



# Innovation :

## Étude *Points de vue* de BDC

Juin 2011



Canada

# Résumé :

## Ce qu'il faut retenir de ce sondage

### Les entrepreneurs reconnaissent l'importance de l'innovation.

Leurs principales raisons d'innover sont la survie, la différenciation et la croissance de leur entreprise.

L'innovation a tendance à se traduire par le développement ou l'amélioration de produits et services ou par la conquête de nouveaux marchés et l'élaboration de nouveaux processus.

Par ailleurs, la plupart des entrepreneurs sont d'accord pour dire que les technologies de l'information et des communications (TIC) peuvent accroître leur capacité à innover.

### En matière d'innovation, la collaboration est la clé.

Les clients, les employés et les fournisseurs / distributeurs sont les principales ressources sur lesquelles miser pour stimuler l'innovation. La collaboration avec le milieu universitaire peut aussi s'avérer très fructueuse pour de nombreuses entreprises.

### Les principaux obstacles à l'innovation sont le manque de temps et le manque de fonds.

Le financement traditionnel destiné aux projets d'innovation est plutôt difficile à obtenir selon beaucoup d'entrepreneurs. Les répondants sont d'avis qu'il faut élaborer et planifier les projets avec soin pour accroître ses chances d'accéder au financement nécessaire et de tirer parti des initiatives d'innovation.

# Résumé

## Importance de l'innovation

- > **96 % des entrepreneurs** considèrent que l'innovation est **importante**.
- > **77 %** des répondants affirment que les **TIC jouent un rôle important** dans leur capacité à innover.

## Niveau d'innovation

- > Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer le **niveau d'innovation** de leur entreprise, les entrepreneurs se sont attribués une note moyenne de **6,8 sur 10**.
- > Nous avons déterminé que **41 %** des entrepreneurs estimaient faire partie d'une entreprise **très innovatrice** (note de 8 ou plus) et **47 %**, d'une entreprise **modérément innovatrice** (5 à 7 sur 10).
- > À l'aide d'un ensemble d'énoncés, nous avons pu établir qu'**une entreprise sur cinq** était **très innovatrice** et que trois sur cinq étaient modérément innovatrices.
- > En résumé, **les entrepreneurs semblent surestimer** leur niveau d'innovation.

## Orientation de l'innovation

- > Globalement, les efforts d'innovation sont axés sur l'**amélioration ou le développement** de produits et services ou sur la conquête de nouveaux marchés et l'élaboration de nouveaux processus.
- > Plus une entreprise est **innovatrice**, plus les énoncés suivants sont susceptibles de s'appliquer :
  - « Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs. »
  - « Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement. »
  - « Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire. »
  - « Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles. »
  - « Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients. »
- > Les **principales raisons** d'innover sont la **survie**, la **différenciation** et la **croissance** de l'entreprise.
- > Les clients, les employés, les fournisseurs et les distributeurs sont perçus comme d'excellentes **sources** sur lesquelles miser pour stimuler l'innovation et tirer parti des idées innovatrices.
- > **Le manque de fonds et le manque de temps** demeurent les principaux obstacles à l'innovation.

## Aide gouvernementale à l'innovation

- > **Le tiers** des entrepreneurs ont **effectué une demande** d'aide gouvernementale à l'innovation.
- > **BDC**, l'Agence du revenu du Canada (par l'entremise de son programme de crédit d'impôt pour la recherche scientifique et du développement expérimental – **RS&DE**) et le **Conseil national de recherches Canada** sont les principales organisations approchées par les entrepreneurs pour obtenir de l'aide.
- > Les répondants qui n'ont **jamais demandé** d'aide gouvernementale à l'innovation ont invoqué les **préoccupations concernant l'admissibilité** comme principale raison de ne pas l'avoir fait.

## Collaboration avec le milieu collégial ou universitaire

- > **Un entrepreneur sur cinq** a **collaboré avec un collègue ou une université** dans le cadre de projets liés à l'innovation. De ce nombre, **les deux tiers** ont déclaré que l'expérience avait été **bénéfique**.
- > Les répondants ont indiqué que cela leur avait donné **accès à une expertise à bon marché** et à de nouvelles façons de voir les choses, et que les recommandations formulées à la fin du mandat leur avaient été utiles.

# Contexte et méthode

- > L'équipe Intelligence de marché de BDC a reçu le mandat d'enquêter sur le sujet de l'innovation. Elle avait effectué une recherche similaire à l'été 2010; certains des résultats obtenus alors ont été utilisés pour mettre en relief les différences statistiques entre l'étude de cette année et la précédente.
- > Les enjeux suivants sont abordés dans le rapport :
  - Importance de l'innovation et des technologies de l'information et des communications (TIC)
  - Efforts d'innovation
  - Position à l'égard de l'innovation
  - Motivations à l'égard de l'innovation
  - Stimulation de l'innovation
  - Obstacles à l'innovation
  - Collaboration avec le milieu universitaire et ses avantages
  - Organisations d'aide à l'innovation
- > Dans les annexes, les réponses aux questions posées aux entrepreneurs sont présentées par **région** et **taille d'entreprise**.
- > En échange de leur participation, on a offert aux répondants de leur envoyer un **rapport personnalisé** comparant leur niveau d'innovation à celui d'autres entreprises canadiennes.
- > Au total, 2 064 invitations par courriel ont été envoyées aux membres du panel d'entrepreneurs *Points de vue* de BDC le 14 juin 2011 . Le sondage était accessible en ligne du 14 au 24 juin 2011. Au total, **416 entrepreneurs l'ont rempli**, ce qui représente un taux de réponse de 20 %.
- > **Les résultats des entrepreneurs ont été pondérés en fonction des régions et de la taille des entreprises** pour obtenir des résultats représentatifs des PME canadiennes. Les résultats finaux ont été analysés à l'interne par l'équipe Intelligence de marché de BDC.

# Résultats détaillés

# Importance de l'innovation

**Presque tous les entrepreneurs considèrent que l'innovation est importante et la majorité des répondants s'estiment innovateurs.**

## Importance de l'innovation

> Une grande majorité d'entrepreneurs (**96 %**) ont déclaré que l'innovation était importante pour leur entreprise.

- En fait, elle est **très importante** pour près de trois entrepreneurs sur cinq (57 %) et **plutôt importante** pour près de deux sur cinq (38 %).

> L'importance relative de l'innovation a augmenté de 6 points de pourcentage depuis l'an dernier.

## Autoévaluation

> Nous avons ensuite demandé aux entrepreneurs d'évaluer leur entreprise en matière d'innovation. Sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire « pas du tout innovatrice » et 10, « très innovatrice », deux entrepreneurs sur cinq (**41 %**) se sont attribués une **note de 8 ou plus sur 10**, ce qui correspond à un **niveau d'innovation élevé**.

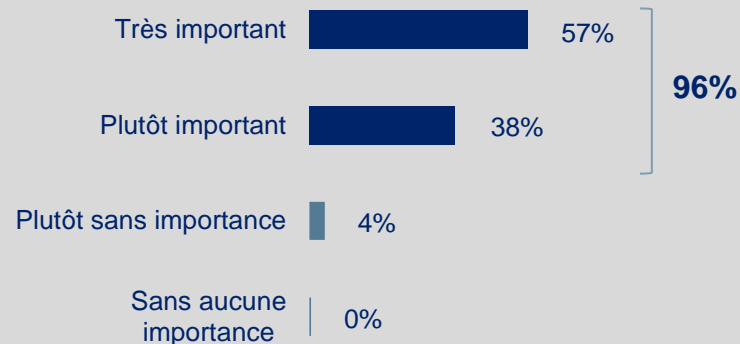
> Près de la moitié des entrepreneurs (47 %) estiment que leur entreprise a un niveau d'innovation moyen (note de 5 à 7 sur 10). La **note moyenne pour l'ensemble des répondants se situe dans cette fourchette : elle s'établit à 6,8 sur 10**.

> Une proportion relativement faible de répondants (**13 %**) ont déclaré que leur entreprise avait un faible niveau d'innovation.

- Bien que cela ait peu d'importance d'un point de vue statistique, un nombre plus élevé d'entrepreneurs des secteurs du transport, de l'entreposage et du commerce de gros ont répondu que leur entreprise avait un faible niveau d'innovation.

Dans quelle mesure innover est une priorité pour votre entreprise? Considérez-vous qu'innover est...

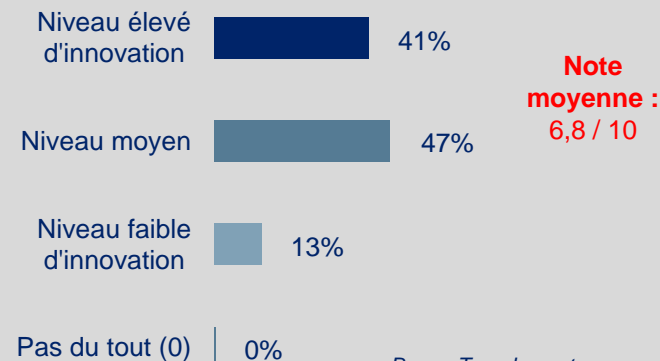
(n=416)



Base : Tous les entrepreneurs

De manière générale, comment évaluez-vous votre entreprise en ce qui a trait à l'innovation?

(n=416)



Base : Tous les entrepreneurs.

# Type d'innovation

## Les efforts d'innovation ont tendance à être axés davantage sur les produits et services ainsi que sur les nouveaux marchés et processus

> Près de deux entrepreneurs sur cinq (**37 %**) ont indiqué qu'ils **innovaient pour améliorer ou perfectionner leurs services**.

- C'est le cas pour un pourcentage statistiquement plus important d'entreprises qui offrent des services commerciaux (54 %).

> Plus du tiers des entrepreneurs (**35 %**) ont dit que leurs efforts d'innovation étaient axés surtout sur **l'amélioration ou le perfectionnement de leurs produits**.

- Sans surprise, les fabricants sont plus nombreux, toutes proportions gardées, à orienter leurs efforts d'innovation sur leurs produits (57 %).

> Des pourcentages équivalents de répondants ont déclaré que leurs mesures d'innovation étaient axées sur les **nouveaux marchés (31 %)** et **sur les processus (31 %)**.

- Les processus ont été mentionnés par une proportion statistiquement plus importante d'entreprises qui emploient entre 20 et 49 et 5 et 19 employés (44 et 39 %, respectivement). Cela confirme nos données sur les petites et moyennes entreprises, qui se concentrent souvent sur l'optimisation des processus afin d'améliorer leur activités générales.

> Dans une moindre mesure, les entrepreneurs mettent l'accent également sur les nouvelles méthodes de marketing (23 %), l'amélioration ou le perfectionnement de leur modèle d'affaires (20 %) et l'établissement de nouveaux partenariats ou de nouvelles collaborations (16 %).

De manière générale, lorsque vous innovez, que cherchez-vous surtout à améliorer ou à développer? Vous pouvez choisir plus d'une réponse.  
(n=416)



Base : Tous les entrepreneurs.

# Position à l'égard de l'innovation

**Une majorité d'entrepreneurs ont dit qu'ils adaptaient leurs processus afin de satisfaire les besoins de leurs clients, qu'ils essayaient d'améliorer leurs processus pour accroître la qualité de leurs produits et services et que leurs efforts d'innovation devaient leur permettre de produire des gains de productivité ou d'augmenter leur part de marché.**

- > Afin de mesurer le niveau global d'innovation des entreprises canadiennes, nous avons extrait un ensemble d'énoncés et demandé aux entrepreneurs de déterminer dans quelle mesure ceux-ci s'appliquaient à leur organisation au moyen d'une échelle de 0 à 10, 0 voulant dire « ne s'applique pas du tout » et 10, « s'applique tout à fait ».
- > À partir des résultats obtenus, nous avons établi que la plupart des entrepreneurs pourraient adopter une approche de l'innovation plus proactive.

