

Équipe fédérale régionale du commerce électronique

évaluation des conférences thématiques

mars 2002

ÉVALUATION
services conseils en recherche et évaluation

**Ce document a été réalisé par Julie Fortin
Conseillère en recherche et évaluation**

ÉVALUATION

1265, Robert L. Séguin, Ste-Foy (Québec) G1X 4W8
téléphone : (418) 877-4432 ▲ télécopie : (418) 688-0979

table des matières

liste des tableaux.....	iv
liste des figures et graphiques.....	iv
introduction.....	1
méthode.....	2
modèle logique et indicateurs.....	2
enquête auprès des coordonnateurs locaux.....	2
enquête auprès des PME participantes.....	3
modèle logique et indicateurs.....	5
résultats (coordonnateurs locaux).....	7
organisation de la conférence.....	7
offre de services de l'Équipe fédérale.....	8
retombées locales.....	10
résultats (pme).....	11
connaissance des affaires électroniques.....	11
adoption des affaires électroniques.....	14
connaissance des programmes et services disponibles.....	16
conclusion.....	19
recommandations.....	20
références.....	21

Annexe 1 Questionnaire de suivi des conférences thématiques destiné aux coordonnateurs locaux (SADC)

Annexe 2 Questionnaire d'évaluation des retombées des conférences thématiques auprès des PME participantes

Annexe 3 Synthèse des résultats

liste des tableaux

	page
tableau 1 taux de réponse par conférence	3
tableau 2 caractéristiques des répondants	4
tableau 3 profil des entreprises	4
tableau 4 satisfaction à l'égard de l'organisation de la conférence	7
tableau 5 adéquation aux besoins	8
tableau 6 pertinence des thèmes proposés	9
tableau 7 services en région	10
tableau 8 connaissance et compréhension des affaires électroniques	11
tableau 9 réponses aux questions thématiques	12
tableau 10 adoption des affaires électroniques	14
tableau 11 connaissance des programmes et services disponibles	16
tableau 12 pertinence des programmes et services disponibles	17

liste des figures et graphiques

	page
figure 1 modèle logique de l'Équipe fédérale	5
graphique 1 taux de satisfaction global	8
graphique 2 adoption de démarches concrètes	14
graphique 3 intention d'entreprendre des démarches	15
graphique 4 obtenir de l'information	17
graphique 5 nombre de répondants ayant eu recours aux services	18
graphique 6 suffisamment d'intervenants et de services	19

1 introduction

L'équipe fédérale régionale du commerce électronique a pour mandat de « concerter la promotion des affaires électroniques auprès des petites et moyennes entreprises et des communautés d'affaires du Québec. Elle établit et met en œuvre des activités d'information publiques qui assurent une visibilité et une efficacité accrue des programmes et services. ». Elle est composée de représentants des organisations ou programmes suivants : Industrie Canada, Développement économique Canada, Communication Canada, Banque de développement du Canada, Réseau des sociétés d'aide au développement des collectivités et Étudiants Bien Branchés.

L'Équipe fédérale s'est dotée d'une stratégie d'évaluation

Afin de mieux cerner les effets de son intervention auprès des PME, l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique (ci-après appelée « l'Équipe fédérale ») s'est dotée d'une stratégie d'évaluation articulée autour de deux composantes majeures : une collecte de données auprès des coordonnateurs locaux des événements et une collecte de données auprès des PME participantes.

Ce rapport présente dans un premier temps la méthode utilisée et la description de l'intervention de l'équipe à l'aide d'un modèle logique. Par la suite, il expose les principaux résultats d'un premier exercice d'évaluation. Cette évaluation couvre les activités s'étant tenues entre septembre et décembre 2001.

2 méthode

La démarche d'évaluation des effets de l'intervention de l'Équipe fédérale comporte trois grandes étapes : l'élaboration d'un modèle logique, une enquête auprès des coordonnateurs locaux des conférences et une enquête auprès des PME participantes.

modèle logique et indicateurs

Le modèle logique est un outil qui donne une vision à la fois simple, complète et structurée d'une intervention et des résultats escomptés. Il s'agit d'une étape préalable à l'élaboration d'une stratégie de mesure puisqu'il permet une compréhension commune de la logique de l'intervention et qu'il facilite le choix et l'élaboration des indicateurs de mesure pertinents. Ce modèle permet de décrire la logique de l'intervention selon huit composantes, soit :

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. la raison d'être; | 5. les intrants; |
| 2. les cibles ; | 6. les activités de production; |
| 3. les objectifs; | 7. les extrants; |
| 4. la nature de l'intervention; | 8. les effets et répercussions. |

enquête auprès des coordonnateurs locaux

Afin d'obtenir l'appréciation des acteurs locaux par rapport à l'offre de services de l'Équipe fédérale et aux conférences proprement dites, une enquête téléphonique a été effectuée¹ auprès des personnes responsables de l'événement au niveau local (SADC). Six personnes ont ainsi été interrogées, correspondant aux conférences ou groupes de conférences suivants :

- ✦ Coaticook (1 répondant);
- ✦ Abitibi-Ouest, La Sarre, Senneterre, Amos, Rouyn-Noranda, Ville-Marie, Val d'Or (1 répondant);
- ✦ Haut-Richelieu (1 répondant);
- ✦ Trois-Rivières, Shawinigan (1 répondant)²;
- ✦ Carleton (1 répondant);
- ✦ Étang du Nord (1 répondant).

Le questionnaire d'enquête, présenté à l'annexe 1, comporte trois sections portant sur autant de thèmes : l'organisation de la conférence, l'offre de services de l'Équipe fédérale et les retombées locales de l'événement.

¹ L'enquête téléphonique a été réalisée par M^{me} Marlène Tremblay du Réseau des SADC du Québec.

² Le conseiller en affaires électroniques de DEC qui a travaillé en collaboration avec le Réseau pour organiser les conférences ayant quitté son poste, une autre personne, qui a collaboré de plus loin, a été interrogée. Elle n'a toutefois pas été en mesure de répondre à toutes les questions.

enquête auprès des PME participantes

Afin de cerner les effets et répercussions des conférences de l'Équipe auprès des participants, la méthode utilisée a pris la forme d'une enquête téléphonique³. Le questionnaire d'enquête, présenté à l'annexe 2, comporte trois grandes sections portant sur les thèmes suivants : la connaissance et la compréhension des affaires électroniques, l'adoption des affaires électroniques de même que la connaissance des programmes et services disponibles. Enfin, quelques questions visent à dresser le profil des répondants et des entreprises participantes.

Un taux de réponse global de 67 %

L'enquête téléphonique a été réalisée pendant les mois de février et mars 2002. Puisqu'elles ciblaient les retombées des conférences pour les PME, un seul répondant par entreprise était sollicité⁴. Plusieurs PME ont toutefois été retranchées de la liste des répondants potentiels, soit parce que les coordonnées étaient erronées ou manquantes, soit parce que le participant à la conférence avait quitté l'entreprise. De façon globale, sur une possibilité de 206 répondants, 138 ont accepté de participer à l'enquête, ce qui correspond à un taux de réponse de 67 %. Ce taux de réponse permet de croire que, pris globalement, les résultats sont représentatifs de l'opinion des participants. Le tableau suivant présente en détail le taux de réponse obtenu pour chacune des conférences.

tableau 1 taux de réponse par conférence

No	Conférence	Nombre de répondants potentiels	Nombre de répondants	Taux de réponse (%)
01	Coaticook	16	11	68,8
02	La Sarre	6	3	50,0
03	Senneterre	18	11	61,1
04	Amos	5	3	60,0
05	Rouyn-Noranda	24	14	58,3
06	Ville-Marie	8	7	87,5
07	Val d'Or	12	3	25,0
08	St-Jean-sur-Richelieu	26	19	73,1
09	Trois-Rivières	18	15	83,3
10	Shawinigan	17	12	70,6
11	Carleton	31	24	77,4
12	Étang du Nord	25	16	64,0
Total		206	138	67,0

À l'exception de Val d'Or, où le taux de réponse est particulièrement faible, les conférences présentent un taux de réponse acceptable, variant entre 50,0 % et 87,5 %. Le taux de « non-réponse » s'explique principalement par l'impossibilité de rejoindre les participants et le refus de répondre. Ce dernier était généralement motivé par le manque de temps ou d'intérêt et par le laps de temps jugé parfois trop long entre la participation à la conférence et l'enquête téléphonique. À cet effet, il importe de noter que les prochaines enquêtes téléphoniques seront

³ L'enquête téléphonique a été réalisée par M^{me} Monica Tremblay et M. André Bernier.

⁴ Dans certains cas, quatre personnes d'une même entreprise étaient présentes à la conférence. L'interviewer expliquait alors le but de l'enquête et demandait à parler à la personne la mieux placée pour répondre aux questions.

réalisées au plus tard trois mois après la tenue des événements, comme il était prévu initialement⁵. Les tableaux suivants présentent le profil des répondants. Le tableau 1 indique l'âge, le sexe et la fonction occupée dans l'entreprise pour l'ensemble des répondants. Le tableau 2 montre l'âge, la taille et le secteur d'activité des entreprises participantes.

tableau 2 caractéristiques des répondants

Caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Âge (n = 138)		
18 à 24 ans	10	7,2
25 à 34 ans	26	18,8
35 à 44 ans	53	38,4
45 à 54 ans	34	24,6
55 à 64 ans	12	8,7
65 et plus	3	2,2
Sexe (n = 138)		
femme	50	36,2
homme	88	63,8
Fonction (n = 136)		
propriétaire ou associé	26	19,1
président ou directeur général	34	25,0
gestionnaire	35	25,7
personnel professionnel	23	16,9
autre	18	13,3

tableau 3 profil des entreprises

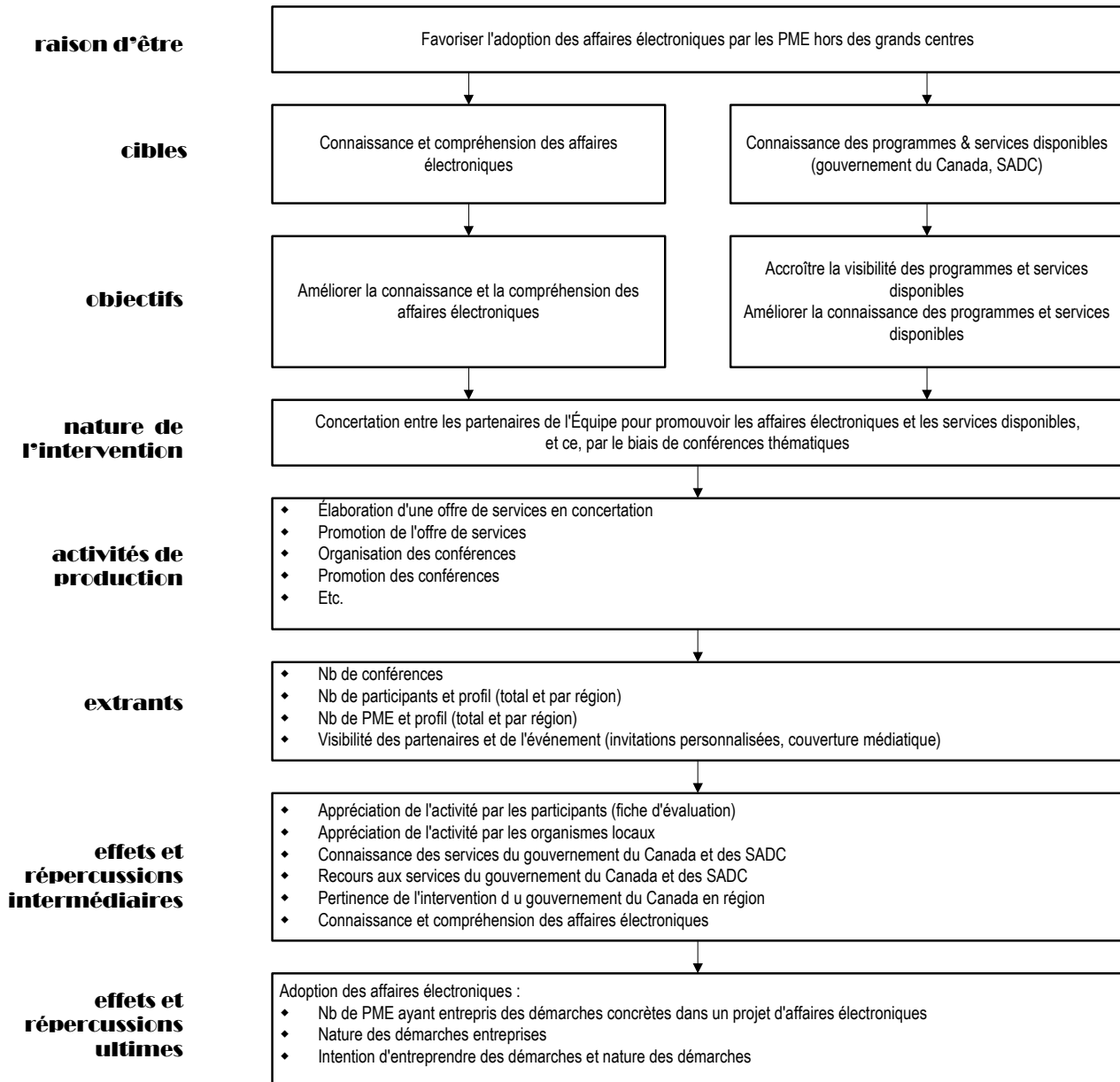
Caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Secteur d'activité (n = 136)		
industrie primaire	2	1,5
communications, transport et commerce	22	16,2
fabrication et construction	27	19,9
finances et services	46	33,8
commerce, gros et détail	26	19,1
autre	13	9,6
Âge de l'entreprise (n = 137) (moy. = 18,3; σ = 22,0)		
0 à 5 ans	50	36,5
6 à 10 ans	19	13,9
11 à 15 ans	15	10,9
16 à 20 ans	10	7,3
Plus de 20 ans	43	31,4
Nombre d'employés (n = 138) (moy. = 29,8; σ = 62,0)		
0 à 10 employés	82	59,4
11 à 20 employés	17	12,3
21 à 30 employés	12	8,7
31 à 40 employés	6	4,3
41 à 50 employés	2	1,4
Plus de 50 employés	19	13,8

