

**RAPPORT CONCERNANT LES EFFETS  
DES CLDE DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE  
SUR LEURS CLIENTS ET  
LEUR SATISFACTION**

**Janvier 1998**

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



**Atlantic Canada  
Opportunities  
Agency**

**Agence de  
promotion économique  
du Canada atlantique**

## Remerciements

Les chercheurs tiennent à remercier de leur appui et de leur collaboration le personnel et le conseil d'administration de tous les centres d'aide aux entreprises qui se sont prêtés à cette étude : la CLDE Blue Water, à Sheet Harbour; la CLDE du comté de Shelburne, à Shelburne; le Centre d'aide aux entreprises du comté de Hants; la Yarmouth Regional Business Corporation, à Yarmouth; Growth Opportunities Limited, à Digby; le Centre d'aide aux entreprises Inrich, à Inverness; Coastal Business Opportunities Incorporated, à Sydney; et la Corporation locale de développement économique Northside, à North Sydney. Les centres ont entièrement collaboré à l'étude en fournissant la liste de leurs clients, en donnant des renseignements de référence et en ne ménageant pas leurs efforts pour répondre à toutes nos questions. Les centres et leur personnel ont manifesté un esprit de collaboration et ont fait preuve de professionnalisme pendant nos travaux et ont été d'un précieux secours pour la réalisation de cette recherche. Sans eux, elle n'eût pas été possible.

**Le personnel de l'APECA a préparé ce rapport dans le but de conseiller la direction de l'APECA. Il ne vise qu'à favoriser la discussion interne et la prise de décisions relatives aux opérations et à l'orientation de l'APECA.**

## TABLE DES MATIÈRES

Sommaire .....	i
1.0 Aperçu .....	Page 1
2.0 Introduction .....	Page 1
2.1 Contexte .....	Page 1
2.2 Description des centres .....	Page 2
2.3 Origine des clients interrogés .....	Page 2
3.0 Méthode .....	Page 3
4.0 Limites .....	Page 3
5.0 Analyse de la population .....	Page 4
5.1 La population .....	Page 4
5.2 Population échantillon .....	Page 4
6.0 Effets des conseils donnés aux entreprises .....	Page 5
7.0 Satisfaction des clients à l'égard des conseils donnés aux entreprises .....	Page 6
8.0 Analyse des données .....	Page 6
8.1 Connaissance du centre .....	Page 6
8.2 Motif de la visite .....	Page 7
8.3 Aide réelle obtenue et recommandation aux amis .....	Page 7
8.4 Valeur de l'aide .....	Page 8
8.5 Temps épargné .....	Page 8
8.6 Démarrages d'entreprise .....	Page 9
8.7 Effets du programme Prestations pour activités indépendantes (PAI) ...	Page 9
8.8 Sources de financement .....	Page 10
8.9 Améliorations et expansions d'entreprise .....	Page 10
8.10 Autres motifs .....	Page 10
9.0 Questions .....	Page 10
10.0 Observations .....	Page 11
Annexe A .....	I

## **Tableaux**

<b>Tableau 1</b>	<b>Stratification de la population par sexe .....</b>	<b>Page 4</b>
<b>Tableau 2</b>	<b>Stratification de l'échantillon par sexe .....</b>	<b>Page 5</b>
<b>Tableau 3</b>	<b>Effets positifs des conseils aux entreprises .....</b>	<b>Page 5</b>
<b>Tableau 4</b>	<b>Satisfaction des clients .....</b>	<b>Page 6</b>
<b>Tableau 5</b>	<b>Sources d'information .....</b>	<b>Page 7</b>
<b>Tableau 6</b>	<b>Aide réelle reçue et recommandation aux amis .....</b>	<b>Page 8</b>
<b>Tableau 7</b>	<b>Valeur de l'aide reçue .....</b>	<b>Page 8</b>
<b>Tableau 8</b>	<b>Satisfaction des clients du PAI et effets du programme sur eux .....</b>	<b>Page 9</b>
<b>Tableau 9</b>	<b>Sources de financement .....</b>	<b>Page 10</b>

## **Sommaire**

### ***Aperçu***

Le sondage a porté sur les clients non emprunteurs de huit des treize corporations locales de développement économique (CLDE); il visait à déterminer l'incidence de l'aide technique qui leur était offerte. Les renseignements tirés de la population échantillon des CLDE montrent que les résultats des centres sont très bons. Le taux de satisfaction de 80,2 % et une mesure des effets très positive de 40,1 % révèlent que la clientèle des CLDE voit les corporations d'un très bon oeil et que celles-ci influent de manière utile sur l'économie de la région. Ces mesures indiquent provisoirement que, pour 100 personnes qui consultent le centre et qui sont intéressées à mettre sur pied ou à développer leur entreprise, 40 passeront effectivement à l'action sans avoir recours à un emprunt d'une CLDE mais en faisant appel à l'aide technique du centre. De ce nombre de clients, 80 se satisferont de l'aide technique obtenue et recommanderont à leurs amis et à leur famille de recourir aux services des centres.

Aucune question importante ne se dégage du sondage. Généralement, les doléances exprimées étaient prévisibles, car les clients interrogés se recrutaient chez ceux qui n'ont pas obtenu d'aide financière. La remarque la plus fréquente était qu'ils auraient dû recevoir de l'aide financière.