	S'applique tout à fait (8 à 10)	S'applique un peu (5 à 7)	Ne s'applique pas vraiment (1 à 4)	Ne s'applique pas du tout (0 sur 10)	Note moyenne sur 10
Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients.	66 %	29 %	4 %	1 %	7,8
Nous nous efforçons d'améliorer nos processus pour augmenter la qualité de nos produits et services.	62 %	31 %	7 %	0 %	7,7
Nos efforts d'innovation doivent générer des gains de productivité ou augmenter notre part de marché.	60 %	29 %	10 %	1 %	7,4
Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles.	49 %	39 %	12 %	1 %	7,1
Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs.	47 %	42 %	11 %	0 %	7,1
Nos partenaires de développement (membres de notre réseau d'affaire) sont aussi importants que nos clients.	47 %	38 %	11 %	4 %	6,8
Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement.	37 %	43 %	19 %	1 %	6,3
Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire.	36 %	47 %	18 %	0 %	6,4
Nous consacrons une grande part de nos efforts d'innovation à optimiser nos procédés.	34 %	52 %	13 %	2 %	6,4
Nous innovons dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement (fourniture de produits à un fabricant, processus de fabrication ou distribution de produits finis).	26 %	32 %	21 %	21 %	4,7

Base : Tous les entrepreneurs (n=416).



# Position à l'égard de l'innovation (suite)

## L'innovation peut être approchée de diverses façons et pour diverses raisons.

> Les deux tiers des entrepreneurs (**66 %**) **adaptent leurs processus afin de satisfaire les exigences de leurs clients.**

- Fait intéressant, cela semble être le cas tant pour les petites entreprises (moins de 20 employés) (67 %) que pour les plus grandes organisations (plus de 50 employés), mais souvent pour des raisons différentes. **Les entreprises plus petites ou plus jeunes** éprouvent souvent des difficultés liées aux **flux de trésorerie** et doivent **tenir compte des besoins de leurs clients** pour se maintenir à flot. À l'inverse, **les entreprises plus grandes et plus développées** se trouvent souvent dans des situations où elles doivent lutter pour **conserver leurs clients** et leur **part de marché**.

> Trois entrepreneurs sur cinq (**62 %**) ont déclaré qu'ils **essayaient d'améliorer leurs processus** afin d'accroître la **qualité de leurs produits et services.**

> Dans l'ensemble, **60 %** des entrepreneurs **innovent pour générer des gains de productivité ou augmenter leur part de marché.**

> La moitié des entrepreneurs (**49 %**) **cherchent constamment de nouvelles façons de diversifier leurs clientèles.**

> Près de la moitié des répondants ont déclaré qu'ils étaient reconnus par leurs clients et leurs concurrents comme étant créatifs (47 %). Un pourcentage équivalent d'entrepreneurs (47 %) ont indiqué qu'ils accordaient autant d'importance à leurs partenaires de développement qu'à leurs clients.

> Plus du tiers des entreprises élaborent ou lancent régulièrement de nouveaux produits ou services (37 %).

- Ce ratio grimpe à 56 % chez les organisations de plus de 50 employés.

> La proportion d'entrepreneurs qui ont dit adopter régulièrement de nouveaux processus est de 36 %.

> Un tiers des entrepreneurs (34 %) ont déclaré qu'ils consacraient beaucoup d'efforts à l'optimisation de leurs processus.

	S'applique tout à fait (8 à 10)	Note moyenne sur 10
Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients.	66 %	7,8
Nous nous efforçons d'améliorer nos processus pour augmenter la qualité de nos produits et services.	62 %	7,7
Nos efforts d'innovation doivent générer des gains de productivité ou augmenter notre part de marché.	60 %	7,4
Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles.	49 %	7,1
Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs.	47 %	7,1
Nos partenaires de développement (membres de notre réseau d'affaire) sont aussi importants que nos clients.	47 %	6,8
Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement.	37 %	6,3
Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire.	36 %	6,4
Nous consacrons une grande part de nos efforts d'innovation à optimiser nos procédés.	34 %	6,4
Nous innovons dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement (fourniture de produits à un fabricant, processus de fabrication ou distribution de produits finis).	26 %	4,7

Base : Tous les entrepreneurs (n=416).

# Spectre d'innovation

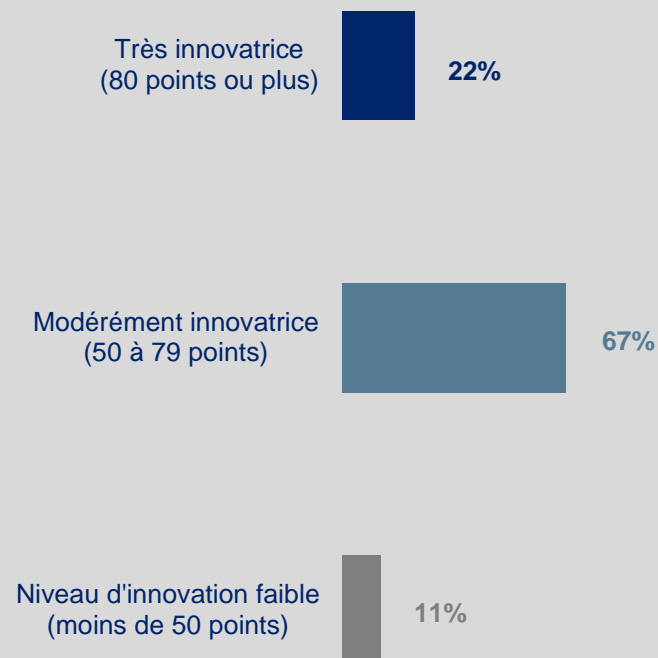
**La plupart des entreprises canadiennes peuvent être considérées comme modérément innovatrices.**

- > Les dix énoncés relatifs à l'innovation ont été utilisés pour **élaborer le spectre d'innovation**, où les entreprises hautement innovatrices se sont vues attribuer une note de 80 points ou plus. Les entreprises qui ont un niveau d'innovation modéré ont reçu une note de 50 à 79 points et celles dont le niveau d'innovation est faible ont obtenu une note inférieure à 50 points.
- > Dans l'ensemble, **22 % des entrepreneurs** travaillent dans une organisation considérée comme **très innovatrice**.
- > La majorité des répondants (**67 %**) exploitent des entreprises dont le **niveau d'innovation est modéré**.
- > Pour un entrepreneur sur dix (**11 %**), le **niveau d'innovation est faible**.
- > Plus important encore, on constate que **plus l'entreprise est innovatrice, plus les énoncés suivants s'appliquent à elle** :

- « Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs. »
- « Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement. »
- « Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire. »
- « Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles. »
- « Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients. »

- > Par conséquent, les entreprises qui souhaitent devenir plus innovatrices auraient avantage à se **concentrer** sur les aspects mentionnés ci-dessus.

## RÉSULTATS COMPILÉS EN FONCTION DES 10 ÉNONCÉS SUR L'INNOVATION n=416



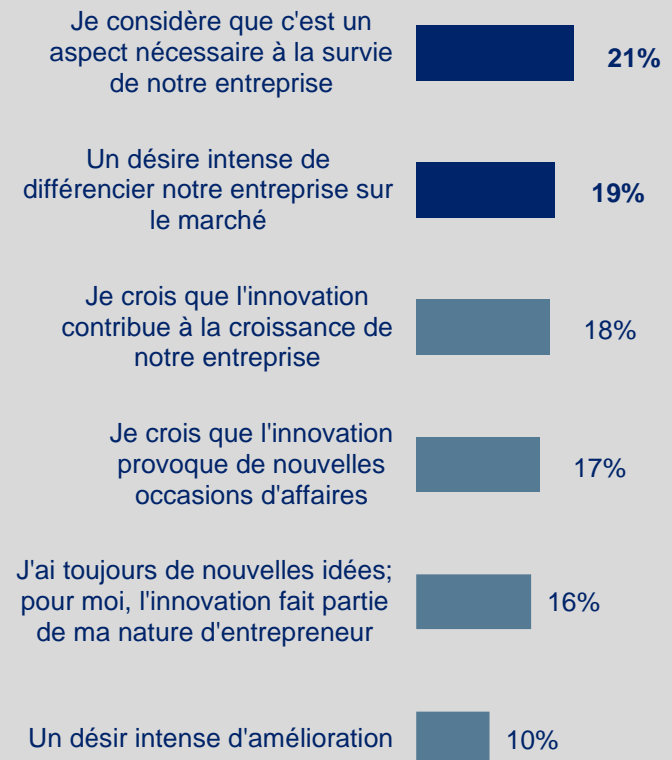
Base: All entrepreneurs.

# Principales raisons d'innover

**Les entrepreneurs ont dit innover principalement parce qu'ils considèrent que c'est nécessaire à la survie de leur entreprise.**

- > La **survie de l'entreprise est à l'origine de la décision d'innover de nombreux entrepreneurs (21 %)**.
- > Un entrepreneur sur cinq (19 %) a déclaré que sa principale motivation pour innover était un **désir intense de différencier son entreprise sur le marché**.
- > Un entrepreneur sur cinq (18 %) voit l'innovation comme une stratégie visant à **favoriser la croissance de son entreprise**.
- > Plusieurs chefs d'entreprises (17 %) perçoivent l'innovation comme un moyen de **provoquer de nouvelles occasions d'affaires**.
- > Chez certains autres (16 %), l'innovation fait tout simplement partie de leur nature d'entrepreneur et disent **toujours avoir de nouvelles idées**.
- > Enfin, un répondant sur deux (10 %) affirme innover en raison d'un **désir intense d'amélioration**.
- > Pour conserver son avantage concurrentiel et être prospère, une entreprise canadienne doit constamment s'efforcer d'innover. En maintenant le statu quo, elle permet à ses concurrents plus dynamiques d'accroître leur part du marché.

Qu'est-ce qui vous encourage principalement à innover?  
(n=414)



Base : Entrepreneurs innovateurs.

# Moyens de stimuler l'innovation

**Solliciter et écouter les idées des clients, des employés et des fournisseurs sont les principaux catalyseurs d'innovation; le fait d'être réceptif à son environnement est essentiel pour innover.**

- > Les trois quarts des entrepreneurs (74 %) ont déclaré qu'ils **sollicitaient et écoutaient les idées de leurs clients**. Non seulement cela a-t-il du sens, c'est également une bonne pratique d'affaires.
- > Près des deux tiers des entrepreneurs (64 %) **demandent et recueillent les idées de leurs employés**. Les employés sont souvent sur la « ligne de front », dans le cadre de leurs contacts directs avec les clients ou de leurs activités quotidiennes (processus et procédures). Le fait de puiser dans cette mine de renseignements peut s'avérer une ressource précieuse.
- > La moitié des répondants (48 %) ont déclaré que les **fournisseurs / distributeurs contribuaient aussi à l'innovation** au sein de leur entreprise.
- > Deux entreprises sur cinq (38 %) ont un approche plus stratégique et **organisent des exercices de planification internes**. Ce type d'approche structurée leur permet d'effectuer le suivi de leurs efforts et de planifier en conséquence.
- > Plus du tiers des entrepreneurs (37 %) indiquent qu'ils **participent régulièrement à des foires et à des conférences**, ce qui leur procure de nouvelles idées.
- > Un répondant sur dix a **des chefs de projets responsables de la gestion du développement de produits** (9 %) Le même pourcentage de répondants **ont créé une structure / des processus permettant d'identifier des projets d'innovation** (9 %).
  - Dans les deux cas, ces stratégies sont plus courantes au sein des plus grandes entreprises. En fait, 18 % des entrepreneurs qui emploient entre 20 et 49 personnes ont nommé des chefs de projets responsables du développement de produits. Ce ratio atteint 31 % dans les entreprises qui comptent 50 employés ou plus.
  - Les entreprises de 50 employés et plus sont également plus susceptibles d'avoir mis en place une structure leur permettant de repérer les projets d'innovation (26 %).