⁵ Il n'a pas été possible de respecter ce délai pour les conférences à l'étude puisque la stratégie d'évaluation a été élaborée à la fin de l'automne 2001 (après la tenue des premières conférences). Cependant, il est recommandé de réaliser les enquêtes au minimum deux (2) mois après la conférence (afin que des retombées puissent être mesurées) et au maximum trois (3) mois après la tenue de cette dernière.

3 modèle logique et indicateurs

La figure 1 présente le modèle logique de l'intervention de l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique.

figure 1 modèle logique de l'Équipe fédérale



Les affaires électroniques sont de plus en plus présentes dans l'économie mondiale. En fait, « le commerce électronique est un élément clé de la création d'une économie novatrice, qui entraîne un accroissement de la productivité et qui procure un avantage concurrentiel à l'entreprise, à l'industrie et à l'économie. » (Boston Consulting Group, 2002, p. 2). Pour demeurer concurrentielles dans ce contexte, les PME québécoises doivent suivre la tendance : « [elles] doivent agir avec célérité si elles veulent protéger leurs marchés intérieurs et percer de nouveaux marchés » (Boston Consulting Group, 2000, p. 6). Or, les statistiques démontrent que le Québec, avec un taux de branchement des entreprises à Internet de 73 %, accuse un retard par rapport à la moyenne canadienne. La même étude révèle par ailleurs que seulement 28 % des PME québécoises effectuent des transactions électroniques (Institut de la statistique du Québec, 2001) :

Dans l'ensemble, quelque 28 % des PME québécoises font des transactions électroniques au début de l'année 2001, c'est-à-dire reçoivent des commandes par le biais d'Internet (que ce soit au moyen du courrier électronique ou du web, à l'aide de systèmes EDI ou non) commandent, elles-mêmes des produits ou des services par le biais d'Internet ou encore pratiquent l'EDI sur des réseaux à valeur ajoutée (RVA), c'est-à-dire des réseaux de communication privés. (p. 21)

La raison d'être de l'Équipe fédérale est de favoriser l'adoption des affaires électroniques par les PME hors des grands centres

Il y a donc du chemin à parcourir en matière d'affaires électroniques au Québec, notamment en région où les ressources sont parfois limitées (équipements, spécialistes, financement, programmes d'appui, etc.). C'est dans cette perspective que la raison d'être de l'Équipe fédérale consiste à favoriser l'adoption des affaires électroniques par les PME hors des grands centres. Cependant, l'adoption des affaires électroniques requiert au préalable une bonne connaissance des possibilités pour l'entreprise. En ce sens, l'Équipe fédérale vise d'abord à améliorer la connaissance et la compréhension des affaires électroniques de même que la connaissance des programmes et services d'appui disponibles. Son intervention prend la forme de conférences thématiques.

Ce sont les résultats escomptés (effets et répercussions intermédiaires et ultimes du modèle logique) qui font l'objet du présent rapport. Aussi, les enquêtes effectuées visaient à documenter les indicateurs suivants :

- ✦ l'appréciation de l'événement par les coordonnateurs locaux;
- ✦ la contribution de la conférence à la connaissance et à la compréhension des affaires électroniques par les entrepreneurs;
- ✦ le degré de connaissance des services du gouvernement canadien et des SADC par les entrepreneurs;
- ✦ le degré de pertinence de l'intervention du gouvernement canadien et des SADC en région;
- ✦ le nombre d'entrepreneurs ayant eu recours aux services du gouvernement canadien et des SADC;
- ✦ le nombre de PME ayant entrepris des démarches concrètes dans un projet d'affaires électroniques (et la nature des démarches entreprises);
- ✦ le nombre de PME n'ayant pas entrepris de telles démarches mais qui ont l'intention de le faire (et la nature des démarches entreprises).

4 résultats (coordonnateurs locaux)

Cette section fait état des principaux résultats obtenus par le biais de l'enquête téléphonique auprès des coordonnateurs locaux. Trois grands volets y sont traités : l'organisation de la conférence, l'offre de services de l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique et, enfin, les retombées locales de l'événement.

organisation de la conférence

L'organisation des conférences au niveau local s'effectue en étroite collaboration avec le Réseau des SADC, membre de l'Équipe fédérale. Aussi, les répondants étaient invités à exprimer leur satisfaction à l'égard de différents éléments liés à l'organisation de l'événement. Le tableau suivant présente les réponses obtenues auprès des six répondants.

tableau 4 satisfaction à l'égard de l'organisation de la conférence

Éléments reliés à l'organisation	Entièrement satisfait	Assez satisfait	Peu satisfait	nsp ⁶
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Information acheminée par le Réseau des SADC (moy. = 1,2; σ = 0,4)	5 (83,3)	1 (16,7)	0 (0,0)	0 (0,0)
Modalités d'organisation (conférence téléphonique, suivi, etc.) (moy. = 1,2; σ = 0,5)	4 (66,7)	1 (16,7)	0 (0,0)	1 (16,7)
Communications (ex. : placements médias) (moy. = 1,7; σ = 0,8)	3 (50,0)	2 (33,3)	1 (16,7)	0 (0,0)
Coordination de l'activité (moy. = 1,4; σ = 0,5)	3 (50,0)	2 (33,3)	0 (0,0)	1 (16,7)
Modalités de remboursement (moy. = 1,7; σ = 0,6)	1 (16,7)	2 (33,3)	0 (0,0)	3 (50,0)
Efficacité du processus en général (moy. = 1,2; σ = 0,5)	4 (66,7)	1 (16,7)	0 (0,0)	1 (16,7)

Tous les éléments mentionnés obtiennent une appréciation très positive de la part des répondants, à l'exception des communications pour lesquelles un seul répondant s'est montré peu satisfait. En matière de communications, on suggère que la promotion de l'événement soit effectuée par des professionnels du télémarketing plutôt que dans les journaux. Selon ce répondant, il s'agit d'un moyen plus efficace pour rejoindre les participants potentiels et moins coûteux que les placements médias.

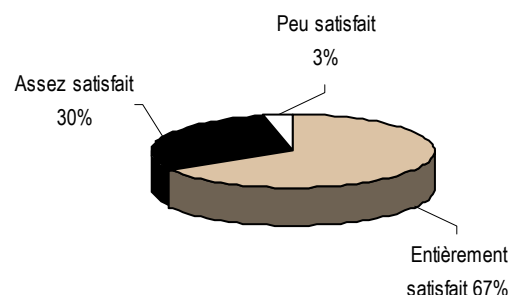
L'organisation de la conférence dans son ensemble obtient un taux de satisfaction très élevé. En effet, un indice global, calculé à partir de la somme des réponses des énoncés du questionnaire se rapportant à l'organisation, montre une

⁶ Pour tous les tableaux, « nsp » correspondant à « ne sait pas » ou « ne s'applique pas ».

Un taux de satisfaction global de 97 % à l'égard de l'organisation des conférences

appréciation positive à 97 % (graphique 1). D'ailleurs, la plupart des commentaires recueillis auprès des répondants sont positifs : rôles clairs et bien définis, collaboration harmonieuse et facile, bons outils de travail (notamment les compte rendus qui ont été très utiles). Un commentaire cependant fait état du grand nombre de partenaires impliqués et de la difficulté, parfois, à saisir les responsabilités de chacun.

graphique 1 taux de satisfaction



offre de services de l'Équipe fédérale

Afin que l'Équipe fédérale puisse adapter son offre de services aux besoins du milieu, plusieurs questions visaient à recueillir de l'information quant à l'adéquation entre les services offerts et les attentes des entrepreneurs d'une part et à la pertinence des thèmes abordés d'autre part. Les tableaux 5 et 6 présentent les résultats obtenus à cet égard.

tableau 5 adéquation aux besoins

Énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord
	n (%)	n (%)	n (%)
Les thèmes proposés par l'Équipe correspondent aux besoins et attentes des entrepreneurs de votre région. (moy. = 1,5; σ = 0,5)	3 (50,0)	3 (50,0)	0 (0,0)
Le contenu de la conférence était adapté aux préoccupations des entrepreneurs. (moy. = 1,7; σ = 0,8)	3 (50,0)	2 (33,3)	1 (16,7)
Les thèmes proposés sont un complément utile aux services existants dans votre région. (moy. = 1,3; σ = 0,5)	4 (66,7)	2 (33,3)	0 (0,0)

Tous les répondants interrogés sont d'accord (tout à fait d'accord ou plutôt d'accord) pour dire que les thèmes proposés par l'Équipe fédérale correspondent aux besoins et attentes des entrepreneurs et qu'ils sont un complément utile aux services existants. Le contenu de la conférence, pour sa part, est adapté aux préoccupations des entrepreneurs pour cinq répondants sur six. Les commentaires recueillis sont positifs : les conférenciers adaptent bien le contenu, les exemples locaux sont appréciés et contribuent à une meilleure compréhension des affaires électroniques. On suggère cependant de réduire la part des conférences consacrée aux considérations générales (statistiques, éléments d'introduction), et ce, afin de passer plus de temps sur des éléments précis et

concrets. Les entreprises doivent s'approprier les affaires électroniques et identifier les applications qu'elles peuvent en faire.

tableau 6 pertinence des thèmes proposés

Thèmes	Degré de pertinence			
	Très n (%)	Moyen n (%)	Peu n (%)	NSP n (%)
Catégories d'affaires électroniques (moy. = 1,8; σ = 0,8)	2 (33,3)	2 (33,3)	1 (16,7)	1 (16,7)
Stratégie d'affaires, démarrage et mise en œuvre (moy. = 1,2; σ = 0,4)	5 (83,3)	1 (16,7)	0 (0,0)	0 (0,0)
Programmes d'appui (moy. = 1,3; σ = 0,5)	4 (66,7)	2 (33,3)	0 (0,0)	0 (0,0)
Réglementation (moy. = 2,0; σ = 0,6)	1 (16,7)	4 (66,7)	1 (16,7)	0 (0,0)
Sécurité en commerce électronique (moy. = 1,2; σ = 0,4)	5 (83,3)	1 (16,7)	0 (0,0)	0 (0,0)
Ressources humaines (moy. = 1,5; σ = 0,5)	3 (50,0)	3 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
Préparation à l'exportation (moy. = 1,5; σ = 0,8)	4 (66,7)	1 (16,7)	1 (16,7)	0 (0,0)
Cybermarketing (moy. = 1,7; σ = 0,5)	2 (33,3)	4 (66,7)	0 (0,0)	0 (0,0)

Dans l'ensemble, les thèmes proposés par l'Équipe fédérale sont considérés pertinents par les répondants interrogés. Les thèmes liés à la stratégie d'affaires et à la sécurité en commerce électronique sont les plus pertinents, suivis de près par les programmes d'appui et la préparation à l'exportation. Un répondant insiste toutefois sur le fait que la pertinence des thèmes varie en fonction de la clientèle visée. Par exemple, un entrepreneur qui a déjà mis en œuvre une stratégie d'affaires électronique sera moins intéressé par les deux premiers thèmes.

