neuve qui n'ont contracté aucun emprunt afin de déterminer l'influence de l'aide technique offerte. Les données de la population de l'échantillon des trois CLDE font état de résultats très favorables pour les centres. Avec un taux de satisfaction de 77,1 % et une mesure de l'influence favorable de 30,7 %, les résultats montrent que la clientèle perçoit les centres très favorablement et que ces derniers ont une influence également favorable sur l'économie de la région. Ces mesures laissent entendre que si 100 personnes désireuses de lancer ou d'agrandir une entreprise se rendent dans les centres, 31 d'entre elles lanceront effectivement l'entreprise ou procéderont à l'expansion voulue sans un prêt de la CLDE et grâce à l'aide technique qui y est offerte. De ce même nombre de 100 clients, 77 seront satisfaits de l'aide technique reçue et recommanderont les centres à leurs amis et aux membres de leur famille.

Aucun problème majeur n'a été mis au jour. En général, les problèmes dont il a été fait mention avaient été prévus parce que les clients interrogés n'ont pas obtenu d'aide financière des CLDE. Le plus souvent, le commentaire était qu'une aide financière aurait dû être offerte.

### MÉTHODOLOGIE

Le rapport suivant se fonde sur un sondage téléphonique mené auprès des clients qui n'ont pas emprunté à l'une des trois CLDE de Terre-Neuve : le centre de développement communautaire (CDC) Humber, à Corner Brook; le CDC Trinity Conception, à Carbonear; et le CDC South Shore, à St. Alban's. Les auteurs y mesurent l'influence des centres et la satisfaction de la clientèle. Les principaux critères d'évaluation utilisés pour mesurer l'influence et la satisfaction sont les suivants : démarrages d'entreprises, améliorations ou agrandissements d'entreprises existantes, aide effectivement reçue, valeur de l'aide reçue, aide recommandée, temps épargné et aspects défavorables de la visite au centre. Ces derniers ont fourni des listes comptant au total 304 noms de clients qui ont ensuite été réduites à 234 noms pour toutes sortes de raisons comme un numéro de téléphone inexistant ou faux. Malgré l'impossibilité, pour diverses raisons, de joindre un certain nombre de clients, le taux de retour a été acceptable et on a obtenu une population finale interrogée de 65,4 % (153 des 234 clients). Une corporation de développement des entreprises (CDE) a obtenu un taux de réponse beaucoup plus élevé que les deux autres et ses données ont tendance à dominer les résultats.

## **INFLUENCE DU COUNSELLING DES ENTREPRISES**

Pour que les centres aient eu une influence favorable, la réponse d'un client devait satisfaire aux cinq conditions suivantes : il devait 1) s'être rendu dans un centre de counselling des entreprises, 2) avoir lancé ou amélioré une entreprise en partie grâce à l'aide technique du centre, 3) avoir reçu un certain type d'aide du centre, 4) avoir accordé une valeur élevée ou assez élevée à l'aide reçue et 5) se dire prêt à recommander l'aide du centre à un ami. D'après ces critères et les données réunies au cours du sondage, l'influence des CLDE a été évaluée à 30,7 % (47 des 153 clients). Les taux individuels des centres ont varié de 9,1 % à 44,4 %. De plus, quelque 7,8 % des clients interrogés (12 des 153) étaient sur le point de lancer une nouvelle entreprise ou d'améliorer celle qu'ils avaient déjà et croyaient que le centre avait eu une influence favorable sur leurs démarches. Si l'on additionne ce dernier pourcentage, on obtient une influence possible de 38,5 % (59 des 153 clients).

## **SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE RELATIVEMENT AU COUNSELLING DES ENTREPRISES**

La mesure de la satisfaction de la clientèle est un autre outil efficace pour décrire la réussite d'un centre de counselling des entreprises. Un client satisfait est un client qui répond aux trois critères suivants : 1) il s'est rendu dans un centre de counselling des entreprises, 2) il a apprécié l'aide reçue et 3) il recommanderait l'aide du centre à un ami. Selon ces trois critères, la satisfaction totale relativement aux CLDE a atteint 77,1 % (118 des 153 clients). Le taux de satisfaction a varié d'un centre à l'autre. Les taux individuels ont varié d'un faible 68,2 % à un maximum de 91,7 %.

## **PROBLÈMES RELIÉS AU COUNSELLING DES ENTREPRISES**

Les clients interrogés ont fait état de divers problèmes, mais aucun litigieux. Ceux dont ils ont fait mention étaient prévisibles compte tenu du fait qu'ils n'avaient pas obtenu d'aide financière du centre. Le commentaire le plus courant a été qu'une aide financière aurait dû être offerte.