### ***Méthode***

Ce rapport découle d'un sondage téléphonique mené auprès de clients non emprunteurs. Le rapport mesure les effets des centres sur leurs clients et la satisfaction de ceux-ci à leur égard. Les principaux domaines ayant servi à évaluer les effets des centres et la satisfaction à leur égard étaient les démarrages d'entreprise, l'amélioration ou l'expansion d'entreprises existantes et l'aide réelle reçue, la valeur de l'aide reçue, la recommandation du recours au centre, le temps épargné et les aspects négatifs de la consultation. Les centres ont fourni une liste de 458 clients, dont le nombre a été ramené à 328 noms pour des raisons comme le débranchement du téléphone ou de mauvais numéros. En dépit du fait que maints clients n'ont pu être joints pour diverses raisons, le taux de réponse a été acceptable, la population finale sondée se situant aux environs de 80 %, soit 262 clients sur 328.

On estime que les définitions ayant servi à cerner l'incidence des centres de conseils aux entreprises et la satisfaction à leur égard sont rigoureuses et pertinentes, et seules les entreprises créées ou visées par des améliorations ont été prises en compte. Toutefois, il ne faut pas oublier que, même si le taux de réponse de 80 % est satisfaisant, la population interrogée était petite et, de ce fait, l'échantillon qu'elle constituait était aussi réduit. L'enquête ne vise pas à faire des généralisations ni des mesures autres que celles des indices — l'incidence et la satisfaction — qui sont spécifiquement définis dans ce rapport. De nombreux clients étaient prêts à mettre sur pied leur entreprise, et les effets possibles étaient plus marqués que ce que traduit ce rapport.

### ***Effets des conseils donnés aux entreprises***

Pour qu'un centre ait des effets positifs, il fallait qu'un client réponde à la fois aux cinq conditions suivantes : 1) il était venu à un centre de conseils aux entreprises; 2) il avait reçu une certaine aide du centre; 3) il accordait une grande ou une assez grande importance à l'aide reçue; 4) il avait mis sur pied une entreprise ou avait amélioré une entreprise existante en partie à cause de l'aide technique obtenue au centre; 5) il recommanderait à des amis de se prévaloir des services du centre. D'après ces critères et selon les renseignements recueillis pendant l'enquête, l'incidence des CLDE était de 40,1 %.

### ***Satisfaction des clients***

Le succès des centres de conseils aux entreprises peut aussi se mesurer efficacement à la satisfaction de leurs clients. Un client satisfait est celui qui répond aux trois conditions suivantes : 1) il s'est rendu à un centre de conseils aux entreprises; 2) il juge utile l'aide reçue; 3) il recommanderait à des amis de se prévaloir des services du centre. D'après ces critères, le taux de satisfaction globale à l'égard des centres était de 80,2 %.

### ***Questions liées aux conseils donnés aux entreprises***

Les clients interrogés ont soulevé de multiples questions. En revanche, aucune question controversée n'a été exprimée. Et les doléances étaient prévisibles, car les clients sondés étaient ceux qui n'avaient pas obtenu d'aide financière des centres.

Des clients ont déploré parfois la manière dont ils ont vu leur demande rejetée. Un client a même avancé que le personnel du centre était des « banquiers en tenue ordinaire ». On a aussi regretté que des conseillers n'avaient manifesté aucun intérêt à l'égard du projet d'entreprise et qu'ils étaient très opposés au plan et au fait que le client puisse devenir entrepreneur. Cela donne à penser qu'il faudrait peut-être que les CLDE soignent davantage leurs communications personnelles avec leurs clients. En général, les observations générales étaient positives, et de nombreux clients ont décrit les centres comme « une ressource indispensable à la collectivité ».

## *Observations*

Les résultats de cette étude sont très positifs, surtout lorsqu'on les compare aux indices de l'incidence et de la satisfaction. L'étude permet de connaître en bref la perception qu'ont les clients des centres ainsi que les répercussions des services techniques qu'ils offrent. Pendant la tenue de l'enquête, plusieurs observations ont été faites.

- ▶ Il peut souvent être inutile de séparer et d'examiner les clients et leurs succès en fonction de leur sexe. Maints clients inscrits sous le nom d'un homme étaient en fait des groupes; il s'agissait habituellement de couples.
- ▶ Beaucoup de clients entretenaient de fausses idées sur les centres et leurs services. Quelques clients ont proposé que les objectifs du centre et de l'APECA soient mieux exposés dans les médias et par le personnel des CLDE et de l'APECA.
- ▶ Souvent, l'opposition au gouvernement déformait l'opinion que se faisaient les clients des centres. Des observations défavorables à l'égard des centres étaient souvent le fait du dépit ou de la frustration à l'égard de l'économie sans être forcément liées aux centres eux-mêmes ni à aucune de leurs activités.
- ▶ On a demandé aux clients de trois centres seulement s'ils avaient reçu de l'aide dans le cadre du programme Prestations pour activités indépendantes (PAI). La plupart des clients interrogés et qui avaient reçu de l'aide du PAI avaient créé leur entreprise. Les entrevues antérieures ne comportaient pas de questions sur ce programme, et les généralisations dans ce domaine ne s'appliquent pas à toutes les CLDE visées par l'enquête.