La plupart des répondants n'avaient pas de suggestions de nouveaux thèmes à intégrer à l'offre de services de l'Équipe fédérale. Selon les commentaires recueillis, les huit thèmes proposés cernent bien la question des affaires électroniques. On mentionne par ailleurs que l'offre de services doit suivre le rythme de développement des affaires électroniques dans les entreprises, ne pas devancer la « réalité terrain ».

Quant à la formule adoptée par l'Équipe fédérale, en l'occurrence les conférences thématiques, des suggestions alternatives ont été faites par les répondants. On recommande ainsi des activités plus longues, davantage de style formation, qui approfondiraient les thèmes abordés. On suggère également des ateliers axés davantage sur le savoir-faire et où les entrepreneurs pourraient échanger entre eux. L'offre de services pourrait aussi comporter un bulletin d'information acheminé par courriel aux entrepreneurs intéressés.

Enfin, les répondants étaient invités à se prononcer sur les services disponibles dans leur région et si les intervenants sont suffisamment outillés en matière d'affaires électroniques. Le tableau 7 fait état des réponses obtenues.

tableau 7 services en région

Énoncés	T. à fait d'accord n (%)	Plutôt d'accord n (%)	Plutôt en désaccord n (%)	T. à fait en désaccord n (%)	nsp n (%)
Il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région pour venir en aide aux PME en matière d'aé ⁷ . (moy. = 2,6; σ = 1,1)	1 (16,7)	1 (16,7)	2 (33,3)	1 (16,7)	1 (16,7)
Les intervenants locaux sont suffisamment outillés pour venir en aide aux PME en matière d'aé. (moy. = 2,8; σ = 1,2)	1 (16,7)	1 (16,7)	2 (33,3)	2 (33,3)	0 (0,0)

Les perceptions varient considérablement d'une région à l'autre. Toutefois, on remarque tout de même une tendance à l'effet que les services ne sont pas assez nombreux et les intervenants locaux pas suffisamment outillés. Les commentaires recueillis vont en ce sens et soulignent le manque de ressources pour effectuer un suivi adéquat auprès des entrepreneurs.

retombées locales

La dernière section du questionnaire visait à cibler les retombées des conférences thématiques au niveau local. Quatre répondants sur six ont effectivement eu connaissance de retombées impossibles à quantifier, mais qu'il est possible d'attribuer à la tenue des conférences. Voici les principales retombées mentionnées :

- ✦ éveil, prise de conscience et intégration (information obtenue via un sondage informel);
- ✦ demande de services conseils;
- ✦ demande d'assistance pour la création ou la modification d'un site web;
- ✦ rencontres avec des entrepreneurs qui veulent entreprendre des démarches;
- ✦ diffusion d'une formation sur les affaires électroniques à la suite de demandes à cet effet;
- ✦ certaines personnes ont eu recours au programme E-Strat de la BDC.

Les conférences ont généré des retombées au niveau local

⁷ aé : affaires électroniques

5 résultats (pme)

Cette section présente les principaux résultats issus de l'enquête effectuée auprès des participants aux conférences thématiques. Les résultats sont regroupés en trois grandes catégories : la connaissance et la compréhension des affaires électroniques, l'adoption des affaires électroniques ainsi que la connaissance des programmes et services d'appui disponibles. Les résultats détaillés pour chacune des conférences et chacun des thèmes sont présentés à l'annexe 3.

connaissance des affaires électroniques

Quatre questions de l'enquête téléphonique visaient à vérifier auprès des participants si les conférences ont contribué à accroître leur connaissance et leur compréhension des affaires électroniques. Les tableaux 8 et 9 présentent les résultats obtenus.

tableau 8 connaissance et compréhension des affaires électroniques

Énoncés	T. à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	T. à fait en désaccord	NSP
	N (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général. (n = 138)	50 (36,2)	69 (50,0)	15 (10,9)	3 (2,2)	1 (0,7)
La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles ou qui vous seront utiles à court terme. (n = 138)	36 (26,1)	81 (58,7)	16 (11,6)	3 (2,2)	2 (1,4)
L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions aux problèmes que vous rencontrez dans l'application des affaires électroniques. (n = 138)	12 (8,7)	58 (42,0)	44 (31,9)	10 (7,2)	14 (10,1)

Les conférences ont contribué à accroître la connaissance et la compréhension des affaires électroniques chez les entrepreneurs

Dans l'ensemble, les résultats montrent que les conférences ont effectivement contribué à accroître la connaissance et la compréhension des affaires électroniques. En effet, plus de 86 % des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative à l'énoncé suivant : « La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général ». En outre, l'information générée par les conférences a été utile ou sera utile à court terme pour la majorité des répondants (près de 85 % sont tout à fait d'accord ou plutôt d'accord). Enfin, et même s'ils sont moins nombreux et moins affirmatifs, un nombre appréciable de répondants indiquent que la conférence à laquelle ils ont assisté les a aidé à trouver des solutions aux problèmes rencontrés.

À ces trois premières questions s'ajoutent une « question thématique » qui, lors de l'enquête téléphonique, variait en fonction du thème de la conférence présentée.

Les activités tenues entre septembre et décembre 2001 ont porté sur quatre thèmes distincts, soit :

- ✦ *Catégories d'affaires électroniques.* Cette conférence porte sur les différentes catégories de commerce électronique possibles (sites informationnels, sites transactionnels, EDI, portails, enchères, etc.) et sur les façons de réaliser des affaires électroniques. (1 conférence)
- ✦ *Stratégie d'affaires, démarrage et mise en œuvre.* Cette conférence porte sur la démarche requise pour mettre en œuvre efficacement le commerce électronique dans une entreprise. (8 conférences)
- ✦ *Programmes d'appui.* Cette conférence porte sur les différents programmes d'appui disponibles pour faciliter le virage aux affaires électroniques. (1 conférence)
- ✦ *Cybermarketing.* Cette conférence porte sur les exigences de contenu et les exigences techniques nécessaires à la réussite du lancement et de l'indexation d'un site web sur Internet. (2 conférences)

Quatre questions thématiques ont donc été posées aux participants des conférences correspondantes. Le tableau suivant présente les réponses obtenues.

tableau 9 réponses aux questions thématiques

Énoncés	T. à fait d'accord n (%)	Plutôt d'accord n (%)	Plutôt en désaccord n (%)	T. à fait en désaccord n (%)	NSP n (%)
Catégories d'affaires électroniques La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différentes catégories de commerce électronique de même que les avantages et limites de chacune, vous permettant ainsi de faire des choix éclairés. (n = 11)	1 (9,1)	9 (81,8)	1 (9,1)	0 (0,0)	0 (0,0)
Stratégie, démarrage, mise en œuvre La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différentes étapes à franchir pour mettre en œuvre efficacement le commerce électronique dans votre entreprise. (n = 94)	22 (23,4)	46 (48,9)	16 (17,0)	4 (4,3)	6 (6,4)
Programmes d'appui La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différents programmes d'appui disponibles en matière d'aé et particulièrement ceux qui peuvent s'appliquer à votre entreprise. (n = 19)	7 (36,8)	9 (47,4)	2 (10,5)	0 (0,0)	1 (5,3)
Cybermarketing La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les stratégies de marketing reliées au commerce électroniques. (n = 14)	6 (42,9)	7 (50,0)	1 (7,1)	0 (0,0)	0 (0,0)

Les données montrent, globalement, une appréciation plutôt positive. Ainsi, les conférences semblent avoir contribué à améliorer la connaissance des

participants à l'égard de thèmes particuliers. Le thème « Stratégie d'affaires, démarrage et mise en œuvre » obtient toutefois un taux plus élevé d'insatisfaction. En effet, plus de 21 % des répondants sont en désaccord avec l'énoncé proposé, soit : « La conférence vous a permis d'approfondir les différentes étapes à franchir pour mettre en œuvre efficacement le commerce électronique dans votre entreprise ». Cette insatisfaction peut s'expliquer en partie par les commentaires recueillis auprès des participants. Toutes conférences confondues, les répondants ont été nombreux à reprocher le caractère trop général de l'information véhiculée par les conférences :

La présentation était très bien, elle couvrait les données de base; mais pour ceux qui voulaient aller plus loin, c'était trop général.

Ça fait 3-4 ans que le type de formation est de premier niveau. On sous-estime que les gens sont prêts à approfondir. Ils veulent le « comment », ce qu'ils peuvent faire.

Les idées présentées sont trop philosophiques. Il faut aider les gens à être moins réticents, présenter des stratégies concrètes sur la façon de s'y prendre en commerce électronique.

On a surtout présenté un survol de ce qui se fait. Je m'attendais à plus.

L'information plus précise qu'on aimerait obtenir concerne, par exemple, les coûts associés à l'adoption des affaires électroniques, les crédits d'impôts, les équipements disponibles, les personnes à contacter, les fournisseurs de services, des exemples d'application dans plusieurs secteurs d'activités, l'information qu'on devrait retrouver sur une page Web, etc.

Ces commentaires mettent toutefois en exergue l'hétérogénéité des clientèles visées par l'Équipe fédérale. En effet, si plusieurs jugent les conférences trop générales, un grand nombre de répondants y ont trouvé leur compte. Pour d'autres, l'information était complètement nouvelle et difficile à intégrer, et ce, peu importe le thème abordé :

C'était intéressant, mais je ne suis pas habitué; ça allait un peu vite.

J'aurais aimé une information simplifiée. On n'est pas tous habitués de la même façon avec l'informatique selon la tranche d'âge.

Attention de ne pas passer trop de matière. Parfois les gens sont moins scolarisés.

Le niveau d'appropriation des affaires électroniques (et, de façon plus générale, des technologies) par les participants est déterminant en ce qui a trait aux bénéfices qu'ils peuvent retirer de telles conférences. Dans sa forme actuelle, l'offre de services de l'Équipe fédérale semble convenir davantage à une clientèle néophyte en matière d'affaires électroniques.

Les conférences n'obtiennent pas la même cote de satisfaction selon que les participants sont plus ou moins familiers avec les affaires électroniques

Les conférences ont contribué à l'adoption des affaires électroniques pour plusieurs entrepreneurs

adoption des affaires électroniques

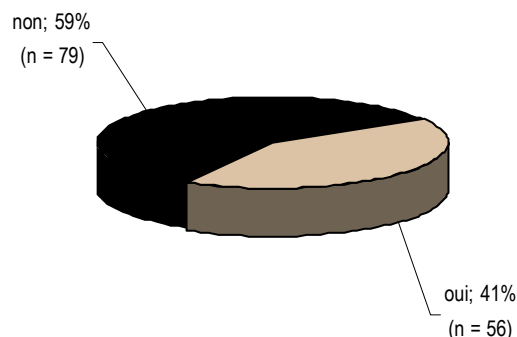
La raison d'être de l'Équipe fédérale est de favoriser l'adoption des affaires électroniques par les PME hors des grands centres. Qu'en est-il réellement? Plusieurs énoncés visaient spécifiquement à mesurer la contribution des conférences à l'adoption des affaires électroniques. Ces énoncés traduisent l'idée de progression qui sous-tend l'adoption des affaires électroniques : réflexion, idées concrètes ou pistes d'action et implantation proprement dite. Les résultats obtenus sont très positifs (voir tableau 10). En effet, les conférences ont contribué à stimuler la réflexion quant aux possibilités d'affaires électroniques dans l'entreprise pour plus de 80 % des répondants. Elle a aussi donné des idées concrètes ou des pistes d'action à plus de 70 % des personnes interrogées. Enfin, près de 45 % des répondants sont d'accord pour dire que la conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques.

tableau 10 adoption des affaires électroniques

Énoncés	T. à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	T. à fait en désaccord	NSP
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
La conférence a contribué à stimuler votre réflexion quant aux possibilités d'affaires électroniques pour votre entreprise. (n = 138)	59 (42,8)	55 (39,9)	11 (8,0)	8 (5,8)	5 (3,6)
La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action pour votre entreprise. (n = 138)	32 (23,2)	68 (49,3)	26 (18,8)	7 (5,1)	5 (3,6)
La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques au sein de votre entreprise. (n = 138)	18 (13,0)	44 (31,9)	41 (29,7)	15 (10,9)	20 (14,5)

À la question : « Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes dans un projet d'affaires électroniques? », 41 % ont répondu par l'affirmative (graphique 2). Pour plusieurs cependant, il s'agit de démarches s'inscrivant en continuité d'un projet déjà amorcé (avant la conférence). Plusieurs types de démarches ont été entreprises, soit⁸ :

graphique 2 adoption de démarches concrètes



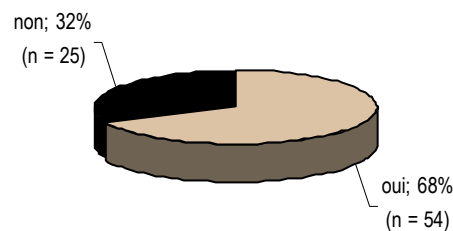
⁸ Les catégories n'étant pas mutuellement exclusives, le nombre total de réponses est supérieur au nombre de répondants.