On croit que les définitions utilisées pour définir l'influence des centres et la satisfaction à leur égard sont strictes et exactes et que toutes les nouvelles entreprises ou améliorations ont été comptabilisées. Il faut toutefois se rappeler que même si le taux de retour a été très favorable, à 65,4 %, la population du sondage était très petite, ce qui veut dire que la population de l'échantillonnage l'était aussi. Le sondage ne vise pas à mesurer rien d'autre que les indicateurs, soit l'influence et la satisfaction, qui sont clairement définis dans le présent rapport.

## COMMENTAIRES DES CLIENTS SUR LE PERSONNEL

Les clients ont beaucoup aimé le personnel des trois CLDE et ont apprécié l'atmosphère d'amabilité. Voici des commentaires courants :

- ▶ L'information fournie était honnête, concise et facile à suivre.
- ▶ Le personnel a eu une attitude très favorable.
- ▶ Le personnel a été très utile et informé.
- ▶ Je ne saurais être assez élogieux à l'égard du centre.
- ▶ Il était très facile de traiter avec le personnel.

## OBSERVATIONS

Les résultats de la présente étude auprès des clients des trois CLDE qui n'ont pas contracté d'emprunt se sont avérés très favorables, en particulier quand on les mesure en fonction des indicateurs de l'influence et de la satisfaction. Le sondage a permis d'entrevoir comment les clients perçoivent les centres et l'influence des services techniques offerts. Pendant tout le sondage, le personnel de l'APECA a fait plusieurs observations.

- ▶ Il peut souvent être futile de distinguer les clients et les réussites en fonction du sexe. Un grand nombre des clients inscrits comme des hommes formaient en fait un groupe composé d'hommes et de femmes.
- ▶ De nombreux clients percevaient mal le centre et ses services. Quelques clients ont proposé que l'objectif des centres et de l'APECA soit exprimé plus clairement tant par les médias que par le personnel.
- ▶ Souvent, l'opinion défavorable à l'égard du gouvernement déformait la perception qu'avaient les clients du centre proprement dit. Les critiques à l'égard des centres venaient souvent du découragement et de la frustration au sujet de l'économie et n'étaient pas nécessairement liés au centre ou à l'une de ses activités.
- ▶ Même si tous les clients interrogés n'avaient pas reçu d'aide financière directe par le biais des CLDE, une douzaine avaient reçu une certaine forme d'aide financière d'autres organismes gouvernementaux, par exemple Développement des ressources humaines Canada. On a demandé aux clients qui lançaient une entreprise s'ils avaient reçu une aide financière dans le cadre du Programme d'aide au travail indépendant. Tous les clients interviewés qui avaient reçu cette aide avaient lancé une entreprise.

---

## 1.0 Aperçu

---

On a mené un sondage auprès des clients de trois corporations locales de développement des entreprises (CLDE) de Terre-Neuve qui n'ont contracté aucun emprunt afin de déterminer l'influence de l'aide technique offerte. Les données de la population de l'échantillon des trois CLDE font état de résultats très favorables pour les centres. Avec un taux de satisfaction de 77,1 % et une mesure de l'influence favorable de 30,7 %, les résultats montrent que la clientèle perçoit les centres très favorablement et que ces derniers ont une influence également favorable sur l'économie de la région. Ces mesures laissent entendre que si 100 personnes désireuses de lancer ou d'agrandir une entreprise se rendent dans les centres, 31 d'entre elles lanceront effectivement l'entreprise ou procéderont à l'expansion voulue sans un prêt de la CLDE et grâce à l'aide technique qui y est offerte. De ce même nombre de 100 clients, 77 seront satisfaits de l'aide technique reçue et recommanderont les centres à leurs amis et aux membres de leur famille.

Aucun problème majeur n'a été mis au jour. En général, les problèmes dont il a été fait mention avaient été prévus parce que les clients interrogés n'ont pas obtenu d'aide financière des CLDE. Le plus souvent, le commentaire était qu'une aide financière aurait dû être offerte.

---

## 2.0 INTRODUCTION

---

Le présent rapport a pour objet d'évaluer l'influence des activités de counselling de trois CLDE de Terre-Neuve : le CDC Humber, à Corner Brook; le CDC Trinity Conception, à Carbonear; et le CDC South Coast, à St. Alban's. L'information recueillie auprès des clients des centres permet une évaluation précise des réalisations, des résultats et de l'influence des centres sur les clients qui ne reçoivent qu'une aide technique.

## 2.1 Contexte

Les niveaux des revenu et de l'emploi varient considérablement d'une région à l'autre du pays. L'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) a été créée pour s'assurer d'une distribution plus équitable des revenus et des emplois parmi les habitants du Canada atlantique. À cette fin, la mission de l'APECA relève ce défi en « favoris(ant), dans une association stratégique avec la population du Canada atlantique, le développement économique à long terme de la région par le renouvellement de l'esprit d'entreprise ».