**Plusieurs panélistes se demandent comment susciter et encourager l'innovation au sein de leur entreprise. Quels moyens utilisez-vous dans la vôtre? Principales réponses (n=414)**



Base : Entrepreneurs innovateurs.

# Moyens de stimuler l'innovation (suite)

**Les grandes entreprises qui disposent de plus de ressources sont plus susceptibles d'avoir une approche structurée de l'innovation.**

- > Moins de un entrepreneur sur dix (7 %) a déclaré avoir créé un **groupe de travail** qui sélectionne les projets d'innovation qui seront réalisés.
- > Les répondants ont également mentionné plusieurs **autres moyens** utilisés pour susciter et encourager l'innovation, notamment les suivants :
  - Recherche constante (concurrents, publications, webinaires, etc.)
  - Visualisation de meilleures façons de faire des choses
  - Accompagnement en gestion
  - Analyse de tous les aspects de l'entreprise (processus et procédures)

Plusieurs panélistes se demandent comment susciter et encourager l'innovation au sein de leur entreprise. Quels moyens utilisez-vous dans la vôtre? Autres réponses (n=414)



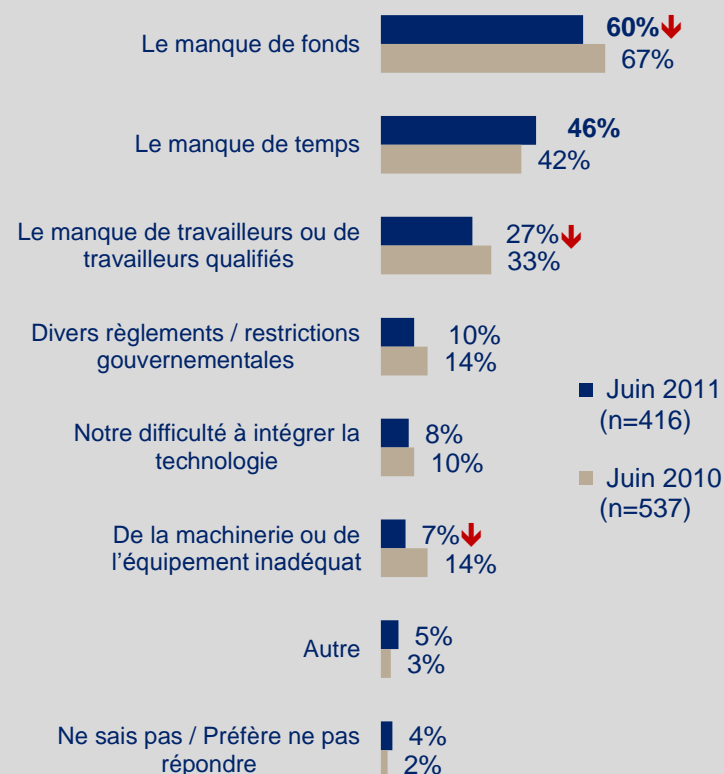
Base : Entrepreneurs innovateurs.

# Obstacles à l'innovation

## Les entrepreneurs réitèrent le fait que les principaux obstacles nuisant à leur capacité à innover sont le manque de fonds et de temps.

- > C'est une situation généralisée : **le manque de fonds (60 %)** est le **principal obstacle** qui limite la capacité des entreprises canadiennes à innover. Toutefois, la proportion de répondants qui ont dit que le manque de fonds était un obstacle a diminué considérablement depuis juin 2010.
- > Près de la moitié des entrepreneurs (**46 %**) **considèrent le manque de temps comme un obstacle majeur**. Il s'agit d'une légère hausse depuis la dernière fois que nous leur avons posé la question.
- > Autre problème important auquel il est assez difficile de remédier est le **manque de travailleurs qualifiés (27 %)**. En juin 2010, cet obstacle à l'innovation avait été mentionné par le tiers des entrepreneurs (33 %).
- > Tous les autres obstacles ont été sélectionnés par moins de un répondant sur dix : les divers règlements / restrictions gouvernementales (10 %), la difficulté à intégrer la technologie (8 %) et la machinerie ou l'équipement inadéquat (7 %), qui constituent moins un obstacle que l'an dernier.
- > En somme, il semble que l'importance des divers obstacles nuisant à l'innovation ait **diminué** entre juin 2011 et juin 2010.

Quels sont les principaux obstacles qui nuisent à votre capacité à innover? Vous pouvez choisir plus d'une réponse.



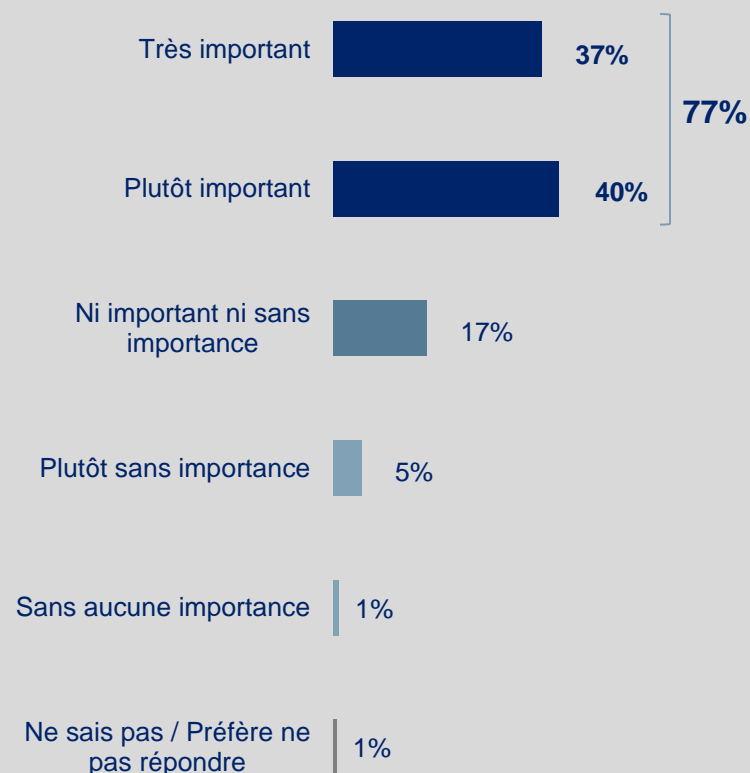
Base: Tous les entrepreneurs.

# Importance des TIC en matière d'innovation

## Les trois quarts des entrepreneurs croient que les technologies de l'information et des communications (TIC) jouent un rôle important dans leur capacité à innover.

- > Une grande majorité d'entrepreneurs (77 %) croient que les technologies de l'information et des communications (TIC) jouent un rôle important dans leur capacité à innover.
- > En fait, elles sont **très importantes pour 37 % des entrepreneurs** et **plutôt importantes pour 40 % d'entre eux**.
  - Près de la moitié des entreprises (47 %) qui comptent entre 5 et 19 employés ont déclaré que les TIC sont très importantes jouent un rôle important dans leur capacité à innover.
  - En outre, plus de la moitié des grandes entreprises (50 employés et plus) (55 %) considèrent que les TIC sont plutôt importantes.
- > Ces résultats sont **similaires** à ceux obtenus il y a un an, lorsque nous avons posé la même question aux membres du panel. Il semble que **l'omniprésence de l'innovation** et des **TIC dans les documents portant sur les affaires** ait eu une incidence sur la perception des entrepreneurs des TIC et de son importance relative.

Quelle importance ont les technologies de l'information et des communications (TIC) dans votre capacité à innover?



Base : Entrepreneurs innovateurs.

# Financement à l'innovation

**Les entrepreneurs ont déclaré qu'il était plutôt difficile de financer l'innovation; ceux qui cherchent des sources de financement externe pour aller de l'avant avec leurs projets doivent donc planifier ces derniers en conséquence.**

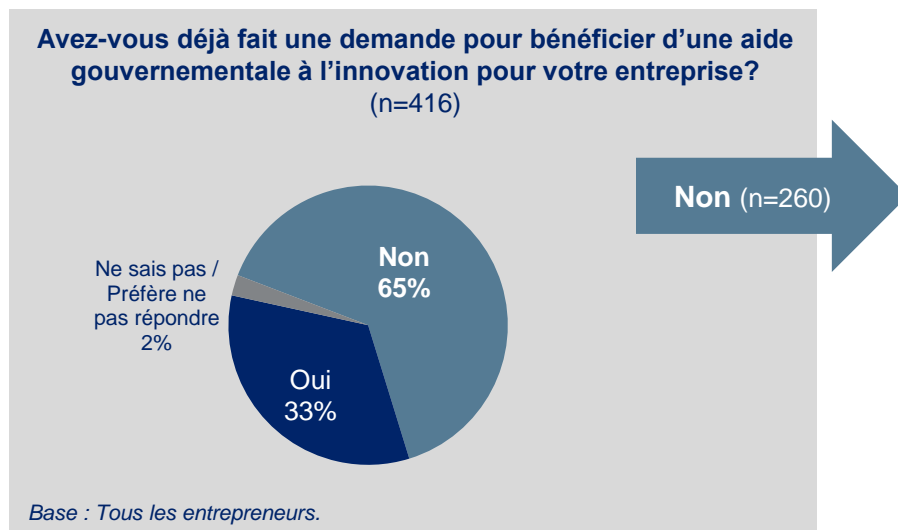
- > Le financement traditionnel destiné aux projets d'innovation est **très difficile** à obtenir selon beaucoup d'entrepreneurs. Nous avons donc demandé aux panélistes quelques **conseils judicieux** afin d'accroître les chances d'obtenir les fonds requis pour investir dans des projets d'innovation.
  - ❶ *Les entrepreneurs ont souligné qu'une **entreprise doit être globalement en bonne santé** pour accéder au financement nécessaire. Au-delà des considérations monétaires, il est également important de disposer d'un solide bassin de ressources humaines pour tirer parti des initiatives d'innovation. Si l'état général de l'entreprise n'est pas favorable, l'accès au financement pourrait être limité.*
  - ❷ *Les répondants ont déclaré qu'il était important d'**évaluer la pertinence de faire participer les divers membres du réseau** (employés, partenaires, fournisseurs, etc.) aux projets d'innovation. Certaines améliorations peuvent profiter aux autres. Il peut donc s'avérer utile de discuter de certaines idées avec les intervenants **et de les faire participer**.*
  - ❸ *Les entrepreneurs sont catégoriques concernant l'**importance de la recherche** et de la compréhension approfondie des projets et de leurs résultats. Autrement dit, il faut cibler les occasions de manière objective dans l'entreprise et(ou) sur le marché, en fonction des objectifs des projets.*
  - ❹ *Les répondants ont indiqué qu'il était essentiel de **structurer et de documenter un projet** lorsqu'une évaluation générale avait été effectuée. L'élaboration d'un plan détaillé, comportant des objectifs, des ressources et des échéanciers, accroît les chances de réussite du projet et la probabilité d'obtenir du financement.*
  - ❺ *À ce stade, la plupart des entrepreneurs ont indiqué qu'il était **préférable de financer soi-même** les initiatives d'innovation. Réalistement, cela n'est cependant pas toujours possible. La bonne nouvelle est que si l'évaluation et la documentation du projet d'innovation sont bien structurées, les entrepreneurs peuvent convaincre plus facilement les prêteurs des avantages de l'initiative.*
  - ❻ *Les répondants ont indiqué clairement qu'il était important d'**explorer les diverses options de financement s'offrant à eux**. Le financement peut provenir de différentes sources : à l'interne, des partenaires ou d'investisseurs clés, d'institutions financières et d'agences gouvernementales (fédérales, provinciales ou municipales). Les chefs d'entreprises ont déclaré que les **programmes gouvernementaux comme le programme de RS&DE peuvent compléter l'enveloppe budgétaire globale**, mais ils conseillent aux autres entrepreneurs de ne pas se fier uniquement sur ces programmes pour concrétiser leurs projets.*
- > En somme, les entrepreneurs doivent **élaborer et planifier** leurs projets avec soin pour accroître leurs chances d'accéder au financement nécessaire et de tirer parti des innovations.