- ▲ connexion à Internet et utilisation du courrier électronique (n = 7)
- ▲ évaluation des besoins, collecte d'information, formation et préparation d'un plan d'affaires (n = 8)
- ▲ recours à des spécialistes (n = 5)
- ▲ acquisition d'équipements (n = 3)
- ▲ site web informationnel (plan d'action, conception, mise à jour, amélioration, etc.) (n = 26)
- ▲ transactions électroniques (n = 14)
- ▲ autres (portail, demande de financement, publicité, sensibilisation des clients) (n = 4)

Plus de 68 % des répondants dont l'entreprise n'a pas adopté de démarches concrètes dans un projet d'affaires électroniques depuis la tenue de la conférence ont mentionné qu'ils avaient l'intention d'en entreprendre éventuellement (graphique 3). Ces démarches consistent principalement à créer ou améliorer un site web et à examiner les possibilités relatives aux transactions électroniques. On peut donc constater que les démarches entreprises ou à venir sont relativement simples. Cela semble concorder avec la réalité des PME canadiennes :

Les PME canadiennes ont généralement moins tendance à adopter les affaires électroniques pour des applications complexes comme la gestion de leur circuit d'approvisionnement ou le traitement des commandes. Beaucoup d'entre elles n'ont pas encore réalisé qu'il ne suffit pas d'avoir un site Web pour percer dans l'économie planétaire qui s'est installée sur Internet. (Boston Consulting Group, 2002, p. 5).

graphique 3 intentions d'entreprendre des démarches concrètes



Enfin, les entreprises qui n'ont pas adopté de démarches concrètes depuis la conférence et qui disent ne pas avoir l'intention d'en entreprendre à court terme peuvent être divisées en deux grandes catégories.

D'abord, il y a celles pour qui les affaires électroniques font déjà partie des activités courantes de l'entreprise. Pour l'instant, elles ne voient pas ce qu'elles pourraient faire de plus à ce chapitre. Les autres entreprises, celles qui n'ont pas pris le virage électronique et qui n'ont pas l'intention de le prendre dans un avenir rapproché, mentionnent plusieurs raisons pour expliquer ce choix : le manque de temps (n = 3), le manque de ressources (n = 2), la taille et le secteur d'activité de l'entreprise qui ne s'y prêtent pas (n = 15), le type de clientèle desservie (n = 2)

ou, tout simplement, qu'elles n'en ont pas encore ressenti le besoin (n = 8)⁹. Voilà qui rejoint les conclusions du rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes (2000). Ce dernier parle de l'absence d'un sentiment d'urgence, ce qui semble correspondre à plusieurs PME québécoises :

Pour un grand nombre de dirigeants d'entreprise canadiens, Internet n'est pas encore une priorité stratégique. Certains ne reconnaissent pas que les affaires électroniques sont une menace sérieuse sur le plan de la concurrence tandis que d'autres ne sont tout simplement pas conscients des possibilités offertes. (p. 21)

connaissance des programmes et services disponibles

L'un des objectifs des conférences est de mieux faire connaître les programmes et services d'appui disponibles pour les PME en matière d'affaires électroniques (gouvernement du Canada, SADC/CAE). Or, bien que 77 % des répondants s'accordent pour dire que la conférence leur a permis de mieux connaître ces services, il appert que les personnes interrogées connaissent peu les services du gouvernement fédéral. Le tableau suivant présente les résultats obtenus.

Les entrepreneurs connaissent peu les programmes et services d'appui en matière d'affaires électroniques

tableau 11 connaissance des programmes et services disponibles

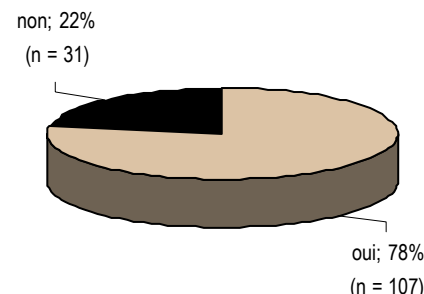
Énoncés	Connaissance des services			
	Très bien n (%)	Bien n (%)	Peu n (%)	Pas du tout n (%)
Services de la SADC (n = 137)	36 (26,3)	48 (35,0)	27 (19,7)	26 (19,0)
Stratégie de commerce électronique de Développement économique Canada (n = 137)	6 (4,4)	24 (17,5)	47 (34,3)	60 (43,8)
E-Strat de la BDC (n = 137)	3 (2,2)	11 (8,0)	19 (13,9)	104 (75,9)
Programme Étudiants bien branchés (n = 137)	6 (4,4)	19 (13,9)	48 (35,0)	64 (46,7)
Info-entrepreneur (n = 137)	8 (5,8)	24 (17,5)	34 (24,8)	71 (51,8)
Stratégis (n = 137)	15 (10,9)	23 (16,8)	31 (22,6)	68 (49,6)
Portail des affaires du gouvernement canadien (n = 137)	10 (7,3)	23 (16,8)	49 (35,8)	55 (40,1)

Plus de 61 % des répondants connaissent très bien ou bien les services offerts aux PME par la SADC ou le CAE de leur milieu. Ce résultat se démarque nettement des autres, qui varient entre 10,2 % (E-Strat de la Banque de développement du Canada) et 27,7 % (Stratégis). Il n'est pas surprenant de voir que la SADC obtienne une cote supérieure : elle est ancrée dans le milieu et donc plus près des entrepreneurs.

⁹ Les catégories n'étant pas mutuellement exclusives, le nombre total de réponses est supérieur au nombre de répondants.

Il semble donc que la formule adoptée par l'Équipe fédérale, bien qu'elle fasse déjà état des programmes et services, n'a pas suffi à augmenter significativement la connaissance qu'en ont les participants. Il faudrait donc développer des moyens complémentaires pour appuyer les conférences en matière de promotion des programmes et services.

graphique 4 obtenir de l'information



Qui plus est, les répondants interrogés souhaitent massivement obtenir de l'information. En effet, à la question « Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services que vous connaissez peu ou moins? », 78 % des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative (graphique 4). Les noms et coordonnées de ces personnes seront communiqués aux responsables de l'Équipe fédérale afin qu'un suivi soit effectué. Les répondants qui ont indiqué connaître les services mentionnés précédemment étaient par la suite invités à se prononcer sur leur pertinence pour les PME. Le tableau 12 présente les résultats obtenus.

tableau 12 pertinence des programmes et services disponibles

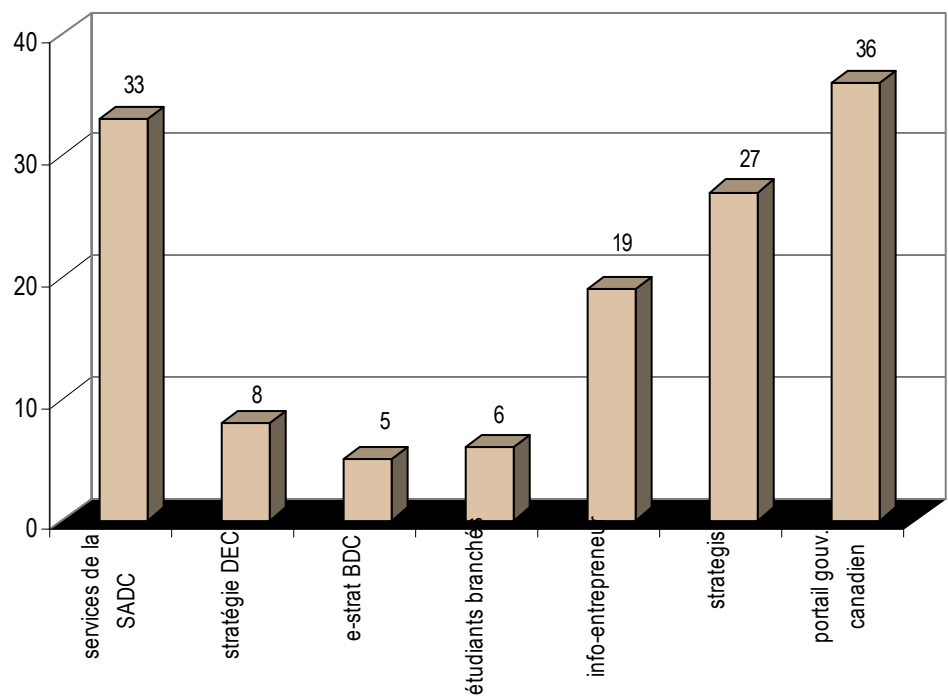
Énoncés	Degré de pertinence			
	Très n (%)	Moyen n (%)	Peu n (%)	Pas du tout n (%)
Services de la SADC (n = 105)	59 (56,2)	40 (38,1)	5 (4,8)	1 (1,0)
Stratégie de commerce électronique de Développement économique Canada (n =64)	33 (51,6)	26 (40,6)	3 (4,7)	2 (3,1)
E-Strat de la BDC (n = 21)	7 (33,3)	14 (66,7)	0 (0,0)	0 (0,0)
Programme Étudiants bien branchés (n = 59)	16 (27,1)	29 (49,2)	13 (22,0)	1 (1,7)
Info-entrepreneur (n = 51)	26 (51,0)	24 (47,1)	1 (2,0)	0 (0,0)
Strategis (n = 56)	35 (62,5)	19 (33,9)	2 (3,6)	0 (0,0)
Portail des affaires du gouvernement canadien (n = 73)	37 (50,7)	35 (47,9)	0 (0,0)	1 (1,4)

Tout les services sont considérés très pertinents ou moyennement pertinents par plus de 90 % des répondants, à l'exception du programme Étudiants bien branchés (76,3 %). Ce dernier programme s'adresse toutefois à une clientèle très ciblée; il est normal qu'il obtienne moins de succès auprès des entrepreneurs en

général. D'ailleurs, le degré de pertinence augmente à plus de 81 % chez les 18-34 ans (n = 16) et à 100 % chez les 18-24 ans (n = 3).

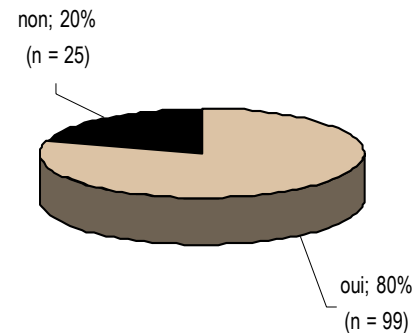
Malgré cette appréciation positive de la pertinence des services, les répondants ont été peu nombreux à y avoir recours. Le graphique 5 fait état du nombre de répondants ayant eu recours à chacun des services depuis la conférence. Ce nombre varie de 5 (E-Strat de la BDC) à 36 (Portail des affaires du gouvernement canadien).

graphique 5 nombre de répondants ayant eu recours aux services



Enfin, les répondants étaient invités à se prononcer sur la quantité de programmes et services d'appui disponibles dans leur région. Sont-ils en nombre suffisant? Près de 80 % des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative (graphique 6). Cette opinion contraste avec celle des coordonnateurs locaux (voir section 4).

graphique 6 suffisamment d'intervenants et de services



Les services qu'on aimerait voir s'ajouter à ceux déjà existants ont trait principalement à un « guichet unique », c'est-à-dire un endroit où toute l'information en matière d'affaires électroniques serait centralisée et facilement accessible. On mentionne également le peu de publicité faite auprès de la population en général et le manque de spécialistes techniques dans le domaine.