Les programmes adoptés pour réaliser ces priorités stratégiques sont, depuis toujours, axés sur trois volets pour les petites et moyennes entreprises : les contributions, les prêts et les services d'appui. Les programmes de contributions et de prêts sont mesurés et évalués selon les systèmes en vigueur à l'APECA. Les services d'appui qui ne mènent pas directement aux deux premiers volets ne font actuellement l'objet d'aucune surveillance ni évaluation. Les corporations locales de développement économique (CLDE), créées dans le cadre du programme Développement des collectivités, assurent un aspect des services d'appui. Grâce à leurs efforts, de nouveaux entrepreneurs se lancent en affaires et d'autres déjà établis peuvent obtenir de l'aide pour l'établissement de plans d'affaires, des services de recherche, des services d'information et d'orientation, et des programmes de formation.

Compte tenu de la nature de certaines des activités et des objectifs des centres de développement des entreprises, il est très difficile d'évaluer leur influence sur les petites et moyennes entreprises. Diverses raisons expliquent cette situation et la plus importante est le produit même offert par les centres, soit des conseils aux entrepreneurs et aux gens d'affaires. Il est souvent difficile pour cette raison de déterminer l'incidence directe sur les PME.

## 2.2 Description des centres

L'étude a porté sur trois des quinze centres de développement des entreprises de Terre-Neuve qui ont été établis vers le milieu et la fin des années 80. Depuis leur constitution en corporation, ces centres ont offert de l'aide financière et technique en faveur du développement des petites entreprises et de la création d'emplois dans chacune des régions visées. En 1995, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) a assumé la responsabilité du programme Développement des collectivités et des centres.

La CLDE est considérée comme un guichet unique pour les services et les programmes d'appui du gouvernement. Grâce à cette formule, les clients admissibles n'ont très souvent pas à se rendre ailleurs pour obtenir de l'aide à l'entreprise, y compris de l'aide financière. Dans ces centres, le counselling des entreprises est la forme la plus courante d'aide au client, tant les nouveaux entrepreneurs que les gens d'affaires déjà établis. Le counselling des entreprises comprend des activités comme l'aide à la comptabilité, la préparation et l'évaluation de plans d'affaires et la discussion des idées mises de l'avant par les clients.

### 2.3 Sources des clients pour le sondage

Les centres ont fourni au personnel d'évaluation de l'APECA une liste de 304 noms de clients. Quand le personnel de l'APECA a communiqué avec ces clients, il leur a demandé s'ils avaient déjà reçu une aide financière directe des CLDE. Ceux qui en avaient reçue ont été retirés de la liste. Il a fallu procéder de cette façon pour se concentrer uniquement sur les clients qui n'avaient pas contracté d'emprunt. La population du sondage a ensuite été réduite à 234 pour des raisons comme des numéros de téléphone inexistants ou faux. Malgré que le personnel n'a pas réussi, pour diverses raisons, à joindre un certain nombre de clients, le taux de retour s'est situé au pourcentage acceptable de 65,4 %, soit 153 des 234 clients. La majorité d'entre eux, 62 %, venaient d'une même CLDE. Cette dernière a donc eu une influence disproportionnée sur les résultats pour la province.

---

## 3.0 MÉTHODOLOGIE

---

La Division de l'évaluation de l'APECA a mis au point les indicateurs du sondage. Ces derniers ont été axés sur deux volets : l'incidence sur le développement économique et la satisfaction concernant le counselling des entreprises. Une fois ces indicateurs établis, la Division a conçu un questionnaire pour mesurer les aspects les plus importants.

Le sondage a été conçu pour des entrevues avec trois types de clients : ceux qui souhaitent lancer une nouvelle entreprise; ceux qui souhaitent améliorer leur entreprise ou lui faire prendre de l'expansion; et ceux qui se rendent au centre pour une autre raison. Le questionnaire figure à l'annexe A. Selon les prévisions, la majorité des clients souhaiteraient soit lancer une entreprise, soit améliorer celle qu'ils possèdent déjà. Chacune des sections qui portent sur ces clients reprend les mêmes questions pour permettre la comparaison des résultats.

Après avoir reçu et trié les listes, le personnel de l'évaluation a communiqué avec les clients. Il a fallu s'y prendre à plusieurs reprises pour joindre les clients et s'assurer d'un échantillon de population bien stratifié. Pendant les entrevues, on a consigné les commentaires qualitatifs sur les centres, après avoir informé les clients que les résultats seraient utilisés sous forme globale seulement et que leur participation était volontaire et anonyme.

---

## 4.0 LIMITES

---

Le sondage a porté sur les clients qui n'avaient pas reçu d'aide financière des CLDE. Comme ces centres dispensent des conseils aux nouveaux entrepreneurs ou à ceux qui possèdent déjà des entreprises, diverses limites peuvent influencer le sondage. L'influence des conseils est particulièrement difficile à mesurer parce que les changements de comportement ne se matérialisent pas nécessairement immédiatement. Les conseils donnés à un nouvel entrepreneur peuvent raccourcir le délai de création d'une entreprise, mais il est difficile de le déterminer. D'autres limites valent aussi. Les réponses qualitatives peuvent prêter à subjectivité et, par conséquent, il a fallu utiliser des multiplicateurs prudents, car de nombreuses réponses aux questions du sondage se fondaient sur des perceptions. Les listes de clients fournies par les centres pourraient ne pas être entièrement représentatives. Les clients peuvent ne pas être en mesure de se rappeler du type et de la qualité de l'aide reçue. Les perceptions d'une CLDE en particulier peuvent également influencer les réponses des clients.