# Aide gouvernementale à l'innovation

**Le tiers des entrepreneurs ont effectué une demande d'aide gouvernementale à l'innovation.**

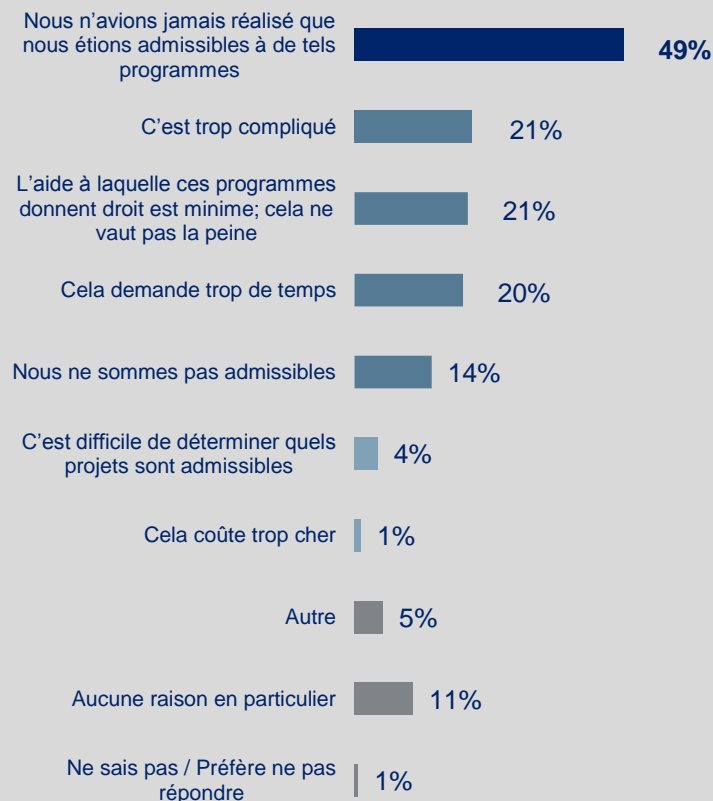
> Le tiers des entrepreneurs (33 %) ont **effectué une demande d'aide gouvernementale à l'innovation.**



> Les répondants qui n'ont jamais fait de demande d'aide gouvernementale nous ont expliqué que c'était parce qu'ils **n'avaient pas réalisé qu'ils étaient admissibles à de tels programmes** (49 %).

- Un entrepreneur sur cinq estime qu'obtenir de l'aide gouvernementale est trop compliqué (21 %), que cela ne vaut pas la peine et(ou) demande trop de temps (20 %).
- Autres raisons citées : les préoccupations concernant l'admissibilité (14 %), la difficulté de déterminer quels projets sont admissibles (4 %) et les coûts (1 %).

**Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas fait de demande?**  
Vous pouvez choisir plus d'une réponse.  
(n=260)



Base : Les entrepreneurs qui n'ont jamais fait de demande d'aide gouvernementale.

# Organismes et aide à l'innovation

## Les entrepreneurs ont effectué des demandes auprès de multiples organisations afin d'obtenir du soutien à l'innovation.

> **BDC** (52 %), l'Agence du revenu du Canada (par l'entremise de son programme de crédit d'impôt pour la recherche scientifique et du développement expérimental – **RS&DE**) (46 %) et le Conseil national de recherches Canada (**CNRC**) (32 %) sont les principales organisations que les entrepreneurs ont approchées pour obtenir de l'assistance.

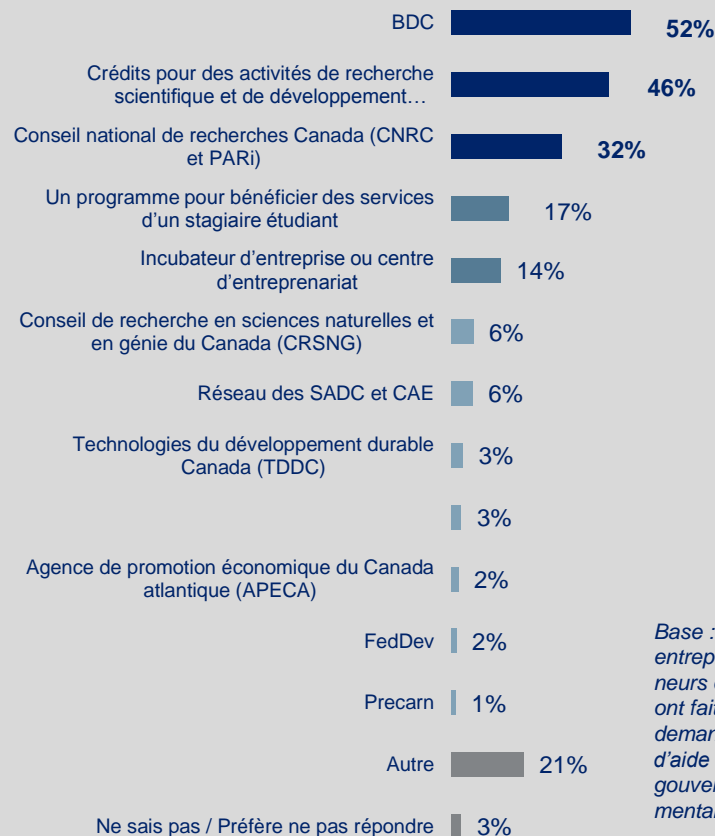
– Au-delà de 60 % des entreprises comptant plus de cinq employés ont effectué une demande dans le cadre du programme de crédits RS&DE.

> Plusieurs entrepreneurs ont sollicité l'aide d'organisations offrant les services d'un stagiaire / étudiant (17 %) et(ou) ont eu recours à un incubateur d'entreprise ou à un centre d'entrepreneuriat (14 %).

> Les chefs d'entreprises ont également fait des demandes auprès de quelques autres organisations fédérales et provinciales, notamment le Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) (6 %), les membres du réseau des SADC et CAE (6 %), Technologies du développement durable Canada (TDDC) (3 %), le ministère du développement économique, l'Innovation et l'Exportation du Québec (MDEIE) (3 %), l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) (2 %), FedDev (2 %) et Precarn (1 %).

> Les entrepreneurs ont également mentionné diverses organisations locales de moindre envergure.

Auprès de quel organisme avez-vous fait une demande d'aide à l'innovation, que vous ayez obtenu ce que vous demandiez ou non? Vous pouvez choisir plus d'une réponse. (n=147)



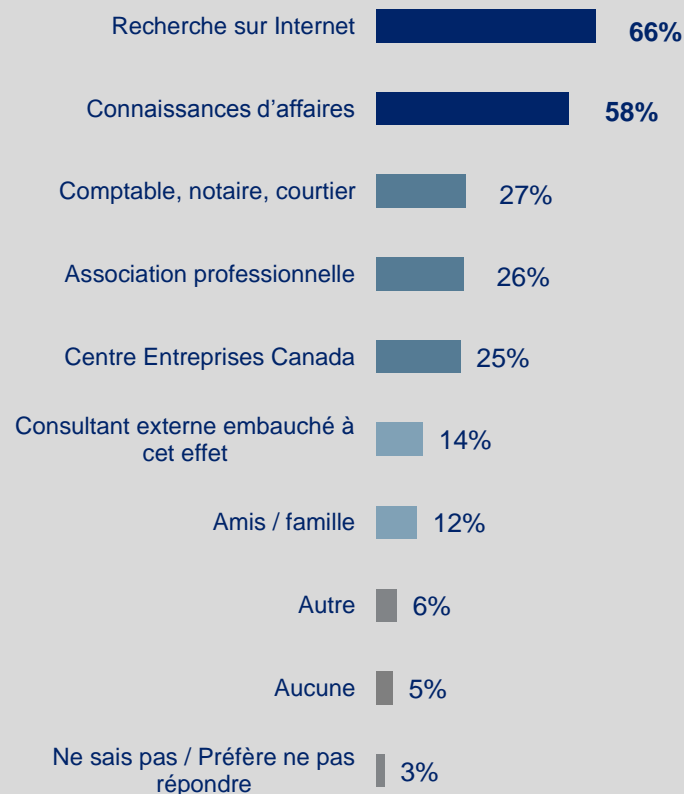
Base : Les entrepreneurs qui ont fait une demande d'aide gouvernementale

# Sources d'information sur l'aide gouvernementale

## Internet et les connaissances d'affaires sont les principales sources d'information sur l'aide gouvernementale.

- > Les deux tiers des entrepreneurs (66 %) ont utilisé ou utiliseraient Internet pour obtenir de l'information sur les programmes gouvernementaux ayant trait à l'innovation.
  - C'est particulièrement le cas chez les entreprises de moins de cinq employés (73 %).
- > Les connaissances d'affaires (58 %) semblent également jouer un rôle important dans l'accès à l'information des entrepreneurs.
- > Un entrepreneur sur quatre a déjà approché ou envisagerait d'approcher des **professionnels des affaires**, comme des comptables, des avocats ou des courtiers (27 %), une association professionnelle (26 %) ou le Centre Entreprises Canada (25 %).
- > Plus de un répondant sur dix a déclaré que les consultants externes leur avaient transmis de l'information (14 %). Un nombre similaire d'entrepreneurs se sont tournés ou envisageraient de se tourner vers les amis et la famille (12 %) pour obtenir de l'information sur les programmes gouvernementaux ayant trait à l'innovation.
- > *Conseil: Il est utile d'avoir une structure permettant de donner suite aux renseignements recueillis auprès des diverses sources afin d'en tirer pleinement partie.*

## À quelles sources faites-vous ou feriez-vous appel pour obtenir de l'information sur les programmes gouvernementaux ayant trait à l'innovation?