6 conclusion

L'évaluation des conférences thématiques offertes par l'Équipe fédérale permet d'énoncer plusieurs constats :

- ✦ Les coordonnateurs locaux sont très satisfaits des conférences, et ce, à plusieurs points de vue : l'aspect logistique est très apprécié, l'offre de services de l'Équipe correspond aux besoins et attentes des entrepreneurs, les thèmes proposés sont pertinents et constituent un complément utile aux services existants.
- ✦ Du côté des entrepreneurs, les résultats montrent notamment que les conférences ont contribué à accroître la connaissance et la compréhension des affaires électroniques, à stimuler la réflexion quant aux possibilités d'affaires électroniques au sein des entreprises, à donner des idées d'action concrètes et, dans une moindre mesure, qu'elles ont eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques. Enfin, les résultats permettent de constater que les entrepreneurs connaissent peu les programmes et services d'appui disponibles en matière d'affaires électroniques.

recommandations

Les résultats suggèrent plusieurs pistes d'amélioration que l'Équipe fédérale pourrait exploiter afin d'améliorer son offre de services auprès des entrepreneurs désireux de progresser dans l'adoption des affaires électroniques. À cet effet, les recommandations suivantes sont proposées :

✦ **Adapter l'offre de services en fonction des clientèles**

Les résultats ont montré une grande disparité entre les participants quant au niveau d'appropriation des affaires électroniques, ce qui influence les bénéfices qu'ils peuvent en retirer. Aussi, l'Équipe fédérale aurait avantage à développer des activités de niveaux différents, en fonction du degré d'appropriation des affaires électroniques par les participants visés.

✦ **Offrir des activités à plus grande valeur ajoutée pour les entrepreneurs**

Les entrepreneurs interrogés ont exprimé le besoin d'obtenir des moyens concrets, des outils, des « trucs » leur permettant de progresser dans l'adoption des affaires électroniques. Ce résultat est congruent avec le rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes :

De nombreuses PME ont dépassé le stade de l'information et de l'éducation et sont aujourd'hui confrontées à l'étape de la mise en œuvre, qui requiert une utilisation plus complexe des outils liés aux affaires électroniques, des modèles d'entreprises viables et une connaissance approfondie de l'impact possible des affaires électroniques. Il leur serait utile d'avoir accès à plus d'informations et d'ateliers sur l'implantation des affaires électroniques. (Boston Consulting Group, 2001, p. 14)

L'Équipe fédérale devrait envisager d'intégrer davantage cette préoccupation à son offre de services. Jusqu'à maintenant, l'Équipe visait davantage la sensibilisation des entrepreneurs aux affaires électroniques. Elle devra donc évaluer la pertinence de modifier la formule actuelle, et ce, en portant une attention particulière pour ne pas dupliquer les services déjà offerts par les intervenants de deuxième ligne.

✦ **Faire connaître davantage les programmes et services d'appui aux PME**

L'Équipe fédérale devrait développer des moyens complémentaires pour appuyer les conférences en matière de promotion des programmes et services d'appui en matière d'affaires électroniques. À cet effet, il serait pertinent d'examiner la possibilité d'exploiter davantage la notoriété des SADC dans leurs milieux respectifs pour développer des stratégies visant à mieux faire connaître ces programmes et services. Les participants ont également mentionné des moyens en ce sens : une brochure d'information regroupant l'ensemble de ces services, un bulletin d'information périodique sur les affaires électroniques ou un forum de discussion.

références

- BOSTON CONSULTING GROUP (CANADA) (2002). *Pour une progression rapide 3.0 : continuer sur notre lancée*, rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes.
- BOSTON CONSULTING GROUP (CANADA) (2001). *Pour une progression rapide 2.0 : faire passer le Canada au palier suivant*, rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes.
- BOSTON CONSULTING GROUP (CANADA) (2000). *Pour une progression rapide 1.0 : comment faire du Canada un leader dans l'économie sur Internet*, rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes.
- CANADA, BUREAU D'INFORMATION DU CANADA (2001). *Commerce électronique : un Canada branché, rapport 2000-2001*.
- QUÉBEC, INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2001). *Rapport d'enquête sur l'adoption du commerce électronique par les PME québécoises*.

annexe 1

**questionnaire de suivi des conférences thématiques
destiné aux coordonnateurs locaux (SADC)**

Équipe fédérale régionale du commerce électronique

Questionnaire de suivi des conférences thématiques destiné aux coordonnateurs locaux (SADC)

Janvier 2002

ÉVALUATION
services conseils en recherche et évaluation

ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE

- ✓ Ce questionnaire est destiné à la personne responsable de la coordination locale de l'événement.
- ✓ Le contexte de l'évaluation doit être expliqué aux coordonnateurs locaux : l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique s'est dotée d'une stratégie d'évaluation de ses interventions. Elle consiste principalement à faire un suivi auprès des organisateurs locaux et un suivi auprès des PME participantes. Elle vise à mieux cerner les retombées des conférences pour les participants et à améliorer l'offre de services de l'Équipe.
- ✓ Toutes les questions contenues dans le questionnaire doivent être posées.

ORGANISATION DE LA CONFÉRENCE

Concernant la collaboration avec le Réseau des SADC pour l'organisation de la conférence, diriez-vous que vous êtes entièrement satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas du tout satisfait :

Énoncés	Entièrement satisfait	Assez satisfait	Peu satisfait	Pas du tout satisfait	NSP
1 de l'information qui vous a été acheminée par le Réseau	1	2	3	4	5
2 des modalités d'organisation de la conférence (conférence téléphonique, suivi, etc.)	1	2	3	4	5
3 des communications (placement-média, soutien du conseiller, etc.)	1	2	3	4	5
4 de la coordination de l'activité	1	2	3	4	5
5 des modalités de remboursement des frais (s'il y a lieu)	1	2	3	4	5
6 de l'efficacité du processus en général	1	2	3	4	5
7 Avez-vous des commentaires ou suggestions d'amélioration à formuler concernant l'organisation de l'événement?					

OFFRE DE SERVICES DE L'ÉQUIPE FÉDÉRALE RÉGIONALE

Pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les énoncés suivants :

Énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	NSP
8 Les thèmes proposés par l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique (huit en tout) ¹⁰ correspondent aux besoins et attentes des entrepreneurs de votre région.	1	2	3	4	5
9 Le contenu de la conférence portant sur (thème de la conférence) était adapté aux préoccupations des entrepreneurs.	1	2	3	4	5
10 Les thèmes proposés par l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique sont un complément utile aux services existant dans votre région.	1	2	3	4	5
11 Il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région pour venir en aide aux PME en matière d'affaires électroniques.	1	2	3	4	5
12 Les intervenants locaux sont suffisamment outillés pour venir en aide aux PME en matière d'affaires électroniques.	1	2	3	4	5

¹⁰ Thèmes : 1) catégories d'affaires électroniques, 2) stratégie d'affaires, démarrage et mise en œuvre, 3) programmes d'appui, 4) réglementation, 5) sécurité en commerce électronique, 6) ressources humaines, 7) préparation à l'exportation et 8) cybermarketing.

OFFRE DE SERVICES DE L'ÉQUIPE FÉDÉRALE RÉGIONALE (SUITE)

Dans le but de mieux adapter l'offre de services de l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique aux besoins des PME, pouvez-vous me dire si chacun des thèmes suivants est très pertinent, moyennement pertinent, peu pertinent ou pas du tout pertinent en regard des besoins actuels et futurs des PME?

Thèmes	Très	Moyen	Peu	Pas du tout	NSP
13 Catégories d'affaires électroniques	1	2	3	4	5
14 Stratégie d'affaires, démarrage et mise en œuvre	1	2	3	4	5
15 Programmes d'appui	1	2	3	4	5
16 Réglementation	1	2	3	4	5
17 Sécurité en commerce électronique	1	2	3	4	5
18 Ressources humaines	1	2	3	4	5
19 Préparation à l'exportation	1	2	3	4	5
20 Cybermarketing	1	2	3	4	5
21 Y a-t-il d'autres thèmes qui auraient avantage à être développés? 21a <input type="checkbox"/> ₁ oui, lesquels? <input type="checkbox"/> ₂ non					
22 L'offre de services actuelle de l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique est principalement composée de conférences thématiques. Quelle(s) autre(s) formule(s) pourraient être développées, à votre avis, pour mieux répondre aux besoins actuels et futurs des PME? (question ouverte)					
23 Avez-vous des commentaires ou suggestions d'amélioration à formuler concernant l'offre de services de l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique?					

RETOMBÉES

- 24 À votre connaissance, la conférence a-t-elle généré des retombées au niveau local (ex. : demandes d'information, demandes de services, références, développement de projets, etc.)?
22a ₁ oui, lesquelles?
₂ non
- 25 En terminant, avez-vous d'autres commentaires ou suggestions à formuler?

Merci de votre collaboration.

annexe 2

questionnaire d'évaluation des retombées des conférences thématiques auprès des DME participantes

Équipe fédérale régionale du commerce électronique

Questionnaire d'évaluation des retombées des conférences thématiques auprès des PME participantes

Janvier 2002

ÉVALUATION
services conseils en recherche et évaluation

INTRODUCTION

Bonjour, mon nom est (nom de l'interviewer). J'ai été mandaté par l'Équipe fédérale régionale du commerce électronique pour réaliser une enquête sur les retombées de (événement : nature et date) portant sur (thème) à laquelle (auquel) vous avez participé. Cette enquête vise notamment à améliorer les services offerts aux entrepreneurs et prend environ 10 minutes. Soyez assuré que vos réponses seront traitées de façon strictement confidentielle. Acceptez-vous de participer? *Si la personne n'est pas disponible, vérifier la possibilité de prendre rendez-vous.*

CONNAISSANCE ET COMPRÉHENSION DES AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

Pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les énoncés suivants :

Énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	NSP
1 La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	1	2	3	4	5
2 La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles ou qui vous seront utiles à court terme.	1	2	3	4	5
3 L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions aux problèmes que vous rencontrez dans l'application des affaires électroniques.	1	2	3	4	5
4 Question thématique en fonction de la conférence (voir liste à la page suivante).	1	2	3	4	5

ADOPTION DES AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

Pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les énoncés suivants :

Énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	NSP
5 La conférence a contribué à stimuler votre réflexion quant aux possibilités d'affaires électroniques pour votre entreprise.	1	2	3	4	5
6 La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action pour votre entreprise.	1	2	3	4	5
7 La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques au sein de votre entreprise.	1	2	3	4	5
8 Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes dans un projet d'affaires électroniques? 8a <input type="checkbox"/> ₁ oui, lesquelles? (réalisation d'un diagnostic, acquisition d'équipements, développement d'une stratégie, création d'un site web, embauche de spécialistes, etc.) 8b <input type="checkbox"/> ₂ non, pourquoi? ⇒ ⇒ 8c Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes? 8d <input type="checkbox"/> ₁ oui, lesquelles? (voir exemples 8a) 8e <input type="checkbox"/> ₂ non, pourquoi?					

Question 4 : Question thématique (une seule question est posée dans ce bloc, selon le thème de la conférence)

<i>Énoncés</i>	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	NSP
THÈME 1 : CATÉGORIES D'AFFAIRES ÉLECTRONIQUES					
a La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différentes catégories de commerce électronique de même que les avantages et limites de chacune, vous permettant ainsi de faire des choix éclairés.	1	2	3	4	5
THÈME 2 : STRATÉGIE D'AFFAIRES, DÉMARRAGE ET MISE EN ŒUVRE					
b La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différentes étapes à franchir pour mettre en œuvre efficacement le commerce électronique dans votre entreprise.	1	2	3	4	5
THÈME 3 : PROGRAMMES D'APPUI					
c La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différents programmes d'appui disponibles en matière d'affaires électroniques et particulièrement ceux qui peuvent s'appliquer à votre entreprise.	1	2	3	4	5
THÈME 4 : RÉGLEMENTATION					
d La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les lois et règlements à respecter en matière de commerce électronique, de même que les droits et obligations de l'entreprise.	1	2	3	4	5
THÈME 5 : SÉCURITÉ EN COMMERCE ÉLECTRONIQUE					
e La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les principales notions de sécurité reliées au commerce électronique (protection des renseignements personnels, accès sécuritaire au site, sécurité des transactions électroniques).	1	2	3	4	5
THÈME 6 : RESSOURCES HUMAINES					
f La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les principales notions reliées à la gestion des ressources humaines dans le contexte des affaires électroniques (type d'expertise, critères d'embauche, formation, etc.).	1	2	3	4	5
THÈME 7 : PRÉPARATION À L'EXPORTATION					
g La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les différentes pratiques à adopter en matière de commerce électronique international.	1	2	3	4	5
THÈME 8 : CYBERMARKETING					
h La conférence vous a permis de connaître ou d'approfondir les stratégies de marketing reliées au commerce électronique.	1	2	3	4	5

CONNAISSANCE DES PROGRAMMES ET SERVICES DISPONIBLES

Pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec l'énoncé suivant :

Énoncés	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	NSP
9 La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui à la PME en matière d'affaires électroniques.	1	2	3	4	5

Pour chacun des services suivants offerts aux PME, pouvez-vous me dire 1) si vous le connaissez, 2) s'il s'agit d'un service pertinent pour les PME et 3) si vous y avez eu recours depuis votre participation à la conférence.