---

## 5.0 Analyse de la population

---

### 5.1 Population

La liste des 304 clients reçue des CLDE a fait l'objet d'un tri et d'une stratification selon le sexe : hommes, femmes et groupes. La liste a ensuite été réduite pour des raisons comme des numéros de téléphone inexistantes ou faux. Finalement, la population totale du sondage s'est élevée à 234 personnes. La liste des clients contient deux fois plus d'hommes que de femmes : les hommes représentent en effet 61,5 % (144), les femmes 30,8 % (72) et les groupes 7,7 % (18) (tableau 1). Pendant les entrevues, il est devenu évident qu'un bon nombre des clients inscrits comme des hommes étaient en fait des groupes composés d'hommes et de femmes. Cette situation pourrait expliquer le pourcentage extrêmement élevé d'hommes parmi la clientèle.

**Tableau 1**  
**Stratification de la population**  
**par sexe**

<b>Homme</b>	<b>%</b>	<b>Femme</b>	<b>%</b>	<b>Groupe</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
144	61,5	72	30,8	18	7,7	234	100

## 5.2 Population de l'échantillon

Comme la population était assez limitée, il fallait un taux de retour très élevé pour s'assurer de résultats fiables et pertinents. Un taux de retour cible de 35 % avait été établi. En réalité, il a été beaucoup plus élevé que prévu, avec 65,4 %. Les 34,6 % restants n'ont pas pu être joints. La stratification par sexe de la population de l'échantillon est très semblable à celle de la population totale (tableau 2).

**Tableau 2**  
**Stratification de l'échantillon**  
**par sexe**

Homme	%	Femme	%	Groupes	%	Total	%
96	62,7	45	29,4	12	7,8	153	100

---

## 6.0 INFLUENCE DU COUNSELLING DES ENTREPRISES

---

Le sondage mené auprès de la population de l'échantillon avait pour objet de mesurer l'influence du counselling des entreprises dans le cas des clients qui n'ont pas reçu d'aide financière. Les critères d'une influence favorable s'appuyaient sur cinq conditions : 1) le client s'est rendu dans un centre pour y obtenir du counselling, 2) il a lancé ou amélioré son entreprise grâce, en partie, à l'aide du centre, 3) il a reçu une aide quelconque du centre, 4) il a beaucoup ou modérément apprécié l'aide reçue et 5) il recommanderait l'aide des centres à un ami. Le personnel d'évaluation de l'APECA croit que ces mesures sont assez strictes pour refléter avec précision ce qu'on juge une influence favorable du centre de développement des entreprises.

Les résultats du sondage révèlent que les centres ont eu une influence opportune sur le lancement de 27,4 % (34 clients sur 124) et l'amélioration de 46,4 % (13 clients sur 28) de toutes les entreprises (tableau 3). L'influence totale sur les clients qui cherchent à lancer une nouvelle entreprise ou à prendre de l'expansion s'est élevée à 30,7 % (47 clients sur 153). De plus, quelque 7,8 % (12 clients sur 153) des clients interrogés ont lancé ou amélioré leur entreprise et croyaient que les centres avaient eu une influence favorable sur leurs démarches. Le pourcentage général s'établit ainsi à 38,5 %.

**Tableau 3**  
**Influence favorable du counselling des entreprises**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Démarrages d'entreprises</b>	34/124	27,4
<b>Améliorations d'entreprises en place</b>	13/28	46,4
<b>Autres raisons des entrepreneurs</b>	0/1	0
<b>Influence totale</b>	47/153	30,7

---

## **7.0 SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE À L'ÉGARD DU COUNSELLING DES ENTREPRISES**

---

Le succès d'un centre de développement des entreprises peut également se mesurer par la satisfaction de sa clientèle. Aux fins du présent rapport, un client satisfait est un client qui répond aux trois critères suivants : 1) il s'est rendu dans un centre de counselling des entreprises; 2) il a apprécié l'aide reçue et 3) il recommanderait l'aide des centres à un ami. Selon ces critères, le pourcentage total de satisfaction s'est élevé à 77,1 %.

Les résultats pour les clients qui cherchaient de l'aide pour lancer une entreprise ont été légèrement supérieurs à ceux qui voulaient plutôt donner de l'expansion à leur entreprise ou l'améliorer, avec des taux de satisfaction respectifs de 79 % et de 71,4 % (tableau 4). La satisfaction de la clientèle revêt beaucoup d'importance pour les centres de développement des entreprises, car la majeure partie de leur publicité se fait par le bouche à oreille. On prévoit, dans l'avenir, que les clients satisfaits continueront à adresser des amis et des connaissances aux centres et qu'ils contribueront ainsi à leur croissance. Cette croissance renforce l'autonomie des centres et donne plus de ressources pour continuer à servir la collectivité et à y réinvestir.