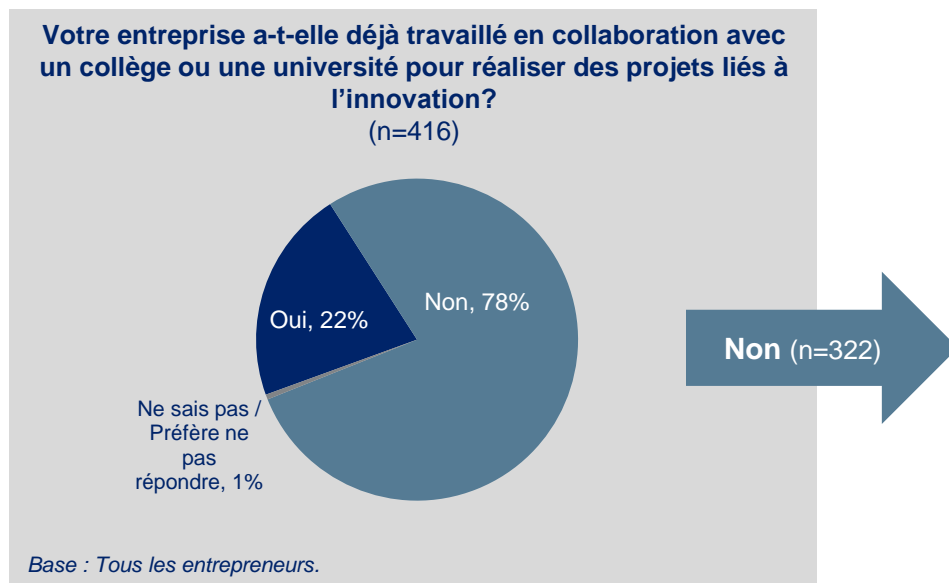


Base : Tous les entrepreneurs.

# Collaboration avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation

**Un entrepreneur sur cinq a collaboré avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation.**

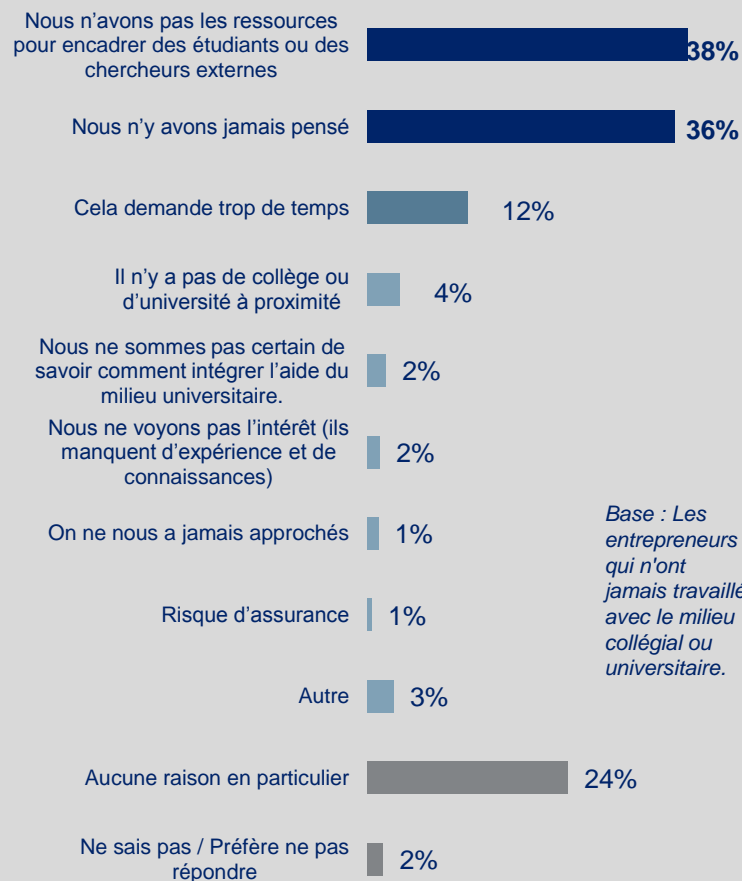
- > La majorité des entrepreneurs (78 %) n'ont jamais collaboré avec des collègues ou des universités dans le cadre de projets liés à l'innovation.



- > Les deux principales raisons pour lesquelles les entrepreneurs n'ont pas collaboré avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation sont les suivantes :

- Nous n'avons pas les ressources appropriées pour encadrer des étudiants ou des chercheurs externes (38 %).
- Je n'y ai jamais pensé (36 %).

Pourquoi n'avez-vous jamais collaboré avec un collègue ou une université? Vous pouvez sélectionner plus d'une réponse.  
(n=322)



# Résultats de la collaboration avec le milieu universitaire

**En général, les répondants qui ont collaboré avec le milieu universitaire estiment que l'expérience a été bénéfique.**

- > Les deux tiers des entrepreneurs (**65 %**) ont déclaré que la **collaboration avec le milieu universitaire avait été bénéfique.**

## **BÉNÉFIQUE** parce que :

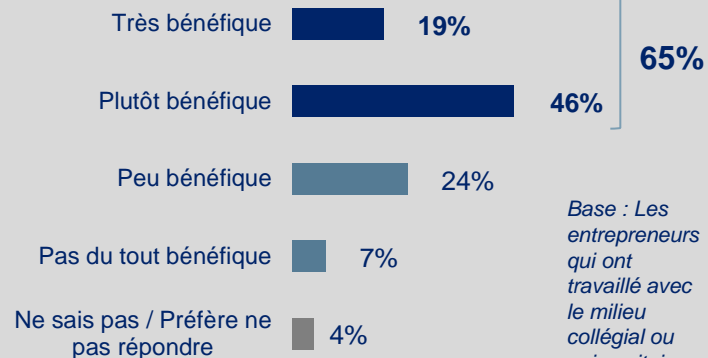
- > Cela leur a donné accès à une expertise à bon marché qui leur a apporté une expérience qu'ils n'avaient pas (44 %).
- > Cela leur a apporté une nouvelle façon de voir les choses, qu'ils n'avaient pas à l'interne (44 %).
- > Les recommandations qui ont été faites à la fin du mandat leur ont été utiles (38 %).
- > Cela leur a donné les ressources nécessaires pour faire de la R. et D. (34 %).
- > Cela leur a permis de recruter de nouveaux talents (25 %).
- > Cela leur a donné l'occasion d'encourager la recherche en milieu universitaire (22 %).

## **PAS BÉNÉFIQUE** parce que :

- > L'expertise n'était pas au niveau requis (28 %).
- > Cela ne leur a pas apporté une nouvelle façon de voir les choses (19 %).
- > Ils n'avaient pas les ressources nécessaires pour faire de la R. et D. (14 %).
- > Les recommandations qui ont été faites à la fin du mandat n'ont pas été utiles (13 %).
- > Cela a monopolisé une partie de leur équipe, car les intervenants n'étaient pas assez expérimentés ou autonomes (8 %).
- > Cela ne leur a pas permis de recruter de nouveaux talents (3 %).

**En fin de compte, travailler en collaboration avec un collègue ou une université a-t-il été bénéfique pour votre entreprise?**

(n=90)



# Conseils en matière d'innovation

## La meilleure façon de tirer parti de l'innovation est de se doter d'une approche structurée.

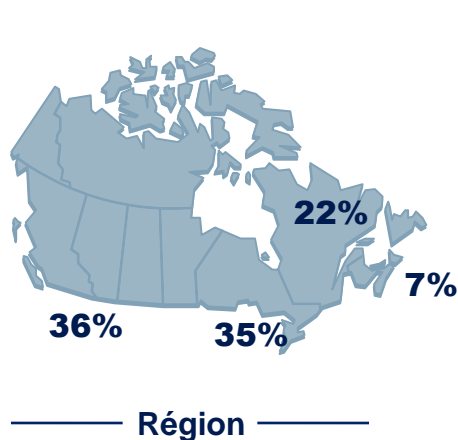
> L'auteur Rowan Gibson offre des conseils judicieux relativement aux aspects sur lesquels se concentrer pour faire de l'innovation une compétence de base :

- ❶ **Leadership et structure** – Faire de l'innovation un concept appliqué « partout et en tout temps » est essentiellement un défi pour la direction; cela doit obligatoirement venir d'en haut.
- ❷ **Culture et valeurs** – Obtenir des conseils sur les façons d'intégrer l'innovation aux activités quotidiennes de l'organisation plutôt que de l'aborder comme une exception – autrement dit, faire d'un concept à la mode un mode de vie.
- ❸ **Employés et compétences** – Mobiliser autant d'esprits que possible, notamment au moyen de d'incitatifs financiers, à l'intérieur de l'organisation et à l'échelle du réseau élargi de clients, de fournisseurs et de partenaires.
- ❹ **Processus et outils** – Fournir aux membres de l'équipe les outils, les processus et les mécanismes qui leur permettront de faire de l'innovation une réalité quotidienne.

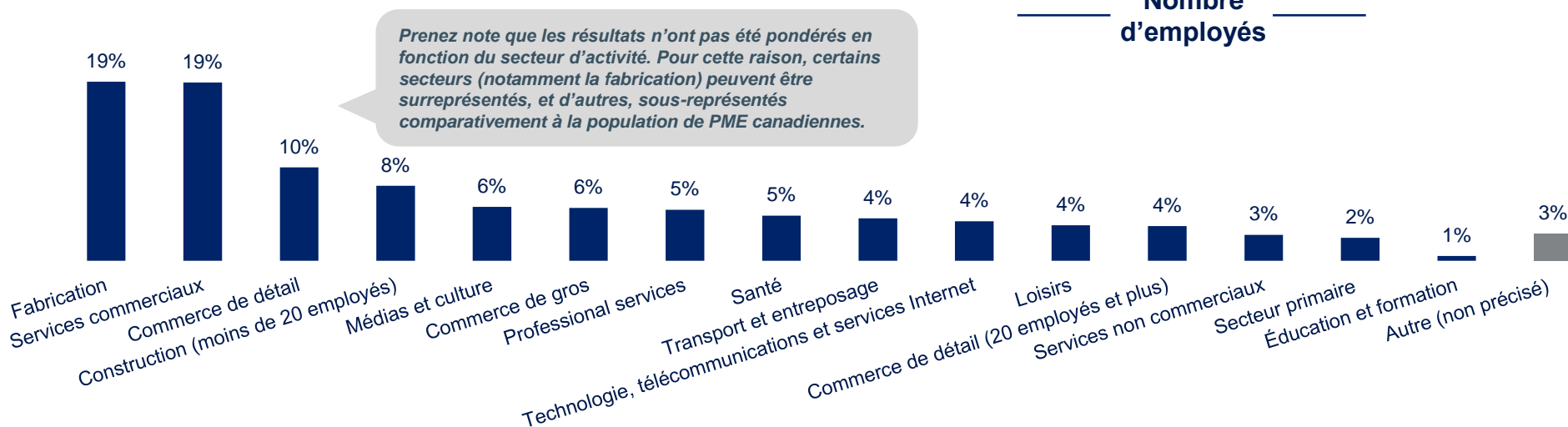
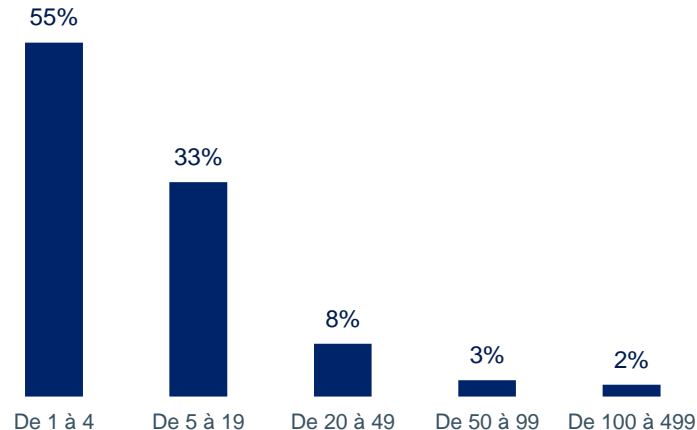
# **Profil des répondants**

# Profil des répondants

## Entrepreneurs



n=416



Base : Tous les répondants. Il convient de noter que les résultats ont été pondérés en fonction de la taille des entreprises et de leur région, en vue d'arriver à des résultats représentatifs des PME canadiennes.