Services	a) Connaissance				b) Pertinence					c) Recours	
	Très bien	Bien	Peu	Pas du tout	Très	Moyen	Peu	Pas du tout	NSP	oui	non
10 Services de la SADC (exemples)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
11 Stratégie de commerce électronique de DEC	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
12 E-Strat de la BDC	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
13 Programme Étudiants bien branchés	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
14 Info-entrepreneur	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
15 Strategis	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
16 Portail des affaires du gouvernement canadien	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2

17 Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services que vous connaissez peu ou moins?

- ₁ oui (prendre les coordonnées de la personne : adresse postale et courriel)
₂ non

18 Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région pour venir en aide aux PME en matière d'affaires électroniques?

- ₁ oui

18a ₂ non, quels sont les services que vous aimeriez obtenir?

PROFIL DE L'ENTREPRISE

19 Nombre d'années d'existence : (inscrire le nombre)	20 Nombre d'employés : (inscrire le nombre)
21 Secteur d'activité : <input type="checkbox"/> ₁ Industrie primaire <input type="checkbox"/> ₂ Communications, transports et commerce <input type="checkbox"/> ₃ Fabrication et construction <input type="checkbox"/> ₄ Finance et services <input type="checkbox"/> ₅ Commerce, gros et détail <input type="checkbox"/> ₆ Autre , précisez : _____	

PROFIL DU RÉPONDANT

22 Âge : <input type="checkbox"/> ₁ 18-24 <input type="checkbox"/> ₂ 25-34 <input type="checkbox"/> ₃ 35-44 <input type="checkbox"/> ₄ 45-54 <input type="checkbox"/> ₅ 55-64 <input type="checkbox"/> ₆ 65 et +	23 Sexe : <input type="checkbox"/> ₁ femme <input type="checkbox"/> ₂ homme
24 Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise?	

COMMENTAIRES OU SUGGESTIONS (améliorations, thèmes à aborder, etc.)

Merci de votre collaboration.

annexe 3

synthèse des résultats

Synthèse des résultats pour l'ensemble des conférences (138 répondants)¹

	n	moy. ²	σ^3
1 La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	137	1,8	0,7
2 La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	136	1,9	0,7
3 L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	124	2,4	0,8
4 Question thématique...	131	1,9	0,7
5 La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	133	1,8	0,8
6 La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	133	2,1	0,8
7 La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	118	2,5	0,9
9 La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	119	1,9	0,8
	n	oui (%)	
8 Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	136	56 (41,2)	
8c Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	79	54 (68,4)	
17 Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	138	107 (77,5)	
18 Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	138	99 (71,7)	
Connaissance			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	137	2,3	1,1
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	137	3,2	0,9
12 E-Strat de la BDC	137	3,6	0,7
13 Étudiants bien branchés	137	3,2	0,9
14 Info-entrepreneur	137	3,2	0,9
15 Strategis	137	3,1	1,0
16 Portail des affaires	137	3,1	0,9
Pertinence			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	105	1,5	0,6
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	64	1,6	0,7
12 E-Strat de la BDC	21	1,7	0,5
13 Étudiants bien branchés	59	2,0	0,8
14 Info-entrepreneur	51	1,5	0,5
15 Strategis	56	1,4	0,6
16 Portail des affaires	73	1,5	0,6
Recours			
	n	oui (%)	
10 Services de la SADC (exemples)	111	33 (29,7)	
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	77	8 (10,4)	
12 E-Strat de la BDC	33	5 (15,2)	
13 Étudiants bien branchés	73	6 (8,2)	
14 Info-entrepreneur	66	19 (28,8)	
15 Strategis	69	27 (39,1)	
16 Portail des affaires	82	36 (43,9)	
Profil des entreprises			
Âge de l'entreprise (n = 136)			
0 à 5 ans : 50 (36,8 %)		16 à 20 ans : 10 (7,4 %)	
6 à 10 ans : 18 (13,2 %)		Plus de 20 ans : 43 (31,6 %)	
11 à 15 ans : 15 (11,0 %)			
Nombre d'employés (n = 138)			
0 à 10 employés : 82 (59,4 %)		31 à 40 employés : 6 (4,3 %)	
11 à 20 employés : 17 (12,3 %)		41 à 50 employés : 2 (1,4 %)	
21 à 30 employés : 12 (8,7 %)		Plus de 50 employés : 19 (13,8 %)	
Secteur d'activité (n = 136)			
Industrie primaire : 2 (1,5 %)		Communications : 22 (16,2 %)	
Finances&services : 46 (33,8 %)		Fabrication construction : 27 (19,9 %)	
		Commerce, gros et détail : 26 (19,1 %)	
		Autre : 13 (9,6 %)	
Profil des répondants			
Sexe (n = 138)			
50 femmes (36,2 %), 88 hommes (63,8 %)			
Âge (n = 138)			
18 à 24 ans : 10 (7,2 %)		45 à 54 ans : 34 (24,6 %)	
25 à 34 ans : 26 (18,8 %)		55 à 64 ans : 12 (8,7 %)	
35 à 44 ans : 53 (38,4 %)		65 ans et plus : 3 (2,2 %)	

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 01 (Coaticook, 11 répondants)¹ Thème de la conférence : catégories d'affaires électroniques

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	11	1,8	0,6					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	11	2,2	0,8					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	11	2,8	0,6					
4	Question thématique...	11	2,0	0,4					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	11	2,1	0,8					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	11	2,6	0,7					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	11	2,7	0,6					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	11	1,6	0,5					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	11	6 (54,5)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes...?	5	4 (80,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	11	8 (72,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	11	11 (100,0)						
		Connaissance							
		n	moy.	σ					
		Pertinence							
		n	moy.	σ					
		Recours							
		n	oui (%)						
10	Services de la SADC (exemples)	11	2,2	0,9	9	1,2	0,4	9	2 (22,2)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	11	3,5	1,0	3	2,0	1,7	3	0 (0,0)
12	E-Strat de la BDC	11	3,8	0,6	1	2,0	--	1	1 (100,0)
13	Étudiants bien branchés	11	3,4	0,8	4	1,3	0,5	5	0 (0,0)
14	Info-entrepreneur	11	3,5	1,0	3	1,0	0,0	3	1 (33,3)
15	Strategis	11	2,7	0,9	8	1,8	0,7	9	3 (33,3)
16	Portail des affaires	11	2,9	1,1	6	1,8	1,2	6	2 (33,3)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 11)									
0 à 5 ans : 5 (45,5 %)					16 à 20 ans : 0 (0,0 %)				
6 à 10 ans : 1 (9,1 %)					Plus de 20 ans : 4 (36,4 %)				
11 à 15 ans : 1 (9,1 %)									
Nombre d'employés (n = 11)									
0 à 10 employés : 7 (63,6 %)					31 à 40 employés : 1 (9,1 %)				
11 à 20 employés : 0 (0,0 %)					41 à 50 employés : 0 (0,0 %)				
21 à 30 employés : 1 (9,1 %)					Plus de 50 employés : 2 (18,2 %)				
Secteur d'activité (n = 11)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 2 (18,2%)			Fabrication construction : 2 (18,2 %)			
Finances&services : 3 (27,3 %)			Commerce, gros et détail : 4 (36,4 %)			Autre : 0 (0,0 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 11)									
3 femmes (27,3 %), 8 hommes (72,7 %)									
Âge (n = 11)									
18 à 24 ans : 1 (9,1 %)					45 à 54 ans : 5 (45,5 %)				
25 à 34 ans : 0 (0,0 %)					55 à 64 ans : 2 (18,2 %)				
35 à 44 ans : 3 (27,3 %)					65 ans et plus : 0 (0,0 %)				

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 02 (La Sarre, 3 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

	n	moy. ²	σ^3
1 La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	3	1,3	0,5
2 La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	3	2,0	0,0
3 L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	3	2,3	0,6
4 Question thématique...	3	2,3	0,6
5 La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	3	2,0	1,0
6 La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	3	1,7	0,6
7 La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	3	2,0	1,0
9 La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	3	1,7	1,2
	n	oui (%)	
8 Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	3	1 (33,3)	
8c Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes...?	2	1 (50,0)	
17 Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	3	2 (66,7)	
18 Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	3	3 (100,0)	
Connaissance			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	3	1,3	0,6
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	3	3,3	1,2
12 E-Strat de la BDC	3	1,7	0,6
13 Étudiants bien branchés	3	3,7	0,6
14 Info-entrepreneur	3	3,7	0,6
15 Strategis	3	2,0	1,0
16 Portail des affaires	3	3,0	1,0
Pertinence			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	3	2,0	1,0
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	1	2,0	--
12 E-Strat de la BDC	3	1,3	0,6
13 Étudiants bien branchés	1	1,0	--
14 Info-entrepreneur	1	1,0	--
15 Strategis	3	1,3	0,6
16 Portail des affaires	2	1,0	0,0
Recours			
	n	oui (%)	
10 Services de la SADC (exemples)	3	0 (0,0)	
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	1	0 (0,0)	
12 E-Strat de la BDC	3	1 (33,3)	
13 Étudiants bien branchés	1	0 (0,0)	
14 Info-entrepreneur	1	0 (0,0)	
15 Strategis	3	1 (33,3)	
16 Portail des affaires	2	1 (50,0)	
Profil des entreprises			
Âge de l'entreprise (n = 3)			
0 à 5 ans : 0 (0,0 %)		16 à 20 ans : 0 (0,0 %)	
6 à 10 ans : 0 (0,0 %)		Plus de 20 ans : 3 (100,0 %)	
11 à 15 ans : 0 (0,0 %)			
Nombre d'employés (n = 3)			
0 à 10 employés : 0 (0,0 %)		31 à 40 employés : 1 (33,3 %)	
11 à 20 employés : 0 (0,0 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)	
21 à 30 employés : 1 (33,3 %)		Plus de 50 employés : 1 (33,3 %)	
Secteur d'activité (n = 3)			
Industrie primaire : 0 (0,0 %)		Communications : 0 (0,0 %)	
Finances&services : 1 (33,3 %)		Fabrication construction : 2 (66,7 %)	
		Commerce, gros et détail : 0 (0,0 %)	
		Autre : 0 (0,0 %)	
Profil des répondants			
Sexe (n = 3)			
1 femme (33,3 %), 2 hommes (66,7 %)			
Âge (n = 3)			
18 à 24 ans : 0 (0,0 %)		45 à 54 ans : 0 (0,0 %)	
25 à 34 ans : 0 (0,0 %)		55 à 64 ans : 0 (0,0 %)	
35 à 44 ans : 3 (100,0 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)	

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 03 (Senneterre, 11 répondants)¹ Thème de la conférence : cybermarketing

		n	moy. ²	σ ³					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	11	1,6	0,5					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	11	1,6	0,7					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	11	2,6	1,1					
4	Question thématique...	11	1,6	0,5					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	11	1,2	0,4					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	11	1,6	0,5					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	11	2,8	1,1					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	11	1,7	0,8					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	11	1 (9,1)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes...?	10	8 (80,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	11	10 (90,9)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	11	7 (63,6)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	11	1,6	0,9	10	1,3	0,5	10	7 (70,0)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	11	3,6	0,7	3	1,3	0,6	4	1 (25,0)
12	E-Strat de la BDC	11	4,0	0,0	0	--	--	0	--
13	Étudiants bien branchés	11	3,3	1,0	4	1,7	1,0	5	1 (20,0)
14	Info-entrepreneur	11	3,7	0,5	2	2,0	0,0	3	0 (0,0)
15	Strategis	11	3,9	0,3	0	--	--	1	0 (0,0)
16	Portail des affaires	11	3,6	0,7	2	1,5	0,7	3	1 (33,3)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 11)									
0 à 5 ans : 1 (9,1 %)				16 à 20 ans : 1 (9,1 %)					
6 à 10 ans : 1 (9,1 %)				Plus de 20 ans : 5 (45,5 %)					
11 à 15 ans : 3 (27,3 %)									
Nombre d'employés (n = 11)									
0 à 10 employés : 8 (72,7 %)				31 à 40 employés : 1 (9,1 %)					
11 à 20 employés : 1 (9,1 %)				41 à 50 employés : 0 (0,0 %)					
21 à 30 employés : 1 (9,1 %)				Plus de 50 employés : 0 (0,0 %)					
Secteur d'activité (n = 11)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 2 (18,2 %)			Fabrication construction : 1 (9,1 %)			
Finances&services : 5 (45,5 %)			Commerce, gros et détail : 3 (27,3 %)			Autre : 0 (0,0 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 11)									
8 femmes (72,7 %), 3 hommes (27,3 %)									
Âge (n = 11)									
18 à 24 ans : 2 (18,2 %)				45 à 54 ans : 0 (0,0 %)					
25 à 34 ans : 1 (9,1 %)				55 à 64 ans : 0 (0,0 %)					
35 à 44 ans : 7 (63,6 %)				65 ans et plus : 1 (9,1 %)					