**Tableau 4**  
**Satisfaction de la clientèle**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Démarrages d'entreprises</b>	98/124	79,0
<b>Améliorations d'entreprises en place</b>	20/28	71,4
<b>Autres raisons des entrepreneurs</b>	0/1	0
<b>Satisfaction totale</b>	118/153	77,1

---

## 8.0 ANALYSE DES DONNÉES

---

La création du questionnaire utilisé dans le sondage a nécessité beaucoup de temps et de réflexion. Les membres du personnel d'évaluation de l'APECA estimaient que les aspects et les questions qui suivent serviraient d'outils d'évaluation des centres et de leurs activités. Les sections suivantes portent sur ces renseignements et font état des données recueillies au cours du sondage.

### 8.1 Connaissance des centres

La première question posée à tous les membres de la population interrogée a porté sur la façon dont ils avaient d'abord appris l'existence des centres et de leurs services. La réponse la plus courante a été le bouche à oreille. (tableau 5).

**Tableau 5**  
**Sources d'information**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Journaux</b>	11	7,2
<b>Radio</b>	0	0
<b>Télévision</b>	0	0
<b>Annuaire téléphonique</b>	0	0
<b>Bouche à oreille</b>	72	47
<b>*Autre</b>	70	45,8
<b>Total</b>	153	100

\*Les clients qui forment cette catégorie savaient déjà que le centre existait, avaient été informés par un autre organisme (DRHC), une banque, un comptable ou la BDC, ils avaient participé à un cours de formation ou en avaient été informés par un ami ou un membre de la famille.

Il importe également de signaler qu'être au courant de l'existence d'un centre signifie souvent que les clients s'informent davantage des services et des activités qui y sont offerts. La majorité des personnes interviewées savaient effectivement que ces centres existaient, mais ne savaient pas très bien quels services y étaient offerts.

**Tableau 6**  
**Autres sources d'information**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>A toujours su que le centre existait</b>	14	20
<b>DRHC</b>	26	37,1
<b>Cours de formation</b>	11	15,7
<b>Amis</b>	8	11,5
<b>Banque</b>	6	8,6
<b>Comptable</b>	4	5,7
<b>BDC</b>	1	1,4
<b>Total</b>	70	100

## **8.2 Raison de la visite**

Cent vingt-quatre des 153 clients interrogés, ou 81 %, s'étaient rendus dans un centre parce qu'ils voulaient lancer une entreprise; 18,3 % (28) s'y étaient rendus parce qu'ils voulaient agrandir ou améliorer une entreprise. Seulement un client avait utilisé les services d'un centre pour d'autres raisons de nature entrepreneuriale. En général, presque tous les clients s'y étaient rendus pour y obtenir une aide financière. Même si la raison principale de nombreux clients était l'aide financière, il s'y étaient aussi rendus pour obtenir une aide plus technique comme de l'information, des services d'aiguillage, de counselling et autre.

## **8.3 Aide effectivement reçue**

Le sondage n'a porté que sur les clients qui n'avaient pas obtenu d'aide financière directe des CLDE. Des 153 clients interrogés, 92,8 % (142) avaient, dans les faits, reçu une certaine forme d'aide technique par suite de leur visite dans un centre (tableau 7).

**Tableau 7**  
**Aide effectivement reçue,**  
**stratifiée par type**

Aide reçue	Nombre	Pourcentage	Aide effectivement reçue			
			Oui	%	Non	%
Information	29	19	25	16,3	4	2,6
Aiguillage	8	5,2	7	4,6	1	0,7
Counselling	116	75,8	110	71,9	6	3,9
Autre	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>100</b>	<b>142</b>	<b>92,8</b>	<b>11</b>	<b>7,2</b>

#### 8.4 Recommandation à des amis

Compte tenu de l'importance du bouche à oreille pour une CLDE, on a demandé à tous les clients s'ils recommanderaient les services qu'ils avaient reçus à un ami. Les résultats ont été très favorables avec 78,4 % (120 des 153 clients) des clients prêts à recommander le centre à un ami ou à un membre de la famille (tableau 8).

**Tableau 8**  
**Recommandation à des amis**

Aide reçue	Recommandation à des amis			
	Oui	%	Non	%
Information	18	11,8	11	7,2
Aiguillage	6	3,9	2	1,3
Counselling	96	62,7	20	13,1
Autre	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>78,4</b>	<b>33</b>	<b>21,6</b>

## 8.5 Valeur de l'aide

La majorité des clients, 85,2 % (121 des 142 clients qui ont effectivement reçu une certaine forme d'aide technique) ont accordé une valeur élevée ou modérée aux services des centres. Seulement 14,8 % (21 des 142 clients qui ont effectivement reçu une certaine forme d'aide technique) étaient d'avis que la qualité des services était modérément faible ou faible (tableau 9).