# **Annexe**

***Résultats des entrepreneurs par région et selon la taille de l'entreprise***

# Importance de l'innovation

Dans quelle mesure innover est une priorité pour votre entreprise?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
<b>IMPORTANT</b>	<b>96 %</b>	86 %	99 %	96 %	95 %
Très important	57 %	55 %	72 %	52 %	54 %
Plutôt important	38 %	31 %	27 %	44 %	41 %
<b>PAS IMPORTANT</b>	<b>4 %</b>	14 %	1 %	4 %	5 %
Plutôt sans importance	4 %	14 %	1 %	3 %	5 %
Sans aucune importance	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Dans quelle mesure innover est une priorité pour votre entreprise?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
<b>IMPORTANT</b>	<b>96 %</b>	97 %	94 %	91 %	98 %
Très important	57 %	53 %	64 %	52 %	69 %
Plutôt important	38 %	44 %	30 %	38 %	29 %
<b>PAS IMPORTANT</b>	<b>4 %</b>	3 %	6 %	9 %	2 %
Plutôt sans importance	4 %	3 %	5 %	9 %	2 %
Sans aucune importance	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

# Niveau d'innovation

De manière générale, comment évaluez-vous votre entreprise en ce qui a trait à l'innovation?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Niveau élevé d'innovation (8 à 10)	41 %	44 %	36 %	38 %	46 %
Niveau moyen d'innovation (5 à 7)	47 %	47 %	45 %	48 %	46 %
Niveau faible d'innovation (1 à 4)	13 %	7 %	19 %	15 %	8 %
Pas du tout (0)	0 %	2 %	0 %	0 %	0 %
<b>Résultat moyen</b>	<b>6,76</b>	<b>6,74</b>	<b>6,46</b>	<b>6,63</b>	<b>7,06</b>

De manière générale, comment évaluez-vous votre entreprise en ce qui a trait à l'innovation?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Niveau élevé d'innovation (8 à 10)	41 %	37 %	47 %	34 %	49 %
Niveau moyen d'innovation (5 à 7)	47 %	49 %	42 %	48 %	47 %
Niveau faible d'innovation (1 à 4)	13 %	14 %	11 %	18 %	2 %
Pas du tout (0)	0%	0 %	1 %	0 %	2 %
<b>Résultat moyen</b>	<b>6,76</b>	<b>6,64</b>	<b>6,99</b>	<b>6,38</b>	<b>7,14</b>

Base : Tous les entrepreneurs.

# Type d'innovation

De manière générale, lorsque vous innovez, que cherchez-vous surtout à améliorer ou à développer?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Vos services	37 %	51 %	35 %	33 %	40 %
Vos produits	35 %	26 %	41 %	35 %	34 %
De nouvelles clientèles	31 %	24 %	27 %	38 %	30 %
Vos procédés	31 %	29 %	28 %	31 %	34 %
De nouvelles façons de faire dans la mise en marché ou le marketing	23 %	21 %	27 %	24 %	20 %
Votre modèle d'affaires	20 %	28 %	28 %	16 %	17 %
De nouveaux partenaires ou collaborateurs	16 %	11 %	12 %	15 %	19 %
Autre	1 %	0 %	0 %	3 %	1 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Type d'innovation (suite)

De manière générale, lorsque vous innovez, que cherchez-vous surtout à améliorer ou à développer?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Vos services	37 %	38 %	38 %	29 %	30 %
Vos produits	35 %	34 %	34 %	40 %	52 %
De nouvelles clientèles	31 %	34 %	30 %	28 %	23 %
Vos procédés	31 %	24 %	39 %	44 %	42 %
De nouvelles façons de faire dans la mise en marché ou le marketing	23 %	23 %	23 %	22 %	28 %
Votre modèle d'affaires	20 %	22 %	17 %	18 %	10 %
De nouveaux partenaires ou collaborateurs	16 %	19 %	12 %	10 %	12 %
Autre	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %

Base : Tous les entrepreneurs.

Les nombres en rouge et en vert indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.

# Position à l'égard de l'innovation

Dans quelle mesure les énoncés suivants s'appliquent-ils à votre entreprise?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients.	<b>7,84 / 10</b>	7,73	7,77	7,77	7,97
Nous nous efforçons d'améliorer nos processus pour augmenter la qualité de nos produits et services.	<b>7,69 / 10</b>	7,41	7,54	7,51	8,00
Nos efforts d'innovation doivent générer des gains de productivité ou augmenter notre part de marché.	<b>7,36 / 10</b>	7,06	7,72	7,10	7,46
Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles.	<b>7,07 / 10</b>	7,12	6,76	7,28	7,03
Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs.	<b>7,10 / 10</b>	7,52	6,99	7,05	7,13
Nos partenaires de développement (membres de notre réseau d'affaire) sont aussi importants que nos clients.	<b>6,80 / 10</b>	5,47	6,77	7,06	6,84
Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement.	<b>6,25 / 10</b>	5,27	6,28	6,28	6,39
Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire.	<b>6,40 / 10</b>	5,56	6,31	6,43	6,61
Nous consacrons une grande part de nos efforts d'innovation à optimiser nos procédés.	<b>6,42 / 10</b>	6,76	6,34	6,23	6,57
Nous innovons dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement (fourniture de produits à un fabricant, processus de fabrication ou distribution de produits finis).	<b>4,67 / 10</b>	2,94	<b>6,05</b>	<b>4,64</b>	<b>4,21</b>

Base : Tous les entrepreneurs.

Les nombres en **rouge** et en **vert** indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes. 30

Sondage Points de vue sur l'innovation  
Juin 2011



# Position à l'égard de l'innovation (suite)

Dans quelle mesure les énoncés suivants s'appliquent-ils à votre entreprise?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Nous adaptons nos façons de faire en fonction des exigences de nos clients.	7,84 / 10	7,86	7,88	7,42	8,04
Nous nous efforçons d'améliorer nos processus pour augmenter la qualité de nos produits et services.	7,69 / 10	7,60	7,84	7,43	8,05
Nos efforts d'innovation doivent générer des gains de productivité ou augmenter notre part de marché.	7,36 / 10	7,17	7,63	7,39	7,73
Nous cherchons constamment à diversifier nos clientèles.	7,07 / 10	7,03	7,16	6,73	7,44
Nous sommes reconnus par nos clients et concurrents comme étant créatifs.	7,10 / 10	6,82	7,57	6,68	7,81
Nos partenaires de développement (membres de notre réseau d'affaire) sont aussi importants que nos clients.	6,80 / 10	6,93	6,74	6,15	6,90
Nous développons ou introduisons de nouveaux produits ou services régulièrement.	6,25 / 10	5,98	6,67	5,86	7,12
Nous adoptons régulièrement de nouvelles façons de faire.	6,40 / 10	6,29	6,60	5,91	7,21
Nous consacrons une grande part de nos efforts d'innovation à optimiser nos procédés.	6,42 / 10	6,35	6,49	6,14	7,16
Nous innovons dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement (fourniture de produits à un fabricant, processus de fabrication ou distribution de produits finis).	4,67 / 10	4,49	4,85	4,69	5,46

# Principales raisons d'innover

Qu'est-ce qui vous encourage principalement à innover?	Total (n=414)	Canada atlantique (n=33)	Québec (n=96)	Ontario (n=150)	Ouest canadien (n=135)
Je considère que c'est un aspect nécessaire à la survie de notre entreprise.	21 %	9 %	21 %	21 %	24 %
Un désir intense de différencier notre entreprise sur le marché.	19 %	20 %	13 %	22 %	18 %
Je crois que l'innovation contribue à la croissance de notre entreprise.	18 %	12 %	24 %	12 %	21 %
Je crois que l'innovation provoque de nouvelles occasions d'affaires.	17 %	24 %	19 %	12 %	18 %
J'ai toujours de nouvelles idées; pour moi, l'innovation fait partie de ma nature d'entrepreneur.	16 %	13 %	16 %	22 %	9 %
Un désir intense d'amélioration	10 %	23 %	7 %	10 %	9 %

Base : Tous les entrepreneurs.



# Principales raisons d'innover (suite)

Qu'est-ce qui vous encourage principalement à innover?	Total (n=414)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=180)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=42)
Je considère que c'est un aspect nécessaire à la survie de notre entreprise.	21 %	17 %	28 %	19 %	24 %
Un désir intense de différencier notre entreprise sur le marché.	19 %	18 %	20 %	21 %	19 %
Je crois que l'innovation contribue à la croissance de notre entreprise.	18 %	19 %	16 %	16 %	28 %
Je crois que l'innovation provoque de nouvelles occasions d'affaires.	17 %	18 %	15 %	21 %	7 %
J'ai toujours de nouvelles idées; pour moi, l'innovation fait partie de ma nature d'entrepreneur.	16 %	19 %	12 %	7 %	13 %
Un désir intense d'amélioration	10 %	10 %	8 %	15 %	10 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Moyens de stimuler l'innovation

Plusieurs panélistes se demandent comment susciter et encourager l'innovation au sein de leur entreprise. Quels moyens utilisez-vous dans la vôtre?	Total (n=414)	Canada atlantique (n=33)	Québec (n=96)	Ontario (n=150)	Ouest canadien (n=135)
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos clients.	74 %	58 %	68 %	77 %	77 %
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos employés.	64 %	45 %	57 %	68 %	68 %
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos fournisseurs / distributeurs.	48 %	28 %	39 %	56 %	49 %
Nous faisons des exercices de réflexion stratégique à l'interne.	38 %	23 %	48 %	36 %	36 %
Nous participons régulièrement à des foires, conférences, présentations qui suscitent de nouvelles idées.	37 %	41 %	37 %	40 %	32 %
Nous avons des chefs de projets responsables de la gestion du développement de produits.	9 %	12 %	4 %	10 %	12 %
Nous avons créé une structure / des processus qui nous permettent d'identifier des projets d'innovation.	9 %	7 %	14 %	8 %	8 %
Nous avons créé un groupe de travail qui sélectionne les projets d'innovation qui seront réalisés.	7 %	4 %	9 %	5 %	8 %
Recherche constante (concurrents, publications, webinaires, etc.)	3 %	14 %	2 %	3 %	3 %
Analyse de tous les aspects de l'entreprise (processus et procédures)	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Accompagnement en gestion	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %
Visualisation de meilleures façons de faire des choses	1 %	9 %	0 %	1 %	1 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	7 %	0 %	0 %	4 %
Autre	1 %	2 %	1 %	0 %	1 %

# Moyens de stimuler l'innovation (suite)

Plusieurs panélistes se demandent comment susciter et encourager l'innovation au sein de leur entreprise. Quels moyens utilisez-vous dans la vôtre?	Total (n=414)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=180)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=42)
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos clients.	74 %	72 %	75 %	74 %	75 %
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos employés.	64 %	57 %	75 %	62 %	78 %
Nous sollicitons et écoutons les idées de nos fournisseurs / distributeurs.	48 %	50 %	45 %	44 %	42 %
Nous faisons des exercices de réflexion stratégique à l'interne.	38 %	33 %	45 %	33 %	46 %
Nous participons régulièrement à des foires, conférences, présentations qui suscitent de nouvelles idées.	37 %	35 %	39 %	33 %	50 %
Nous avons des chefs de projets responsables de la gestion du développement de produits.	9 %	6 %	11 %	18 %	31 %
Nous avons créé une structure / des processus qui nous permettent d'identifier des projets d'innovation.	9 %	6 %	13 %	8 %	26 %
Nous avons créé un groupe de travail qui sélectionne les projets d'innovation qui seront réalisés.	7 %	6 %	7 %	10 %	15 %
Recherche constante (concurrents, publications, webinaires, etc.)	3 %	5 %	2 %	1 %	3 %
Analyse de tous les aspects de l'entreprise (processus et procédures)	1 %	0 %	2 %	2 %	0 %
Accompagnement en gestion	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Visualisation de meilleures façons de faire des choses	1 %	0 %	3 %	2 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	3 %	0 %	1 %	0 %
Autre	1 %	0 %	2 %	1 %	0 %

Base : Tous les entrepreneurs.