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 04 (Amos, 3 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	3	2,0	1,0					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	3	2,3	0,6					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	3	2,7	0,6					
4	Question thématique...	3	1,7	0,6					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	3	2,0	1,0					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	3	2,3	0,6					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	3	3,3	0,6					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	3	1,7	0,6					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	3	1 (33,3)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes...?	2	2 (100,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	3	2 (66,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	3	3 (100,0)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	3	1,3	0,6	3	1,3	0,6	3	2 (66,7)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	3	3,3	0,6	1	1,0	--	2	0 (0,0)
12	E-Strat de la BDC	3	3,7	0,6	0	--	--	1	0 (0,0)
13	Étudiants bien branchés	3	2,3	1,2	2	2,0	1,4	3	0 (0,0)
14	Info-entrepreneur	3	3,0	1,0	1	1,0	--	2	1 (50,0)
15	Strategis	3	2,3	1,2	2	1,5	0,7	3	1 (33,3)
16	Portail des affaires	3	2,7	0,6	3	1,7	0,6	3	2 (66,7)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 3)									
0 à 5 ans : 1 (33,3 %)				16 à 20 ans : 1 (33,3 %)					
6 à 10 ans : 0 (0,0 %)				Plus de 20 ans : 1 (33,3 %)					
11 à 15 ans : 0 (0,0 %)									
Nombre d'employés (n = 3)									
0 à 10 employés : 1 (33,3 %)				31 à 40 employés : 0 (0,0 %)					
11 à 20 employés : 1 (33,3 %)				41 à 50 employés : 0 (0,0 %)					
21 à 30 employés : 0 (0,0 %)				Plus de 50 employés : 1 (33,3 %)					
Secteur d'activité (n = 3)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 0 (0,0 %)			Fabrication construction : 1 (33,3 %)			
Finances&services : 2 (66,7 %)			Commerce, gros et détail : 0 (0,0 %)			Autre : 0 (0,0 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 3)									
1 femme (33,3 %), 2 hommes (66,7 %)									
Âge (n = 3)									
18 à 24 ans : 1 (33,3 %)				45 à 54 ans : 1 (33,3 %)					
25 à 34 ans : 1 (33,3 %)				55 à 64 ans : 0 (0,0 %)					
35 à 44 ans : 0 (0,0 %)				65 ans et plus : 0 (0,0 %)					

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 05 (Rouyn-Noranda, 14 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

	n	moy. ²	σ ³
1 La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	14	1,9	0,8
2 La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	14	2,0	0,9
3 L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	12	2,3	0,7
4 Question thématique...	13	2,1	0,6
5 La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	14	1,9	0,9
6 La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	14	2,1	0,9
7 La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	14	3,0	0,7
9 La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	14	1,9	0,9
	n	oui (%)	
8 Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	14	3 (21,4)	
8c Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	11	8 (72,7)	
17 Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	14	7 (50,0)	
18 Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	14	12 (85,7)	
Connaissance			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	14	2,4	0,9
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	14	3,1	1,1
12 E-Strat de la BDC	14	3,3	0,9
13 Étudiants bien branchés	14	3,2	0,9
14 Info-entrepreneur	14	2,7	1,1
15 Strategis	14	3,0	1,4
16 Portail des affaires	14	3,1	0,8
Pertinence			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	11	1,6	0,7
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	7	1,4	0,8
12 E-Strat de la BDC	5	1,8	0,4
13 Étudiants bien branchés	8	2,5	1,1
14 Info-entrepreneur	8	1,6	0,5
15 Strategis	6	1,2	0,4
16 Portail des affaires	9	1,6	0,5
Recours			
	n	oui (%)	
10 Services de la SADC (exemples)	13	3 (23,1)	
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	7	1 (14,3)	
12 E-Strat de la BDC	6	1 (16,7)	
13 Étudiants bien branchés	8	0 (0,0)	
14 Info-entrepreneur	10	2 (20,0)	
15 Strategis	6	4 (66,7)	
16 Portail des affaires	9	3 (33,3)	
Profil des entreprises			
Âge de l'entreprise (n = 14)			
0 à 5 ans : 3 (21,4 %)		16 à 20 ans : 2 (14,3 %)	
6 à 10 ans : 1 (7,1 %)		Plus de 20 ans : 4 (28,6 %)	
11 à 15 ans : 4 (28,6 %)			
Nombre d'employés (n = 14)			
0 à 10 employés : 6 (42,9 %)		31 à 40 employés : 0 (0,0 %)	
11 à 20 employés : 2 (14,3 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)	
21 à 30 employés : 1 (7,1 %)		Plus de 50 employés : 5 (35,7 %)	
Secteur d'activité (n = 14)			
Industrie primaire : 0 (0,0 %)		Communications : 2 (14,3 %)	
Finances&services : 6 (42,9 %)		Fabrication construction : 3 (21,4 %)	
		Commerce, gros et détail : 2 (14,3 %)	
		Autre : 1 (7,1 %)	
Profil des répondants			
Sexe (n = 14)			
3 femmes (21,4 %), 11 hommes (78,6 %)			
Âge (n = 14)			
18 à 24 ans : 0 (0,0 %)		45 à 54 ans : 5 (35,7 %)	
25 à 34 ans : 2 (14,3 %)		55 à 64 ans : 0 (0,0 %)	
35 à 44 ans : 7 (50,0 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)	

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 06 (Ville-Marie, 7 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

	n	moy. ²	σ ³
1 La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	7	1,3	0,5
2 La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	7	1,7	0,8
3 L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	7	2,1	1,1
4 Question thématique...	7	1,9	1,2
5 La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	7	1,3	0,5
6 La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	7	2,1	1,1
7 La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	7	2,4	1,1
9 La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	7	1,9	0,9
	n	oui (%)	
8 Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	7	2 (28,6)	
8c Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	5	3 (60,0)	
17 Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	7	7 (100,0)	
18 Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	7	7 (100,0)	
Connaissance			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	7	2,4	1,0
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	7	3,1	0,7
12 E-Strat de la BDC	7	3,6	0,8
13 Étudiants bien branchés	7	3,6	0,5
14 Info-entrepreneur	7	3,9	0,4
15 Strategis	7	3,6	0,8
16 Portail des affaires	7	3,7	0,5
Pertinence			
	n	moy.	σ
10 Services de la SADC (exemples)	6	1,7	0,5
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	3	1,7	0,6
12 E-Strat de la BDC	1	1,0	--
13 Étudiants bien branchés	2	2,5	0,7
14 Info-entrepreneur	0	--	--
15 Strategis	2	1,0	0,0
16 Portail des affaires	2	1,5	0,7
Recours			
	n	oui (%)	
10 Services de la SADC (exemples)	6	1 (16,7)	
11 Stratégie de comm. électronique (DEC)	5	0 (0,0)	
12 E-Strat de la BDC	2	0 (0,0)	
13 Étudiants bien branchés	3	0 (0,0)	
14 Info-entrepreneur	1	0 (0,0)	
15 Strategis	2	2 (100,0)	
16 Portail des affaires	2	1 (50,0)	
Profil des entreprises			
Âge de l'entreprise (n = 7)			
0 à 5 ans : 1 (14,3 %)		16 à 20 ans : 1 (14,3 %)	
6 à 10 ans : 0 (0,0 %)		Plus de 20 ans : 5 (71,4 %)	
11 à 15 ans : 0 (0,0 %)			
Nombre d'employés (n = 7)			
0 à 10 employés : 5 (71,4 %)		31 à 40 employés : 0 (0,0 %)	
11 à 20 employés : 2 (28,6 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)	
21 à 30 employés : 0 (0,0 %)		Plus de 50 employés : 0 (0,0 %)	
Secteur d'activité (n = 7)			
Industrie primaire : 0 (0,0 %)		Communications : 0 (0,0 %)	
Finances&services : 1 (14,3 %)		Fabrication construction : 2 (28,6 %)	
		Commerce, gros et détail : 4 (57,1 %)	
		Autre : 0 (0,0 %)	
Profil des répondants			
Sexe (n = 7)			
2 femmes (28,6 %), 5 hommes (71,4 %)			
Âge (n = 138)			
18 à 24 ans : 1 (14,3 %)		45 à 54 ans : 1 (14,3 %)	
25 à 34 ans : 1 (14,3 %)		55 à 64 ans : 1 (14,3 %)	
35 à 44 ans : 3 (42,9 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)	

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 07 (Val d'Or, 3 répondants)¹ Thème de la conférence : cybermarketing

		n	moy. ²	σ ³					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	3	1,7	1,2					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	3	2,7	0,6					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	3	2,3	1,2					
4	Question thématique...	3	2,0	1,0					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	3	2,0	1,0					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	3	2,3	1,2					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	3	2,7	0,6					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	3	2,3	0,6					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	3	1 (33,3)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	2	1 (50,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	3	2 (66,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	3	3 (100,0)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	3	1,7	1,2	3	1,0	0,0	3	2 (66,7)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	3	3,3	1,2	1	2,0	--	1	1 (100,0)
12	E-Strat de la BDC	3	4,0	0,0	0	--	--	0	--
13	Étudiants bien branchés	3	2,3	1,2	3	2,0	1,0	3	1 (33,3)
14	Info-entrepreneur	3	3,7	0,6	0	--	--	1	0 (0,0)
15	Strategis	3	1,7	0,6	3	1,0	0,0	3	3 (100,0)
16	Portail des affaires	3	3,7	0,6	1	1,0	--	1	1 (100,0)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 3)									
0 à 5 ans : 2 (66,7 %)		16 à 20 ans : 0 (0,0 %)							
6 à 10 ans : 1 (33,3 %)		Plus de 20 ans : 0 (0,0 %)							
11 à 15 ans : 0 (0,0 %)									
Nombre d'employés (n = 3)									
0 à 10 employés : 2 (66,7 %)		31 à 40 employés : 0 (0,0 %)							
11 à 20 employés : 0 (0,0 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)							
21 à 30 employés : 0 (0,0 %)		Plus de 50 employés : 1 (33,3 %)							
Secteur d'activité (n = 3)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)		Communications : 1 (33,3 %)			Fabrication construction : 0 (0,0 %)				
Finances&services : 2 (66,7 %)		Commerce, gros et détail : 0 (0,0 %)			Autre : 0 (0,0 %)				
Profil des répondants									
Sexe (n = 3)									
3 femmes (100,0 %), 0 homme (0,0 %)									
Âge (n = 3)									
18 à 24 ans : 0 (0,0 %)		45 à 54 ans : 0 (0,0 %)							
25 à 34 ans : 3 (100,0 %)		55 à 64 ans : 0 (0,0 %)							
35 à 44 ans : 0 (0,0 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)							

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 08 (St-Jean-sur-Richelieu, 19 répondants)¹ Thème de la conférence : programmes d'appui

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	19	1,7	0,4					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	19	1,8	0,6					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	17	2,5	0,7					
4	Question thématique...	18	1,7	0,7					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	19	2,1	0,9					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	19	2,1	0,8					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	16	2,4	1,0					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	-- ⁴	--	--					
		N	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	19	12 (63,2)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	7	3 (42,9)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	19	14 (73,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	19	15 (78,9)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	N	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	19	3,6	0,8	4	1,3	0,5	5	1 (20,0)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	19	3,2	0,8	8	1,4	0,5	11	0 (0,0)
12	E-Strat de la BDC	19	3,5	0,9	4	1,8	0,5	5	0 (0,0)
13	Étudiants bien branchés	19	3,2	0,9	10	1,7	0,5	10	2 (20,0)
14	Info-entrepreneur	19	3,0	1,0	13	1,5	0,5	13	7 (53,8)
15	Strategis	19	3,5	0,8	6	1,5	0,5	7	0 (0,0)
16	Portail des affaires	19	3,1	0,8	11	1,6	0,5	12	6 (50,0)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 19)									
0 à 5 ans : 11 (57,9 %)				16 à 20 ans : 0 (0,0 %)					
6 à 10 ans : 3 (15,8 %)				Plus de 20 ans : 5 (26,3 %)					
11 à 15 ans : 0 (0,0 %)									
Nombre d'employés (n = 19)									
0 à 10 employés : 11 (57,9 %)				31 à 40 employés : 1 (5,3 %)					
11 à 20 employés : 2 (10,5 %)				41 à 50 employés : 0 (0,0 %)					
21 à 30 employés : 2 (10,5 %)				Plus de 50 employés : 3 (15,8 %)					
Secteur d'activité (n = 19)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 3 (15,8%)			Fabrication construction : 7 (36,8 %)			
Finances&services : 4 (21,1 %)			Commerce, gros et détail : 2 (10,5 %)			Autre : 3 (15,8 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 19)									
4 femmes (21,1 %), 15 hommes (78,9 %)									
Âge (n = 19)									
18 à 24 ans : 1 (5,3 %)				45 à 54 ans : 6 (31,6 %)					
25 à 34 ans : 3 (15,8 %)				55 à 64 ans : 2 (10,5 %)					
35 à 44 ans : 6 (31,6 %)				65 ans et plus : 1 (5,3 %)					

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

⁴ Comme cette conférence portait sur les programmes d'appui, la question thématique remplace la question 9.