**Tableau 9**  
**Valeur de l'aide reçue**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Quatre (élevé)</b>	51/142	36
<b>Trois (modérément élevé)</b>	70/142	49,2
<b>Deux (modérément faible)</b>	12/142	8,5
<b>Un (faible)</b>	9/142	6,3
<b>Total</b>	142/142	100

## 8.6 Épargne de temps

Quatre-vingt-dix-huit des 153 clients interrogés (64,1 %) étaient d'avis que les centres leur avaient permis d'épargner du temps. Cette constatation est intéressante parce que seulement 48 (30,7 %) des clients ont dans les faits lancé ou amélioré une entreprise.

Les clients qui n'ont pas réussi à lancer leur entreprise étaient souvent reconnaissants envers les centres. À leur avis, les centres les avaient empêchés de commettre de graves erreurs financières. Plusieurs clients s'étaient rendus compte, après avoir consulté un centre, que le lancement ou l'agrandissement de leur entreprise n'était pas la meilleure solution pour eux. Ces clients étaient particulièrement reconnaissants aux centres de leur avoir ouvert les yeux.

## 8.7 Démarrages d'entreprises

Parmi les 124 clients désireux de lancer une entreprise qui s'étaient rendus dans une CLDE, 29 % (36 clients) ont réussi et attribuent au moins en partie leur réussite au centre et à son personnel. Ces 36 clients étaient d'avis que les centres les avaient guidés dans la bonne voie, les avaient aidés à mieux se structurer et avaient élargi leurs horizons. La majorité des clients étaient satisfaits des services des centres et croyaient qu'il s'agissait d'une ressource utile à l'économie de la région.

La majorité des autres clients, ceux qui n'ont pas réussi à lancer leur entreprise, n'en appréciaient pas moins les centres. Ils ont dit qu'ils avaient quitté ces derniers mieux renseignés, et avec de nouvelles idées, convaincus que la poursuite d'autres options serait bénéfique.

### 8.8 Effets du programme d'aide au travail indépendant (ATI)

On a demandé aux clients qui avaient lancé une entreprise s'ils avaient reçu de l'aide dans le cadre du Programme d'aide au travail indépendant (ATI). Ce programme est financé par Développement des ressources humaines Canada et administré par les CLDE. Parmi les 36 entreprises lancées, 19 (52,8 %) l'avaient été avec l'aide du programme ATI. Tous les clients de ce programme avaient lancé une entreprise.

### 8.9 Sources de financement pour les nouvelles entreprises

Outre la participation au programme ATI, on a demandé à chacun des clients de préciser à quel type de financement il avait eu recours pour lancer son entreprise. Les seules méthodes de financement utilisées étaient les fonds personnels, 86,1 % (31 des 36 entreprises lancées) et les banques à charte, 38,9 % (14 des 36 entreprises lancées) (tableau 10).

**Tableau 10**  
**Sources de financement**

Source de financement	Nombre	Pourcentage
Fédéral	0	0
Provincial	0	0
Banques	14	38,9
Famille	0	0
Privée	0	0
Personnelle	31	86,1

### 8.10 Améliorations d'entreprises

Parmi les 28 clients désireux d'agrandir ou d'améliorer leur entreprise, 13 (46,4 %) y étaient parvenus. La majeure partie d'entre eux attribuaient au moins en partie leur succès aux centres et croyaient qu'il s'agissait d'une excellente ressource pour les petites et moyennes entreprises.

### 8.11 Autres raisons

Le seul client interrogé qui s'était rendu dans l'un des centres pour une raison autre que le démarrage ou l'agrandissement d'une nouvelle y était allé pour y loger une plainte. Malheureusement, ce client n'était pas satisfait des services du centre.

---

## 9.0 Problèmes

---

Un certain nombre de problèmes non quantifiables ont été soulevés par les clients interrogés. On les a constatés dans les commentaires et les questions ouvertes, de même qu'à partir d'un certain nombre de questions du sondage qui ne permettraient pas de mesurer les réponses du client par des « réponses strictes ». Parmi les problèmes soulevés, citons le refus d'aide financière, et l'éloignement par rapport aux centres.

De nombreux clients qui se sont rendus dans les centres s'attendaient à y obtenir une aide financière, quelle qu'était leur idée d'entreprise et ils ont très souvent été déçus et fâchés de ne pas recevoir d'argent. Certains étaient d'avis que les centres devraient être moins sévères au sujet des prêts. Certains clients croyaient que leur demande de prêt avait été refusée parce que le conseiller n'était pas intéressé à leur idée.

Les clients se sont dits préoccupés par le « penchant défavorable » concernant l'entrepreneuriat dans les descriptions de la situation à cet égard.