Les nombres en rouge et en vert indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes. 35

# Obstacles à l'innovation

Quels sont les principaux obstacles qui nuisent à votre capacité à innover?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Le manque de fonds	60 %	63 %	65 %	59 %	58 %
Le manque de temps	46 %	42 %	47 %	43 %	50 %
Le manque de travailleurs ou de travailleurs qualifiés	27 %	17 %	31 %	27 %	28 %
Divers règlements / restrictions gouvernementales	10 %	7 %	7 %	13 %	10 %
Notre difficulté à intégrer la technologie	8 %	12 %	10 %	8 %	8 %
De la machinerie ou de l'équipement inadéquat	7 %	6 %	5 %	8 %	9 %
Autre	5 %	1 %	4 %	6 %	6 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	9 %	2 %	2 %	4 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Obstacles à l'innovation (suite)

Quels sont les principaux obstacles qui nuisent à votre capacité à innover?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Le manque de fonds	60 %	65 %	58 %	48 %	52 %
Le manque de temps	46 %	47 %	45 %	50 %	49 %
Le manque de travailleurs ou de travailleurs qualifiés	27 %	24 %	33 %	30 %	24 %
Divers règlements / restrictions gouvernementales	10 %	8 %	11 %	14 %	16 %
Notre difficulté à intégrer la technologie	8 %	9 %	6 %	12 %	11 %
De la machinerie ou de l'équipement inadéquat	7 %	7 %	8 %	6 %	11 %
Autre	5 %	6 %	5 %	4 %	7 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	4 %	3 %	1 %	4 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Importance des TIC

Quelle importance ont les technologies de l'information et des communications (TIC) dans votre capacité à innover?	Total (n=414)	Canada atlantique (n=33)	Québec (n=96)	Ontario (n=150)	Ouest canadien (n=135)
<b>IMPORTANT</b>	77 %	73 %	70 %	79 %	80 %
Très important	37 %	36 %	35 %	37 %	39 %
Plutôt important	40 %	37 %	35 %	42 %	41 %
<b>Ni important ni sans importance</b>	17 %	23 %	21 %	16 %	13 %
<b>PAS IMPORTANT</b>	6 %	4 %	7 %	4 %	7 %
Plutôt sans importance	5 %	1 %	6 %	2 %	7 %
Sans aucune importance	1 %	2 %	1 %	2 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	2 %	0 %	0 %

Quelle importance ont les technologies de l'information et des communications (TIC) dans votre capacité à innover?	Total (n=414)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
<b>IMPORTANT</b>	77 %	75 %	80 %	76 %	86 %
Très important	37 %	34 %	47 %	27 %	31 %
Plutôt important	40 %	41 %	33 %	49 %	55 %
<b>Ni important ni sans importance</b>	17 %	19 %	15 %	14 %	12 %
<b>PAS IMPORTANT</b>	6 %	6 %	6 %	9 %	2 %
Plutôt sans importance	5 %	5 %	4 %	8 %	2 %
Sans aucune importance	1 %	1 %	2 %	1 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %

Base : Tous les entrepreneurs. Les nombres en rouge et en vert indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.

# Aide gouvernementale à l'innovation

Avez-vous déjà fait une demande pour bénéficier d'une aide gouvernementale à l'innovation pour votre entreprise?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Oui	33 %	20 %	37 %	36 %	31 %
Non	64 %	80 %	57 %	63 %	67 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	0 %	6 %	1 %	3 %

Avez-vous déjà fait une demande pour bénéficier d'une aide gouvernementale à l'innovation pour votre entreprise?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Oui	33 %	31 %	35 %	32 %	50 %
Non	64 %	66 %	64 %	65 %	48 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Aide gouvernementale à l'innovation

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas fait de demande?	Total (n=260)	Canada atlantique (n=27*)	Québec (n=52)	Ontario (n=87)	Ouest canadien (n=94)
Nous n'avions jamais réalisé que nous étions admissibles à de tels programmes.	49 %	58 %	44 %	49 %	49 %
C'est trop compliqué.	21 %	21 %	24 %	15 %	26 %
L'aide à laquelle ces programmes donnent droit est minime; cela ne vaut pas la peine.	21 %	26 %	8 %	20 %	26 %
Cela demande trop de temps.	20 %	13 %	25 %	16 %	22 %
Nous ne sommes pas admissibles.	14 %	14 %	18 %	14 %	12 %
C'est difficile de déterminer quels projets sont admissibles.	4 %	0 %	1 %	6 %	5 %
Cela coûte trop cher.	1 %	0 %	4 %	1 %	0 %
Autre	5 %	3 %	2 %	3 %	9 %
Aucune raison en particulier	11 %	10 %	10 %	17 %	5 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	1 %	0 %	1 %

Base : Les entrepreneurs qui n'ont jamais fait de demande d'aide gouvernementale.



# Aide gouvernementale à l'innovation (suite)

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas fait de demande?	Total (n=260)	Moins de 5 employés (n=71)	De 5 à 19 employés (n=114)	De 20 à 49 employés (n=55)	50 employés ou plus (n=20*)
Nous n'avions jamais réalisé que nous étions admissibles à de tels programmes.	49 %	48 %	50 %	52 %	46 %
C'est trop compliqué.	21 %	16 %	28 %	33 %	15 %
L'aide à laquelle ces programmes donnent droit est minime; cela ne vaut pas la peine.	21 %	18 %	25 %	18 %	35 %
Cela demande trop de temps.	20 %	13 %	30 %	28 %	16 %
Nous ne sommes pas admissibles.	14 %	17 %	10 %	14 %	9 %
C'est difficile de déterminer quels projets sont admissibles.	4 %	4 %	5 %	2 %	0 %
Cela coûte trop cher.	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %
Autre	5 %	5 %	6 %	3 %	15 %
Aucune raison en particulier	11 %	15 %	5 %	9 %	4 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	2 %	0 %	4 %

Base : Les entrepreneurs qui n'ont jamais fait de demande d'aide gouvernementale.  
 Les nombres en **rouge** et en **vert** indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.

# Organismes et aide à l'innovation

Auprès de quel organisme avez-vous fait une demande d'aide à l'innovation, que vous ayez obtenu ce que vous demandiez ou non?	Total (n=147)	Canada atlantique (n=7*)	Québec (n=41)	Ontario (n=61)	Ouest canadien (n=38)
BDC	52 %	42 %	50 %	48 %	59 %
Crédits pour des activités de recherche scientifique et de développement expérimental (RS&DE)	46 %	36 %	52 %	44 %	45 %
PARi du Conseil national de recherches Canada (CNRC)	32 %	24 %	46 %	27 %	29 %
Un programme pour bénéficier des services d'un stagiaire étudiant	17 %	0 %	13 %	22 %	15 %
Incubateur d'entreprise ou centre d'entrepreneuriat	14 %	0 %	17 %	14 %	15 %
Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG)	6 %	6 %	0 %	15 %	2 %
Réseau des SADC et CAE	6 %	0 %	6 %	9 %	4 %
Technologies du développement durable Canada (TDDC)	3 %	0 %	6 %	3 %	3 %
Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE)	3 %	0 %	12 %	0 %	0 %
FedDev	2 %	0 %	0 %	4 %	0 %
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)	2 %	40 %	0 %	1 %	0 %
Precarn	1 %	0 %	2 %	2 %	0 %
Autre	21 %	34 %	23 %	28 %	10 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3 %	0 %	0 %	1 %	7 %

# Organismes et aide à l'innovation (suite)

Après de quel organisme avez-vous fait une demande d'aide à l'innovation, que vous ayez obtenu ce que vous demandiez ou non?	Total (n=147)	Moins de 5 employés (n=33)	De 5 à 19 employés (n=64)	De 20 à 49 employés (n=28*)	50 employés ou plus (n=22*)
BDC	52 %	57 %	45 %	51 %	50 %
Crédits pour des activités de recherche scientifique et de développement expérimental (RS&DE)	46 %	31 %	60 %	65 %	63 %
PARi du Conseil national de recherches Canada (CNRC)	32 %	34 %	29 %	47 %	19 %
Un programme pour bénéficier des services d'un stagiaire étudiant	17 %	15 %	17 %	11 %	36 %
Incubateur d'entreprise ou centre d'entrepreneuriat	14 %	21 %	6 %	7 %	14 %
Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG)	6 %	5 %	9 %	3 %	4 %
Réseau des SADC et CAE	6 %	6 %	8 %	3 %	4 %
Technologies du développement durable Canada (TDDC)	3 %	0 %	5 %	14 %	11 %
Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec (MDEIE)	3 %	3 %	2 %	7 %	5 %
FedDev	2 %	0 %	3 %	0 %	9 %
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)	2 %	3 %	0 %	7 %	0 %
Precarn	1 %	0 %	3 %	3 %	0 %
Autre	21 %	26 %	17 %	7 %	24 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3 %	4 %	3 %	0 %	0 %

Base : Les entrepreneurs qui ont fait une demande d'aide gouvernementale. Les nombres en rouge et en vert indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.

# Sources d'information sur l'aide gouvernementale

À quelles sources faites-vous ou feriez-vous appel pour obtenir de l'information sur les programmes gouvernementaux ayant trait à l'innovation?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Recherche sur Internet	66 %	59 %	56 %	68 %	70 %
Connaissances d'affaires	58 %	56 %	45 %	63 %	61 %
Comptable, notaire, courtier	27 %	21 %	26 %	28 %	28 %
Association professionnelle	26 %	29 %	18 %	32 %	25 %
Centre Entreprises Canada	25 %	42 %	30 %	21 %	23 %
Consultant externe embauché à cet effet	14 %	2 %	21 %	15 %	11 %
Amis / famille	12 %	10 %	10 %	14 %	12 %
Autre	6 %	0 %	12 %	8 %	2 %
Aucune	5 %	20 %	4 %	5 %	3 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3 %	2 %	4 %	0 %	4 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Sources d'information sur l'aide gouvernementale

À quelles sources faites-vous ou feriez-vous appel pour obtenir de l'information sur les programmes gouvernementaux ayant trait à l'innovation?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Recherche sur Internet	66 %	73 %	60 %	50 %	47 %
Connaissances d'affaires	58 %	63 %	52 %	53 %	41 %
Comptable, notaire, courtier	27 %	23 %	31 %	34 %	27 %
Association professionnelle	26 %	27 %	24 %	24 %	40 %
Centre Entreprises Canada	25 %	28 %	24 %	17 %	17 %
Consultant externe embauché à cet effet	14 %	11 %	17 %	18 %	24 %
Amis / famille	12 %	16 %	8 %	6 %	7 %
Autre	6 %	8 %	4 %	4 %	4 %
Aucune	5 %	5 %	4 %	5 %	7 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3 %	2 %	3 %	4 %	2 %

Base : Tous les entrepreneurs.