Compte tenu de l'importance des effets révélés par les sondages, il faut savoir gré tout particulièrement aux CLDE de la partie continentale de la province d'avoir assuré un développement économique à peu de frais.

## **1.0 Aperçu**

Le sondage a porté sur les clients non emprunteurs de huit corporations locales de développement économique (CLDE); il visait à déterminer l'incidence de l'aide technique qui leur était offerte. Les cinq sociétés de la Nouvelle-Écosse continentale étaient les suivantes : la Corporation locale de développement économique Blue Water, le Centre d'aide aux entreprises de Hants-Kings, la Yarmouth Regional Business Corporation, le Centre d'aide aux entreprises du comté de Shelburne et South Shore Opportunities. Les trois organismes du Cap-Breton étaient : la Corporation locale de développement économique Northside, le Centre d'aide aux entreprises Inrich et Coastal Business Opportunities. Les renseignements tirés de la population échantillon des CLDE ont permis aux centres d'obtenir des résultats très utiles pour eux-mêmes. Le taux de satisfaction de 80,2 % et une mesure des effets très positive de 40,1% révèlent que la clientèle des CLDE voit les corporations d'un très bon oeil et estime que celles-ci influent de manière utile sur l'économie de la région. Ces mesures indiquent provisoirement que, pour 100 personnes intéressées à mettre sur pied ou à développer leur entreprise et qui ont consulté les centres, 40 passeront effectivement à l'action sans avoir recours à l'aide des CLDE, mais en faisant appel à l'aide technique des centres. De ce nombre de clients, 80 se satisferont de l'aide technique obtenue et recommanderont à leurs amis et à leur famille de recourir aux services des centres.

Aucune question importante ne se dégage du sondage. Généralement, les doléances exprimées étaient prévisibles, car les clients interrogés se recrutaient chez ceux qui n'ont pas obtenu d'aide financière des centres. La remarque la plus fréquente était qu'ils auraient dû recevoir de l'aide financière.

## **2.0 Introduction**

L'objectif de ce rapport est d'évaluer les effets sur les clients des consultations données dans les CLDE. Les renseignements recueillis des clients des centres permettent d'en arriver à une évaluation centrée sur les réalisations, les résultats et les effets sur les clients n'ayant bénéficié que de l'aide technique.

### **2.1 Contexte**

Le niveau des revenus et les emplois disponibles accusent de grands écarts dans les régions du Canada. L'Agence de promotion économique du Canada atlantique a été créée pour qu'il règne une plus grande égalité dans la répartition des revenus et des emplois des habitants des provinces de l'Atlantique. Ainsi, la mission de l'APECA est adaptée à cet enjeu, car elle vise à « favoriser, 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 qui ont servi à réaliser ces priorités stratégiques ont toujours porté sur trois services aux petites et moyennes entreprises : les contributions, les prêts et les services de soutien. Les programmes de contributions et de prêts sont évalués par les systèmes actuels de l'APECA. Les services de soutien qui ne mènent pas directement aux deux premiers domaines ne font actuellement l'objet ni de contrôle ni d'évaluation. Les corporations locales de développement économique, qui relèvent du programme Développement des collectivités, favorisent le secteur des services de soutien. Grâce aux efforts de ces organismes, les nouveaux entrepreneurs et ceux qui ont déjà une entreprise peuvent obtenir de l'aide au sujet de la planification de l'entreprise, de la recherche, de l'orientation des clients vers des sources de renseignements et de la formation.

Vu la nature de certains objectifs et activités des corporations locales de développement économique, il est assez difficile de mesurer les répercussions de l'aide technique sur les petites et moyennes entreprises. Cela s'explique de diverses façons, la plus importante étant que les services du centre sont des conseils aux entrepreneurs et aux gens d'affaires. Par conséquent, il n'est souvent pas facile d'attribuer aux CLDE le mérite de la bonne santé des PME.

## **2.2 Description des centres**

Cinq des dix centres d'aide aux entreprises de la Nouvelle-Écosse continentale et trois centres identiques au Cap-Breton ont été étudiés. Depuis leur constitution en société au milieu et à la fin des années 1980, les centres ont fourni de l'aide financière et technique au développement des petites entreprises et à la création d'emplois dans chacune de leurs régions. En 1995, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) a assumé la charge du programme Développement des collectivités et des centres.

Les centres sont considérés comme des guichets uniques des services et des programmes de soutien de l'État. Cette méthode du guichet unique permet le plus souvent aux candidats admissibles de ne pas avoir à s'adresser à d'autres organismes pour obtenir de l'aide relative à leur entreprise, y compris le soutien financier. Dans les centres, les conseils aux entreprises constituent la forme la plus commune d'aide aux entrepreneurs nouveaux ou déjà établis. Les conseils aux entreprises comprennent, entre autres activités, le soutien en matière de comptabilité, l'élaboration et l'évaluation des plans d'exploitation et l'analyse des idées d'affaires des clients.