Il arrive souvent que le client ne se rende pas compte de la valeur des services reçus et, par conséquent, qu'il n'attribue pas une partie de son succès aux centres. Il est également très courant que les clients ne sachent pas s'ils ont épargné du temps ou non. Cela s'est souvent produit pour les clients qui avaient une bonne idée d'entreprise et avec lesquels les centres avaient travaillé pour donner forme à cette idée.

Il est essentiel de se rappeler que nous parlons de clients qui n'ont pas obtenu d'aide financière des centres et, par conséquent, qu'ils peuvent avoir des idées contraires.

En général, les clients étaient très satisfaits des services du centre et certains ont même dit qu'il s'agissait d'une « ressource indispensable » de la région.

---

## 10.0 Commentaires des clients sur le personnel

---

Les clients ont beaucoup aimé le personnel des trois CLDE et ont apprécié l'atmosphère d'amabilité. Voici des commentaires courants :

- ▶ L'information fournie était honnête, concise et facile à suivre.
- ▶ Le personnel a eu une attitude très favorable.
- ▶ Le personnel a été très utile et informé.
- ▶ Je ne saurais être assez élogieux à l'égard du centre.
- ▶ Il était très facile de traiter avec le personnel.

---

## 11.0 Observations

---

Les résultats de l'étude auprès des clients des trois CLDE qui n'ont pas contracté d'emprunt se sont avérés très favorables, en particulier quand on les mesure en fonction des indicateurs de l'influence et de la satisfaction. Le sondage a permis d'entrevoir comment les clients perçoivent les centres et l'influence des services techniques offerts. Pendant tout le sondage, le personnel de l'APECA a fait plusieurs observations.

- ▶ Il peut souvent être futile de distinguer les clients et les réussites en fonction du sexe. Un grand nombre des clients inscrits comme des hommes formaient en fait un groupe composé d'hommes et de femmes.
- ▶ De nombreux clients percevaient mal le centre et ses services. Quelques clients ont proposé que l'objectif des centres et de l'APECA soit exprimé plus clairement tant par les médias que par le personnel.
- ▶ Souvent, l'opinion défavorable à l'égard du gouvernement déformait la perception qu'avaient les clients du centre proprement dit. Les critiques à l'égard des centres venaient souvent du découragement et de la frustration au sujet de l'économie et n'étaient pas nécessairement liés au centre ou à l'une de ses activités.
- ▶ Même si tous les clients interrogés n'avaient pas reçu d'aide financière directe par le biais des CLDE, une douzaine avaient reçu une certaine forme d'aide financière d'autres organismes gouvernementaux, par exemple Développement des ressources humaines Canada. On a demandé aux clients qui lançaient des entreprises s'ils avaient reçu de l'aide financière dans le cadre du Programme d'aide au travail indépendant (ATI).

Annexe A

SONDAGE DE L'APECA sur les corporations locales de développement

INSTRUCTIONS GÉNÉRALES

- L'interviewer doit lire chacune des séries d'instructions qui accompagnent le sondage.
- Toutes les réponses doivent être consignées clairement et textuellement.
- Il faut éviter de paraphraser et de reformuler les réponses.

---

---

INTRODUCTION

Bonjour, je m'appelle Ed Russell et je fais un sondage pour le compte de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique.

Ce sondage s'adresse aux clients qui ont utilisé les services de la corporation locale de développement.

Le présent sondage a pour objet de mesurer l'influence de la corporation locale de développement et il ne devrait pas falloir plus de 5 minutes pour répondre aux questions. Les résultats demeureront anonymes et complètement confidentiels.

---

---

Première question :

1. Avez-vous reçu de l'aide financière par suite d'une visite à la corporation locale de développement?  
A. Oui ..... 01  Passer aux remerciements  
B. Non ..... 02  Passer à la Q. 2
  
2. Comment avez-vous entendu parler la première fois de la corporation locale de développement?  
A. Journaux ..... 03   
B. Radio ..... 04   
C. Télévision ..... 05   
D. Annuaire téléphonique ..... 06   
E. Bouche à oreille ..... 07   
F. Autre (précisez) : \_\_\_\_\_ ..... 08
  
3. Pourquoi vous êtes-vous rendu dans une corporation locale de développement?  
A. Pour lancer une entreprise? ..... 09  Passer à la Q. 4  
B. Pour améliorer une entreprise? ..... 10  Passer à la Q. 10  
C. Autre raison? \_\_\_\_\_ ..... 11  Passer à la Q. 16.

**Démarrage d'une entreprise**

- I. 4. Quel type de service recherchez-vous?
- A. Information ..... 12
  - B. Aiguillage ..... 13
  - C. Conseils ..... 14
  - D. Autre (précisez) : \_\_\_\_\_ ..... 15

- I. 5. Quelle aide avez-vous effectivement reçue au cours de votre visite?