Les nombres en rouge et en vert indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.

# Collaboration avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation

Votre entreprise a-t-elle déjà travaillé en collaboration avec un collège ou une université pour réaliser des projets liés à l'innovation?	Total (n=416)	Canada atlantique (n=34)	Québec (n=96)	Ontario (n=151)	Ouest canadien (n=135)
Oui	22 %	23 %	18 %	24 %	21 %
Non	78 %	75 %	81 %	76 %	79 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	2 %	1 %	0 %	0 %

Votre entreprise a-t-elle déjà travaillé en collaboration avec un collège ou une université pour réaliser des projets liés à l'innovation?	Total (n=416)	Moins de 5 employés (n=107)	De 5 à 19 employés (n=181)	De 20 à 49 employés (n=85)	50 employés ou plus (n=43)
Oui	22 %	22 %	21 %	17 %	30 %
Non	78 %	78 %	78 %	79 %	70 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	1 %	4 %	0 %

Base : Tous les entrepreneurs.

# Raisons de ne pas collaborer avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous jamais travaillé en collaboration avec un collègue ou une université?	Total (n=322)	Canada atlantique (n=26*)	Québec (n=76)	Ontario (n=113)	Ouest canadien (n=107)
Nous n'avons pas les ressources pour encadrer des étudiants ou des chercheurs externes.	38 %	41 %	40 %	37 %	37 %
Nous n'y avons jamais pensé.	36 %	31 %	31 %	39 %	38 %
Cela demande trop de temps.	12 %	0 %	10 %	16 %	11 %
Il n'y a pas de collègue ou d'université à proximité.	4 %	5 %	4 %	1 %	6 %
Nous ne sommes pas certain de savoir comment intégrer l'aide du milieu universitaire.	2 %	0 %	4 %	2 %	2 %
Nous ne voyons pas l'intérêt (ils manquent d'expérience et de connaissances).	2 %	2 %	2 %	3 %	0 %
Nous examinons la possibilité d'établir de tels partenariats.	2 %	0 %	1 %	2 %	4 %
On ne nous a jamais approchés.	1 %	0 %	0 %	2 %	2 %
Risque d'assurance	1 %	0 %	0 %	1 %	1 %
Autre	3 %	0 %	3 %	4 %	3 %
Aucune raison en particulier	24 %	34 %	26 %	16 %	27 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	0 %	1 %	3 %	3 %

Base : Les entrepreneurs qui n'ont jamais travaillé avec le milieu collégial ou universitaire.

# Raisons de ne pas collaborer avec le milieu universitaire dans le cadre de projets liés à l'innovation (suite)

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous jamais travaillé en collaboration avec un collègue ou une université?	Total (n=322)	Moins de 5 employés (n=84)	De 5 à 19 employés (n=41)	De 20 à 49 employés (n=67)	50 employés ou plus (n=30)
Nous n'avons pas les ressources pour encadrer des étudiants ou des chercheurs externes.	38 %	42 %	34 %	33 %	28 %
Nous n'y avons jamais pensé.	36 %	34 %	41 %	35 %	35 %
Cela demande trop de temps.	12 %	13 %	11 %	10 %	7 %
Il n'y a pas de collègue ou d'université à proximité.	4 %	3 %	3 %	15 %	7 %
Nous ne sommes pas certain de savoir comment intégrer l'aide du milieu universitaire.	2 %	2 %	2 %	4 %	0 %
Nous ne voyons pas l'intérêt (ils manquent d'expérience et de connaissances).	2 %	1 %	2 %	1 %	3 %
Nous examinons la possibilité d'établir de tels partenariats.	2 %	2 %	2 %	0 %	3 %
On ne nous a jamais approchés.	1 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Risque d'assurance	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Autre	3 %	2 %	4 %	3 %	4 %
Aucune raison en particulier	24 %	25 %	20 %	29 %	32 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2 %	2 %	1 %	2 %	7 %

Base : Les entrepreneurs qui n'ont jamais travaillé avec le milieu collégial ou universitaire.  
Les nombres en **rouge** et en **vert** indiquent des écarts statistiquement significatifs entre les sous-groupes.



# Utilité de la collaboration avec le milieu universitaire

En fin de compte, travailler en collaboration avec un collègue ou une université a-t-il été bénéfique pour votre entreprise?	Total (n=90)	Canada atlantique (n=7*)	Québec (n=18*)	Ontario (n=38)	Ouest canadien (n=27*)
<b>BÉNÉFIQUE</b>	65 %	55 %	74 %	60 %	68 %
Très bénéfique	19 %	10 %	20 %	18 %	22 %
Plutôt bénéfique	46 %	45 %	54 %	43 %	46 %
<b>PAS BÉNÉFIQUE</b>	30 %	45 %	23 %	37 %	24 %
Peu bénéfique	24 %	16 %	19 %	30 %	22 %
Pas du tout bénéfique	7 %	29 %	5 %	7 %	3 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	0 %	3 %	3 %	8 %

En fin de compte, travailler en collaboration avec un collègue ou une université a-t-il été bénéfique pour votre entreprise?	Total (n=90)	Moins de 5 employés (n=23*)	De 5 à 19 employés (n=39)	De 20 à 49 employés (n=15*)	50 employés et plus (n=13*)
<b>BÉNÉFIQUE</b>	65 %	74 %	54 %	41 %	70 %
Très bénéfique	19 %	18 %	23 %	8 %	21 %
Plutôt bénéfique	46 %	56 %	31 %	33 %	49 %
<b>PAS BÉNÉFIQUE</b>	30 %	21 %	44 %	53 %	23 %
Peu bénéfique	24 %	17 %	33 %	47 %	9 %
Pas du tout bénéfique	7 %	4 %	10 %	6 %	14 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	5 %	2 %	6 %	8 %

Base : Les entrepreneurs qui ont travaillé avec le milieu collégial ou universitaire.

# Résultats de la collaboration avec le milieu universitaire (pas bénéfique)

Pourquoi cette expérience n'a-t-elle pas été bénéfique?	Total (n=33)	Canada atlantique (n=3*)	Québec (n=5*)	Ontario (n=16*)	Ouest canadien (n=9*)
L'expertise n'était pas au niveau requis (pas assez d'expérience ou pas la bonne expérience).	28 %	0 %	60 %	27 %	23 %
Ne nous a pas apporté de nouvelles façons de voir les choses.	19 %	0 %	20 %	31 %	6 %
Nous n'avons pas eu les ressources dont nous avons besoin pour faire de la R. et D.	14 %	23 %	0 %	21 %	6 %
Les recommandations qui ont été faites à la fin du mandat ne nous ont pas été utiles.	13 %	12 %	0 %	11 %	24 %
A monopolisé une partie de notre équipe, car les intervenants n'étaient pas assez expérimentés ou autonomes.	8 %	0 %	20 %	0 %	18 %
Ne nous a pas permis de recruter de nouveaux talents.	3 %	0 %	0 %	5 %	0 %
Autre	40 %	65 %	20 %	32 %	54 %
Aucune raison en particulier	14 %	0 %	20 %	18 %	11 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	0 %	3 %	0 %

Base : Les entrepreneurs qui ont travaillé avec le milieu collégial ou universitaire et pour qui l'expérience n'a pas été bénéfique.

# Résultats de la collaboration avec le milieu universitaire (pas bénéfique) (suite)

Pourquoi cette expérience n'a-t-elle pas été bénéfique?	Total (n=33)	Moins de 5 employés (n=5*)	De 5 à 19 employés (n=17*)	De 20 à 49 employés (n=8*)	50 employés ou plus (n=3*)
L'expertise n'était pas au niveau requis (pas assez d'expérience ou pas la bonne expérience).	28 %	0 %	46 %	26 %	70 %
Ne nous a pas apporté de nouvelles façons de voir les choses.	19 %	19 %	22 %	0 %	39 %
Nous n'avons pas eu les ressources dont nous avons besoin pour faire de la R. et D.	14 %	19 %	11 %	14 %	0 %
Les recommandations qui ont été faites à la fin du mandat ne nous ont pas été utiles.	13 %	0 %	5 %	55 %	100 %
A monopolisé une partie de notre équipe, car les intervenants n'étaient pas assez expérimentés ou autonomes.	8 %	0 %	13 %	0 %	39 %
Ne nous a pas permis de recruter de nouveaux talents.	3 %	0 %	5 %	0 %	0 %
Autre	40 %	62 %	30 %	11 %	31 %
Aucune raison en particulier	14 %	19 %	13 %	11 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	1 %	0 %	0 %	11 %	0 %

Base : Les entrepreneurs qui ont travaillé avec le milieu collégial ou universitaire et pour qui l'expérience n'a pas été bénéfique.

# Résultats de la collaboration avec le milieu universitaire (bénéfique)

Qu'est-ce qui vous fait dire que cette expérience a été bénéfique?	Total (n=53)	Canada atlantique (n=4*)	Québec (n=12*)	Ontario (n=20*)	Ouest canadien (n=17*)
Nous avons eu accès à une expertise à bon marché qui nous a apporté une expérience que nous n'avions pas.	44 %	81 %	43 %	56 %	28 %
Nous a apporté une nouvelle façon de voir les choses, que nous n'avions pas à l'interne.	44 %	81 %	51 %	40 %	38 %
Les recommandations qui nous ont été faites à la fin du mandat nous ont été utiles.	38 %	53 %	45 %	36 %	34 %
Nous a donné les ressources nécessaires pour faire de la R. et D.	34 %	81 %	24 %	36 %	30 %
Nous a permis de recruter de nouveaux talents.	25 %	19 %	12 %	39 %	21 %
Nous a donné l'occasion d'encourager la recherche en milieu universitaire.	22 %	0 %	21 %	38 %	12 %
Autre	5 %	0 %	6 %	9 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	0 %	0 %	0 %	11 %

Base : Les entrepreneurs qui ont travaillé avec le milieu collégial ou universitaire et pour qui l'expérience a été bénéfique.

# Résultats de la collaboration avec le milieu universitaire (bénéfique)

Qu'est-ce qui vous fait dire que cette expérience a été bénéfique?	Total (n=53)	Moins de 5 employés (n=17*)	De 5 à 19 employés (n=21*)	De 20 à 49 employés (n=6*)	50 employés ou plus (n=9*)
Nous avons eu accès à une expertise à bon marché qui nous a apporté une expérience que nous n'avions pas.	44 %	39 %	47 %	67 %	67 %
Nous a apporté une nouvelle façon de voir les choses, que nous n'avions pas à l'interne.	44 %	46 %	45 %	44 %	21 %
Les recommandations qui nous ont été faites à la fin du mandat nous ont été utiles.	38 %	46 %	26 %	15 %	31 %
Nous a donné les ressources nécessaires pour faire de la R. et D.	34 %	34 %	35 %	52 %	23 %
Nous a permis de recruter de nouveaux talents.	25 %	11 %	47 %	56 %	58 %
Nous a donné l'occasion d'encourager la recherche en milieu universitaire.	22 %	22 %	14 %	70 %	33 %
Autre	5 %	5 %	5 %	0 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4 %	7 %	0 %	0 %	0 %

Base : Les entrepreneurs qui ont travaillé avec le milieu collégial ou universitaire et pour qui l'expérience a été bénéfique.

## Intelligence de marchés (Marketing)

Banque de développement du Canada

Siège social – 5, Place Ville Marie, bureau 600, Montréal (Québec) H3B 5E7

[recherchemarketing@bdc.ca](mailto:recherchemarketing@bdc.ca)