## **2.3 Origine des clients interrogés**

Les centres ont fourni à l'équipe d'évaluation de l'APECA une liste de 458 clients, qui a alors été dépouillée de manière à retenir les candidats sans mention de leur sexe. Les clients dont le sexe était évident étaient écartés de l'échantillon. En outre, lorsqu'on communiquait avec les clients, on leur demandait s'ils avaient déjà obtenu de l'aide financière directement d'une CLDE. Les personnes ayant obtenu de l'aide étaient aussi écartées. Il fallait procéder ainsi afin de n'atteindre que les clients n'ayant jamais emprunté d'argent aux CLDE. Pendant les appels, la population sondée a encore été réduite pour des raisons comme le débranchement du téléphone ou de mauvais numéros de téléphone. En dépit du fait qu'un certain nombre de clients n'a pu être joint, le taux de réponse a atteint le niveau acceptable de 80 %, soit 262 clients sur 328.

### **3.0 Méthode**

Les indices du sondage ont été élaborés par la Division de l'évaluation de l'APECA. Ils portaient sur deux domaines : les effets sur le développement économique et la satisfaction à l'égard des conseils donnés aux entreprises. Une fois ces indices arrêtés, un questionnaire a été établi pour mesurer la situation dans ces deux domaines principaux.

Le sondage visait à interroger trois types de clients : ceux que le démarrage d'une entreprise intéressait, ceux qui aspiraient à améliorer ou à développer leur entreprise, et ceux qui avaient un autre motif de recourir aux services du centre. L'instrument de mesure se trouve à l'annexe A. On présumait que la majorité des clients s'intéressaient au démarrage d'une entreprise ou à l'amélioration d'une entreprise existante. Chaque partie qui porte sur ces clients contenait les mêmes questions, ce qui permet de comparer les résultats.

Une fois reçues et dépouillées les listes des clients, ceux-ci ont été contactés. La conduite du sondage a exigé un grand nombre de rappels pour joindre les clients et avoir l'assurance d'obtenir une population échantillon de bonne dimension et bien stratifiée. Pendant les entrevues, les observations qualitatives au sujet des centres ont été enregistrées tandis que les clients ont été informés que leurs résultats ne seraient utilisés que dans leur globalité et que leur participation serait volontaire et anonyme.

### **4.0 Limites**

Le sondage a porté sur les clients qui n'ont pas obtenu de soutien financier des CLDE. Étant donné que les services des centres sont des conseils donnés aux entrepreneurs existants et nouveaux, certains facteurs peuvent restreindre la validité de l'enquête. Les effets des conseils sont particulièrement difficiles à cerner, car les changements de comportement ne s'opèrent pas forcément sur-le-champ. Des conseils donnés à un nouvel entrepreneur peuvent abrégé la durée d'établissement d'une entreprise, mais cela n'est pas facile à exprimer. D'autres limites peuvent entrer en ligne de compte. Les réponses qualitatives peuvent mener à la subjectivité et, partant, à des multiplicateurs modérés étant donné que de nombreuses réponses aux questions du sondage étaient fondées sur des impressions. Il est possible que les listes des clients fournies par les centres de conseils aux entreprises n'aient pas été complètes. Les clients pouvaient ne pas être capables de se rappeler le genre et la qualité de l'aide reçue. Des impressions circonstanciées ont pu aussi modifier les réponses des clients. On a fait appel à des sondeurs différents pour interroger les clients des huit CLDE, et les questionnaires utilisés ont varié. Certains sondeurs ont pu poser des questions supplémentaires et ainsi fausser les résultats.

Ces entrevues ont eu lieu sur une durée de dix-huit mois. Deux sondeurs différents ont procédé aux entrevues quoiqu'ils aient tous deux été formés et supervisés par la même personne. La même méthode a été utilisée. Le questionnaire a été modifié afin de prendre en compte le programme Aide au travail indépendant (ATI). On a ajouté des questions au questionnaire, et aucune des questions initiales n'a été ajoutée. Les propos sur l'ATI n'ont touché que trois des CLDE participants et peuvent ne pas avoir été généralisés. Les divers sondeurs devaient aussi interpréter à leur façon les questions qualitatives ou ouvertes. Leur interprétation a été discutée avec leur surveillant, mais il est impossible d'être toujours constant dans ces interprétations.

## 5.0 Analyse de la population

### 5.1 La population

La liste des 458 clients reçue a été dépouillée, et l'on en a tiré une stratification des personnes par sexe. On a par la suite rayé de la liste les noms de personnes pour diverses raisons : débranchement du téléphone, mauvais numéro de téléphone. Enfin la population totale du sondage a été ramenée à 328 personnes. Figuraient dans la liste des clients deux fois plus d'hommes que de femmes; les hommes représentaient 66,2 % du nombre, les femmes 31,9 % et les groupes 2 % (tableau 1). Pendant la tenue des entrevues, il est apparu que de nombreuses personnes qui s'étaient inscrites comme des hommes représentaient en général des groupes, habituellement des couples. Voilà qui peut expliquer le pourcentage plus élevé d'hommes parmi les clients.

*Tableau 1  
Stratification de la population  
par sexe*

Hommes	%	Femmes	%	Groupe	%	Total	%
303	66.2	146	31.9	9	2	458	100

### 5.2 Population échantillon

Étant donné la relative petitesse de la population, il fallait un taux de réponse assez élevé pour que les résultats aient quelque valeur. Des 458 clients inscrits sur la liste, uniquement 328 ont pu être joints. Les autres avaient déménagé, avaient fait débrancher leur téléphone, avaient donné au mauvais numéro de téléphone ou avaient été écartés du sondage, car ils avaient reçu de l'aide financière d'une CLDE. Un seuil cible de 40 % de répondants a donc été fixé. En réalité, le taux de réponse au sondage a été beaucoup plus élevé que ce qui avait été prévu. Il a été de 79,9 % des personnes sollicitées, tandis que les 20,1 % des clients restants n'ont pu être contactés. La stratification par sexe de l'échantillon est très semblable à celle de la population globale (tableau 2).