Type d'aide	a. Reçue à la visite		b. Valeur du service Échelle de 1 à 4		c. Recommanderait le service à des amis	
	Oui	Non	Faible . . . . .	Élevée	Oui	Non
Information	16	17		18	19	20
Aiguillage	21	22		23	24	25
Conseils	26	27		28	29	30
Autre*	31	32		33	34	35

\*Si autre, préciser le type d'aide : \_\_\_\_\_

- I. 6. Votre visite vous a-t-elle aidée à lancer une entreprise?
- A. Oui ..... 36  Passer à la Q. 7
  - B. Non ..... 37  Passer à la Q. 9
- I. 6. A. Dans l'affirmative, avez-vous reçu de l'aide financière dans le cadre du programme ATI ou PATI de l'assurance-emploi?
- A. Oui ..... 36(A)
  - B. Non ..... 36(B)
- I. 6. B. Quelles autres sources de financement ou capitaux avez-vous utilisées pour lancer votre entreprise?
- A. Fédéral ..... 36(C)
  - B. Provincial ..... 36(D)
  - C. Banques ..... 36(E)
  - D. Famille ..... 36(F)
  - E. Privée ..... 36(G)
  - F. Personnelle ..... 36(H)
- I. 7. L'aide vous a-t-elle fait épargner du temps?
- A. Oui ..... 38
  - B. Non ..... 39
- I. 8. Qu'avez-vous fait différemment par suite de votre visite?
- Observations \_\_\_\_\_ ..... 40
- I. 9. Quels aspects de votre visite à la corporation locale de développement n'ont pas été bénéfiques?

Observations \_\_\_\_\_ ..... 41

I. 9 a) Avez-vous des commentaires, des questions ou des observations à faire en conclusion?

**FIN DU QUESTIONNAIRE, MERCI**

---

---

**MERCI**

Merci de votre temps et de votre collaboration. Si vous avez des questions concernant ce sondage, veuillez communiquer avec Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au 1-506-452-3739.

**Entreprise existante**

- II. 10. Quel type de service recherchez-vous? 42   
 A. Information ..... 42   
 B. Aiguillage ..... 43   
 C. Conseils ..... 44   
 D. Autre (précisez) : \_\_\_\_\_ 45

II. 11. Quelle aide avez-vous reçue au cours de votre visite?

Type d'aide	a. Reçue à la visite		b. Valeur du service Échelle de 1 à 4		c. Recommanderait le service à des amis	
	Oui	Non	Faible. . . . .	Élevée	Oui	Non
Information	46	47		48	49	50
Aiguillage	51	52		53	54	55
Conseils	56	57		58	59	60
Autre*	61	62		63	64	65

\*Si autre, préciser ou décrire l'aide : \_\_\_\_\_

- II. 12. Avez-vous apporté des changements dans votre entreprise par suite de votre visite à la corporation locale de développement?  
 A. Oui ..... 66  Passer à la Q. 13  
 B. Non ..... 67  Passer à la Q. 15

- II. 13. L'aide vous a-t-elle fait épargner du temps?  
 A. Oui ..... 68   
 B. Non ..... 69

II. 14. Qu'avez-vous fait différemment par suite de votre visite?  
 Observations : \_\_\_\_\_ 70

II. 15. Quels aspects de votre visite à la corporation locale de développement n'ont pas été bénéfiques?  
 Observations : \_\_\_\_\_ 71

II. 15 a) Avez-vous des commentaires, des questions ou des observations à faire en conclusion?

**FIN DU QUESTIONNAIRE, MERCI**

---

**MERCI**

Merci de votre temps et de votre collaboration. Si vous avez des questions concernant ce sondage, veuillez communiquer avec Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au 1-506-452-3739.

**Visite pour d'autres motifs**

III. 16. Quel était le but spécifique de votre visite à la corporation locale de développement?

Description: \_\_\_\_\_ 72

III. 17. Le personnel de Humber a-t-il répondu à vos besoins?

A. Oui ..... 73  Passer à la Q. 18

B. Non ..... 74  Passer à la Q. 21

III. 18. L'aide ou le centre ont-ils été utiles?

A. Aiguillage ..... 75

B. Information ..... 76

C. Autre : \_\_\_\_\_ 77

III. 19. Le centre vous a-t-il fait épargner du temps?

A. Oui ..... 78

B. Non ..... 79

III. 20. Qu'avez-vous fait différemment par suite de votre visite?

Description: \_\_\_\_\_ 80

III. 21. Quels aspects de la visite à la corporation locale de développement n'ont pas été bénéfiques?

Commentaire : \_\_\_\_\_ 81

III. 21a) Avez-vous des commentaires, des questions ou des observations à faire en conclusion?

**FIN DU QUESTIONNAIRE, MERCI**

---

---

**MERCI**

Merci de votre temps et de votre collaboration. Si vous avez des questions concernant ce sondage, veuillez communiquer avec Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au 1-506-452-3739.