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

Hommes	%	Femmes	%	Groupe	%	Total	%
164	62,6	92	35,1	6	2,3	262	100

## 6.0 Effets des conseils donnés aux entreprises

Le sondage effectué sur la population échantillon donnée visait à mesurer les effets des conseils donnés aux clients entrepreneurs qui ne recevaient pas d'aide financière. Le critère d'un effet positif consistait en un client qui répondait à la fois aux cinq conditions suivantes : 1) il était venu à un centre de conseils aux entreprises; 2) il avait reçu une certaine aide du centre; 3) il accordait une grande ou une assez grande importance à l'aide reçue; 4) il avait mis sur pied une entreprise ou avait amélioré une entreprise existante grâce en partie à l'aide technique reçue au centre; 5) il recommanderait à des amis de se prévaloir des services du centre. Le personnel d'évaluation de l'APECA estime que ces critères de mesure sont suffisamment rigoureux pour bien traduire ce que l'on considère comme une incidence positive des centres de développement économique.

Les résultats de l'enquête montrent que les centres ont eu des répercussions positives sur les démarrages et les améliorations d'entreprise. L'effet global sur les clients cherchant à lancer ou à améliorer une entreprise était de 40,1 %.

**Tableau 3**  
**Effets positifs des conseils aux entreprises**

	Nombre	Pourcentage
Démarrage d'entreprises	99 / 225	44,0%
Amélioration d'entreprises	6 / 31	19,3%
Autres motifs	0 / 6	0 %
<b>Incidence globale</b>	<b>105 / 262</b>	<b>40,1%</b>

## 7.0 Satisfaction des clients à l'égard des conseils donnés aux entreprises

Le succès des centres d'aide aux entreprises peut aussi se mesurer à la satisfaction de leurs clients. Dans ce rapport, un client satisfait est celui qui répond à la fois aux trois conditions suivantes : 1) il s'est rendu à un centre de conseils aux entreprises; 2) il juge utile l'aide reçue; 3) il recommanderait à des amis de se prévaloir des services du centre. D'après ces critères, le taux de satisfaction globale à l'égard des centres était de 80,2 %.

La satisfaction des clients à la recherche d'aide pour mettre sur pied une entreprise était plus marquée que celle des personnes désireuses d'améliorer leur entreprise : le taux de satisfaction des premiers était de 80,9 % en regard de 74,2 % pour les derniers. Les centres d'aide aux entreprises accordent une très grande importance à la satisfaction de leurs clients, car le gros de leur promotion se fait de bouche à oreille. On s'attend que, à l'avenir, ces clients heureux continueront à recommander à leurs amis et connaissances d'aller au centre, ce qui contribue à sa croissance. Celle-ci favorise l'auto-suffisance du centre et lui assure plus de ressources à engager dans la collectivité.

**Tableau 4**  
**Satisfaction des clients**

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
Démarrages d'entreprise	185 / 225	80,9%
Améliorations d'entreprise	23 / 31	74,2%
Autres motifs	5 / 6	83,3%
Satisfaction globale	210 / 262	80,2%

## 8.0 Analyse des données

L'élaboration du questionnaire de ce sondage a exigé beaucoup de temps et de réflexion. Le personnel d'évaluation de l'APECA était d'avis qu'il s'agissait de questions et de domaines clés qui pouvaient permettre d'évaluer les centres et leurs activités. Sont traités dans les parties qui suivent les renseignements recueillis pendant le sondage, et l'on en présente les données véritables.

### 8.1 Connaissance du centre

La première question posée aux personnes interrogées était de savoir comment elles ont appris l'existence du centre et de ses services. Le bouche à oreille a constitué la façon la plus courante de prendre connaissance du centre (tableau 5).

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

	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Journaux</b>	25	9,5%
<b>Radio</b>	1	0,4%
<b>Télévision</b>	0	0 %
<b>Annuaire téléphonique</b>	0	0 %
<b>Bouche à oreille</b>	236	90,1%
<b>Total</b>	262	100 %

## **8.2 Motif de la visite**

Des 262 clients sondés, 85,9 % ont dit s'être rendus au centre parce que la mise sur pied d'une entreprise les intéressait. Ils étaient 11,8 % à déclarer qu'ils voulaient développer ou améliorer leur entreprise. Seulement 2,3 % des gens interrogés ont répondu qu'ils venaient chercher au centre d'autres services. En général, presque tous les clients s'étaient présentés au centre pour y obtenir une forme d'aide financière. Bien que de nombreux clients aient entretenu l'espoir d'en obtenir, ils venaient aussi chercher au centre de l'aide technique comme des renseignements, une orientation vers d'autres services, des conseils, etc.

## **8.3 Aide réelle obtenue et recommandation aux amis**

Le sondage n'a porté que sur les clients à qui l'aide financière a été refusée; parmi les personnes interrogées, 259 ou 99 % ont obtenu de l'aide technique.

Compte tenu de l'importance du bouche à oreille pour la promotion d'une CLDE, l'on a demandé à tous les clients s'ils recommanderaient les services obtenus à un ami. La réponse a été très favorable; 85,3 % des clients manifestaient le désir de recommander le centre à un ami ou à un membre de leur famille (tableau 6).

**Tableau 6**  
*Aide réelle reçue  
et recommandation aux amis*

Aide reçue	Nombre	%	Recommandation aux amis			
			Oui	%	Non	%
Renseignements	6741799	25,9%	5241605	7,8e+11	150194	22,4
Orientation		1,5%				0
Conseils		69,1%				10,6
Autres		3,5%				44,4
<b>Total</b>	259	100 %	221	85.3	38	14.7

#### 8.4 Valeur de l'aide

Parmi les clients qui ont réellement obtenu de l'aide technique, 81,7 % estimaient que le service obtenu était important ou assez important. Seulement 18,3 % étaient d'avis que la qualité du service était moyenne ou faible (tableau 7).

**Tableau 7**  
*Valeur de l'aide reçue*

	Nombre	Pourcentage
<b>Quatre (élevée)</b>	117	46,6%
<b>Trois (moyennement élevée)</b>	88	35,1%
<b>Deux (moyennement faible)</b>	24	9,6%
<b>Un (faible)</b>	22	8,8%

#### 8.5 Temps épargné

Des 262 clients interrogés, 174 (66,4 %) croyaient que les centres leur avaient permis d'épargner du temps. Il importe de le noter étant donné que seulement 99 clients ont en fait monté leur affaire ou ont amélioré une entreprise déjà sur pied.

Les clients qui n'ont pas réussi à créer une entreprise ont souvent été reconnaissants à l'égard des centres. Ils étaient d'opinion que les centres les avaient empêchés de commettre des erreurs financières. À la suite des conseils reçus, plusieurs clients ont compris qu'il ne leur convenait pas de créer une entreprise. « Le centre m'a fait épargner du temps et m'a orienté dans la bonne direction. J'ai compris en définitive qu'il ne me convenait pas de créer une entreprise. »

## 8.6 Démarrages d'entreprise

Des 225 clients ayant manifesté de l'intérêt à l'égard de la création d'une entreprise, 99 y sont arrivés et ont attribué au moins une partie de leur succès au centre et à son personnel. Ces clients pensent que le centre leur a donné de judicieux conseils, les a aidés à s'organiser et à élargir leurs horizons.

La majorité des clients dont l'effort de création d'entreprise n'a pas abouti ont tout de même exprimé leur reconnaissance au centre. Ils ont quitté le centre mieux informés de leur situation et avec de nouvelles idées ou avec l'opinion que d'autres solutions leur conviendraient mieux.

## 8.7 Effets du programme Prestations pour activités indépendantes (PAI)

Il a été demandé aux clients du Centre d'aide aux entreprises de Hants-Kings, de la Yarmouth Regional Business Corporation et de South Shore Opportunities qui ont réussi à mettre sur pied leur entreprise s'ils avaient reçu de l'aide dans le cadre du programme Prestations pour activités indépendantes (PAI). Le programme PAI est financé par Développement des ressources humaines Canada et administré par les CLDE. Quatre-vingt-huit pour cent des clients qui ont obtenu de l'aide du programme PAI ont créé des entreprises, tandis que seulement 18,6 % de ceux qui n'ont pas reçu d'aide l'ont fait. Ils ont été 88 % des clients soutenus à exprimer leur satisfaction. Par contre, 73,2 % de ceux qui n'ont pas eu d'aide ont aussi manifesté leur satisfaction. Le fait est digne de mention puisque uniquement 16 clients privés d'aide ont quand même mis sur pied leur entreprise (tableau 8).

*Tableau 8  
Satisfaction des clients du PAI et effets du programme sur eux*

	Clients	Effets		Satisfaction	
		N <sup>bre</sup>	%	N <sup>bre</sup>	%
<b>Création d'entreprises</b>					
PAI	40	35	88	35	88
Non liée au PAI	86	16	18,6	63	73,2
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>51</b>	<b>40,5</b>	<b>98</b>	<b>77,8</b>



## 8.8 Sources de financement

Outre le fait de s'enquérir auprès des clients de leur participation au programme PAI, les sondeurs ont demandé à chaque client de préciser le genre de financement auquel il a recours dans son entreprise. Les trois méthodes utilisées étaient le financement personnel, les caisses populaires et les grandes banques (tableau 9).

*Tableau 9*  
*Sources de financement*

Source de financement	Nombre	Pourcentage
Gouvernement fédéral	0	0 %
Gouvernement provincial	0	0 %
Banques	3	5,7 %
Caisses populaires	2	3,8 %
Source personnelle	48	90,5 %

## 8.9 Améliorations et expansions d'entreprise

Sur les 31 clients intéressés à développer ou à améliorer des entreprises existantes, six ont atteint leur objectif (19,3 %). Ils disaient en majorité devoir leur réussite aux centres et estimaient que ces établissements constituaient d'excellentes ressources pour les petites et moyennes entreprises.

## 8.10 Autres motifs

Six clients avaient consulté les centres pour d'autres motifs que le démarrage ou l'expansion d'une entreprise. Cinq de ces clients ont obtenu les renseignements désirés et ont trouvé que les services étaient très conviviaux et utiles et qu'ils leur avaient épargné du temps.

## 9.0 Questions

Des clients interrogés ont soulevé un certain nombre de questions non mesurables. Cela provient des remarques et des questions ouvertes ainsi que du nombre de questions dans le sondage qui ne permettaient pas aux personnes interrogées de donner des réponses définitives. On dénombre parmi ces questions le refus d'aide financière, les accusations de favoritisme en matière d'aide financière et la qualité des cours d'entrepreneuriat donnés ainsi que la compétence de ceux qui les donnaient.

Maints clients qui ont fait appel aux centres dans l'espoir d'obtenir de l'aide financière, abstraction faite de leur projet d'entreprise, ont été souvent très déçus et fâchés de ne pas obtenir

d'argent. Certains étaient d'avis que les centres devaient se montrer plus « conciliants » en ce qui concerne leurs critères de crédit et être plus au fait de la clientèle qu'ils servent.

Il arrive souvent que les clients ne reconnaissent pas la valeur du service reçu et par conséquent n'attribuent pas leur réussite aux centres. Il est assez habituel de constater que les clients ne savent pas discerner s'ils ont épargné du temps ou non. C'était souvent le cas de personnes ayant un bon projet d'entreprise et qui ont su le réaliser grâce à l'aide des centres.

Des clients ont dit craindre les « effets secondaires » de l'entrepreneuriat quand on les a informés de la dure réalité de la vie de l'entrepreneur.

Même si les CLDE visent, entre autres objectifs, à se dissocier des comportements propres au personnel des banques, certains clients croyaient que tel n'était pas le cas. Un client a même avancé qu'il s'agissait de « banquiers en tenue ordinaire ». De nombreux clients partageaient ce sentiment.

Certains clients ont soutenu que les membres du personnel des centres semblaient favoriser certaines idées. Ces clients avaient le sentiment que le personnel des centres les dissuadait fortement de donner suite à leur idée si elle ne lui plaisait pas.

Des clients ont aussi dit craindre que la capacité de contracter un emprunt était plus liée aux personnes qu'ils connaissaient qu'à leurs connaissances propres. Ils semblaient enclins à penser que les prêts sont le fait du favoritisme.

Il ne faut pas oublier que ces clients n'ont pas obtenu de soutien financier des centres et qu'ils peuvent en avoir éprouvé du ressentiment.

En général, les clients étaient très heureux des services des centres, et certains ont même affirmé qu'il s'agissait d'une « ressource indispensable » dans la région.

## **10.0 Observations**

Les résultats de cette étude sont très positifs, surtout lorsqu'on les compare aux indices de l'incidence et de la satisfaction. L'étude permet de connaître en bref la perception qu'ont les clients des centres ainsi que les répercussions des services techniques qu'ils offrent. Pendant la tenue de l'enquête, plusieurs observations ont été faites.

- ▶ Il peut souvent être inutile de séparer et d'examiner les clients et leurs succès en fonction de leur sexe. Certains clients inscrits sous le nom d'hommes étaient en fait des couples; il s'agissait habituellement de couples.
- ▶ Beaucoup de clients entretenaient de fausses idées sur les centres et leurs services. Quelques clients ont proposé que les objectifs des centres et de l'APECA soient mieux exposés dans les médias et par le personnel des CLDE et de l'APECA.

- ▶ Souvent, l'opposition au gouvernement déformait l'opinion que se font les clients des centres. Des observations défavorables à l'égard des centres étaient souvent le fait du dépit ou de la frustration à l'égard de l'économie sans être forcément liées aux centres eux-mêmes ni à aucune de leurs activités.
- ▶ On a demandé aux clients du Centre d'aide aux entreprises de Hants-Kings, de South Shore Opportunities Limited et de la Yarmouth Regional Business Corporation s'ils avaient reçu de l'aide dans le cadre du programme Prestations pour activités indépendantes (PAI). La plupart des clients interrogés et qui avaient reçu de l'aide du PAI avaient créé leur entreprise.

Compte tenu de l'importance des effets révélés par le sondage, il faut savoir gré tout particulièrement aux CLDE de la partie continentale de la province d'avoir assuré un développement économique à peu de frais.

# Annexe A

## Questionnaire Corporations locales de développement économique

### DIRECTIVES GÉNÉRALES

- Le sondeur doit lire chaque groupe de directives qui accompagnent le sondage.
- Toutes les réponses doivent être clairement notées mot à mot.
- Évitez de paraphraser et de reformuler les réponses.

---

---

### INTRODUCTION

Allo! Je m'appelle\_\_\_\_\_ et je fais un sondage pour l'Agence de promotion économique du Canada atlantique. Accepteriez-vous de me consacrer cinq minutes pour répondre à quelques questions?

Le sondage a pour but de mesurer les effets de la CLDE, et les résultats du sondage sont anonymes et tout à fait confidentiels.

---

---

### Question préparatoire :

- 1 Avez-vous obtenu de l'aide financière du centre à la suite de votre visite?  
A. Oui ..... 01  Aller à Merci  
B. Non ..... 02  Aller à 2
2. Comment avez-vous appris l'existence de la corporation locale de développement économique?  
A. Journaux ..... 03   
B. Radio ..... 04   
C. Télévision ..... 05   
D. Annuaire téléphonique ..... 06   
E. Bouche à oreille ..... 07   
F. Autres. Précisez : \_\_\_\_\_ ..... 08
3. Pourquoi avez-vous consulté la corporation locale de développement économique?  
A. Pour créer une entreprise? ..... 09  Aller à 4

- B. Pour améliorer une entreprise existante? ..... 10  Aller à 10  
 C. Autres raisons? ..... 11  Aller à 16

### Démarrage d'une entreprise

- I. 4. Quel genre de services cherchiez-vous?  
 A. Renseignements ..... 12   
 B. Orientation vers d'autres services ..... 13   
 C. Conseils ..... 14   
 D. Autres. Précisez : ..... 15

- I. 5. Quelle aide avez-vous reçue pendant votre visite?

Genre d'aide	a. Reçue pendant 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	
Orientation	21	22	23	24	25	
Conseils	26	27	28	29	30	
Autres *	31	32	33	34	35	

\* Dans ce cas, précisez le genre d'aide : \_\_\_\_\_

- I. 5. B. Avez-vous frappé à une autre porte avant ou après votre visite à la CLDE?  
 Comment cela vous a-t-il été utile?
- I. 6. Votre visite vous a-t-elle permis de créer votre entreprise?  
 A. Oui ..... 36   
 B. Non ..... 37
- I. 6. A. Avez-vous obtenu de l'aide financière par le biais du régime ATI ou PAI - Assurance-chômage?  
 A. Oui ..... 36(A)   
 B. Non ..... 36(B)
- I. 6. B. Si vous avez mis sur pied une entreprise, quelles autres sources de financement ou de capitaux avez-vous utilisées à cette fin?  
 A. Fédérales ..... 36©   
 B. Provinciales ..... 36(D)   
 C. Banques ..... 36(E)   
 D. Sources privées ..... 36(G)

- 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 à la suite de votre visite?  
 Observations \_\_\_\_\_ ..... 40
- I. 9. Quels aspects de votre visite à la corporation locale de développement économique ne vous ont pas été profitables?  
 Observations \_\_\_\_\_ ..... 41
- I. 9. a) En conclusion, désirez-vous faire des observations ou des remarques ou poser des questions?

**FIN DU QUESTIONNAIRE. MERCI.**

**MERCI**

Je vous remercie d'avoir accepté de répondre à ce questionnaire. Si vous avez des questions à poser au sujet de ce sondage, veuillez téléphoner à Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au numéro 1-506-452-3739.

**Entreprise existante**

- II. 10. Quel genre de service cherchiez-vous?  
 A. Renseignements ..... 42   
 B. Orientation vers d'autres services ..... 43   
 C. Conseils ..... 44   
 D. Autres. Précisez : \_\_\_\_\_ ..... 45
- II. 11. Quelle aide avez-vous obtenue pendant votre visite?

Genre d'aide	a. Reçue pendant 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
Orientation		51		52		53		54		55
Conseils		56		57		58		59		60
Autres *		61		62		63		64		65

\*Dans ce cas, précisez ou décrivez l'aide : \_\_\_\_\_

- II. 11. B. Avez-vous obtenu des conseils ou de l'aide technique avant ou après votre visite à la CLDE ?  
Comment cela vous a-t-il été utile?
- II. 12. Avez-vous apporté des changements à votre entreprise à la suite de votre visite à la corporation locale de développement économique?  
A. Oui ..... 66  Aller à 13  
B. Non ..... 67  Aller à 15
- II. 12. B. Si vous avez créé votre entreprise, quelles autres sources de financement ou de capitaux avez-vous utilisées à cette fin?  
A. Fédérales ..... 36©   
B. Provinciales ..... 36(D)   
C. Banques ..... 36(E)   
D. Sources privées ..... 36(G)
- 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 à la suite de votre visite?  
Observations \_\_\_\_\_ ..... 70
- II. 15. Quels aspects de votre visite à la corporation locale de développement économique ne vous ont pas été profitables?  
Observations \_\_\_\_\_ ..... 71
- II. 15. a) En conclusion, désirez-vous faire des observations ou des remarques ou poser des questions?

**FIN DU QUESTIONNAIRE. MERCI.**

---

**MERCI**

Je vous remercie d'avoir accepté de répondre à ce questionnaire. Si vous avez des questions à poser au sujet de ce sondage, veuillez téléphoner à Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au numéro 1-506-452-3739.

### Visite pour d'autres motifs

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

Précisions : \_\_\_\_\_ 72

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

A. Oui ..... 73  Aller à 18

B. Non ..... 74  Aller à 21

III. 18. Comment le centre vous a-t-il été utile?

A. Orientation vers d'autres services ..... 75

B. Renseignements ..... 76

C. Autres : \_\_\_\_\_ 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 à la suite de votre visite?

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

III. 21. Quels aspects de votre visite à la corporation locale de développement économique ne vous ont pas été profitables?

Observations : \_\_\_\_\_ 81

III. 21 a) En conclusion, désirez-vous faire des observations ou des remarques ou poser des questions?

**FIN DU QUESTIONNAIRE. MERCI.**

---

---

### MERCI

Je vous remercie d'avoir accepté de répondre à ce questionnaire. Si vous avez des questions à poser au sujet de ce sondage, veuillez téléphoner à Victor Paul-Elias à l'Agence de promotion économique du Canada atlantique au numéro 1-506-452-3739.