Synthèse des résultats pour la conférence 09 (Trois-Rivières, 15 répondants)¹
Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

		n	moy. ²	σ ³					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	15	1,7	0,7					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	15	2,0	0,7					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	12	2,3	0,8					
4	Question thématique...	14	2,1	0,9					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	14	1,6	0,9					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	15	2,1	0,8					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	11	2,3	0,6					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	15	1,8	0,8					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	15	7 (46,7)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	8	2 (25,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	15	12 (80,0)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	15	7 (46,7)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	15	2,8	0,8	9	1,8	0,7	12	0 (0,0)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	15	2,9	0,9	10	1,6	0,7	11	3 (27,3)
12	E-Strat de la BDC	15	3,6	0,6	3	1,7	0,6	5	0 (0,0)
13	Étudiants bien branchés	15	2,9	0,7	8	2,0	0,5	12	0 (0,0)
14	Info-entrepreneur	15	3,1	0,8	7	1,3	0,5	9	2 (22,2)
15	Strategis	15	2,9	1,3	6	1,0	0,0	7	6 (85,7)
16	Portail des affaires	15	3,0	1,1	8	1,1	0,4	8	6 (75,0)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 15)									
0 à 5 ans : 8 (53,3 %)		16 à 20 ans : 0 (0,0 %)							
6 à 10 ans : 2 (13,3 %)		Plus de 20 ans : 4 (26,7 %)							
11 à 15 ans : 1 (6,7 %)									
Nombre d'employés (n = 15)									
0 à 10 employés : 8 (53,3 %)		31 à 40 employés : 0 (0,0 %)							
11 à 20 employés : 3 (20,0 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)							
21 à 30 employés : 2 (13,3 %)		Plus de 50 employés : 2 (13,3 %)							
Secteur d'activité (n = 15)									
Industrie primaire : 1 (6,7 %)		Communications : 5 (33,3 %)				Fabrication construction : 1 (6,7 %)			
Finances&services : 3 (20,0 %)		Commerce, gros et détail : 4 (26,7 %)				Autre : 1 (6,7 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 15)									
6 femmes (40,0 %), 9 hommes (60,0 %)									
Âge (n = 15)									
18 à 24 ans : 2 (13,3 %)		45 à 54 ans : 1 (6,7 %)							
25 à 34 ans : 6 (40,0 %)		55 à 64 ans : 0 (0,0 %)							
35 à 44 ans : 6 (40,0 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)							

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 10 (Shawinigan, 12 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	11	2,4	1,1					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	12	2,1	0,8					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	10	2,6	1,0					
4	Question thématique...	11	2,2	0,9					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	11	2,4	1,2					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	12	2,3	1,1					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	10	2,4	1,2					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	12	1,8	1,1					
		N	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	12	7 (58,3)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	5	4 (80,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	12	12 (100,0)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	12	10 (83,3)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	12	2,5	1,1	10	1,3	0,5	10	5 (50,0)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	12	3,5	0,5	5	1,8	0,8	6	0 (0,0)
12	E-Strat de la BDC	12	3,5	0,9	2	1,5	0,7	4	1 (25,0)
13	Étudiants bien branchés	12	3,8	0,5	2	1,5	0,7	3	0 (0,0)
14	Info-entrepreneur	12	3,5	0,8	3	1,3	0,6	4	1 (25,0)
15	Strategis	12	3,0	1,0	5	1,4	0,5	7	2 (28,6)
16	Portail des affaires	12	2,8	1,0	6	1,3	0,5	9	3 (33,3)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 12)									
0 à 5 ans : 6 (50,0 %)			16 à 20 ans : 0 (0,0 %)						
6 à 10 ans : 2 (16,7 %)			Plus de 20 ans : 3 (25,0 %)						
11 à 15 ans : 1 (8,3 %)									
Nombre d'employés (n = 12)									
0 à 10 employés : 6 (50,0 %)			31 à 40 employés : 1 (8,3 %)						
11 à 20 employés : 3 (25,0 %)			41 à 50 employés : 0 (0,0 %)						
21 à 30 employés : 1 (8,3 %)			Plus de 50 employés : 1 (8,3 %)						
Secteur d'activité (n = 12)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 3 (25,0 %)			Fabrication construction : 5 (41,7 %)			
Finances&services : 2 (16,7 %)			Commerce, gros et détail : 2 (16,7 %)			Autre : 0 (0,0 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 12)									
1 femme (8,3 %), 11 hommes (91,7 %)									
Âge (n = 12)									
18 à 24 ans : 0 (0,0 %)			45 à 54 ans : 2 (16,7 %)						
25 à 34 ans : 2 (16,7 %)			55 à 64 ans : 0 (0,0 %)						
35 à 44 ans : 7 (58,3 %)			65 ans et plus : 1 (8,3 %)						

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 11 (Carleton, 24 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

		n	moy. ²	σ ³					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	24	1,9	0,7					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	22	1,7	0,6					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	20	2,5	0,6					
4	Question thématique...	22	2,1	0,8					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	21	1,5	0,6					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	20	1,9	0,7					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	16	2,0	0,7					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	23	2,0	0,9					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	22	9 (40,9)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	13	5 (38,5)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	24	17 (70,8)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	24	12 (50,0)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	23	1,9	0,7	22	1,5	0,6	22	5 (22,7)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	23	3,1	1,0	11	1,5	0,5	13	1 (7,7)
12	E-Strat de la BDC	23	3,9	0,3	1	2,0	--	3	0 (0,0)
13	Étudiants bien branchés	23	3,2	0,9	10	2,2	0,6	13	1 (7,7)
14	Info-entrepreneur	23	3,1	1,1	7	1,4	0,5	11	2 (18,2)
15	Strategis	23	3,0	1,1	10	1,7	0,7	13	4 (30,8)
16	Portail des affaires	23	2,9	1,1	14	1,7	0,5	16	5 (31,3)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 23)									
0 à 5 ans : 9 (39,1 %)				16 à 20 ans : 1 (4,3 %)					
6 à 10 ans : 7 (30,4 %)				Plus de 20 ans : 4 (17,4 %)					
11 à 15 ans : 2 (8,7 %)									
Nombre d'employés (n = 24)									
0 à 10 employés : 17 (70,8 %)				31 à 40 employés : 0 (0,0 %)					
11 à 20 employés : 3 (12,5 %)				41 à 50 employés : 1 (4,2 %)					
21 à 30 employés : 2 (8,3 %)				Plus de 50 employés : 1 (4,2 %)					
Secteur d'activité (n = 22)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 3 (13,6 %)			Fabrication construction : 2 (9,1 %)			
Finances&services : 10 (45,5 %)			Commerce, gros et détail : 1 (4,5 %)			Autre : 6 (27,3 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 24)									
12 femmes (50,0 %), 12 hommes (50,0 %)									
Âge (n = 24)									
18 à 24 ans : 1 (4,2 %)				45 à 54 ans : 6 (25,0 %)					
25 à 34 ans : 5 (20,8 %)				55 à 64 ans : 4 (16,7 %)					
35 à 44 ans : 8 (33,3 %)				65 ans et plus : 0 (0,0 %)					

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour la conférence 12 (Étang du Nord, 16 répondants)¹ Thème de la conférence : stratégie d'affaires, démarrage, mise en oeuvre

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	16	1,8	0,4					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	16	1,8	0,5					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	15	2,0	0,7					
4	Question thématique...	15	1,9	0,5					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	16	1,6	0,6					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	15	2,0	0,7					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	13	1,9	0,6					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	16	2,0	0,6					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	16	6 (37,5)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	9	5 (55,6)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	16	14 (87,5)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	16	9 (56,3)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	16	1,8	0,9	15	1,8	0,9	15	5 (33,3)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	16	2,8	0,8	11	1,8	0,9	13	1 (7,7)
12	E-Strat de la BDC	16	3,8	0,4	1	2,0	--	3	1 (33,3)
13	Étudiants bien branchés	16	3,3	0,9	5	2,2	0,5	7	1 (14,3)
14	Info-entrepreneur	16	3,1	1,0	6	2,0	0,6	8	3 (37,5)
15	Strategis	16	3,3	0,8	5	1,4	0,5	8	1 (12,5)
16	Portail des affaires	16	3,1	0,9	9	1,4	0,5	11	5 (45,5)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 15)									
0 à 5 ans : 3 (20,0 %)		16 à 20 ans : 4 (26,7 %)							
6 à 10 ans : 0 (0,0 %)		Plus de 20 ans : 5 (33,3 %)							
11 à 15 ans : 3 (20,0 %)									
Nombre d'employés (n = 16)									
0 à 10 employés : 11 (68,8 %)		31 à 40 employés : 1 (6,3 %)							
11 à 20 employés : 0 (0,0 %)		41 à 50 employés : 0 (0,0 %)							
21 à 30 employés : 1 (6,3 %)		Plus de 50 employés : 3 (18,8 %)							
Secteur d'activité (n = 16)									
Industrie primaire : 1 (6,3 %)		Communications : 1 (6,3 %)			Fabrication construction : 1 (6,3 %)				
Finances&services : 7 (43,8 %)		Commerce, gros et détail : 4 (25,0 %)			Autre : 2 (12,5 %)				
Profil des répondants									
Sexe (n = 16)									
6 femmes (37,5 %), 10 hommes (62,5 %)									
Âge (n = 16)									
18 à 24 ans : 1 (6,3 %)		45 à 54 ans : 7 (43,8 %)							
25 à 34 ans : 2 (12,5 %)		55 à 64 ans : 3 (18,8 %)							
35 à 44 ans : 3 (18,8 %)		65 ans et plus : 0 (0,0 %)							

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour les conférences portant sur le thème « stratégies d'affaires, démarrage, mise en œuvre » (8 conférences, 94 répondants)¹

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	93	1,8	0,8					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	92	1,9	0,7					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	82	2,3	0,7					
4	Question thématique...	88	2,0	0,7					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	89	1,7	0,8					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	89	2,1	0,8					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	77	2,4	0,9					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	93	1,9	0,8					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	92	36 (39,1)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	56	30 (53,6)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	94	73 (77,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	93	63 (67,7)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	93	2,2	0,9	79	1,6	0,7	84	21 (25,0)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	93	3,1	0,9	49	1,6	0,7	58	6 (10,3)
12	E-Strat de la BDC	93	3,6	0,7	16	1,6	0,5	27	4 (14,8)
13	Étudiants bien branchés	93	3,3	0,8	38	2,2	0,8	50	2 (4,0)
14	Info-entrepreneur	93	3,2	1,0	33	1,5	0,6	46	11 (23,9)
15	Strategis	93	3,0	1,1	39	1,4	0,5	49	21 (42,9)
16	Portail des affaires	93	3,0	0,9	53	1,5	0,5	60	26 (43,3)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 92)									
0 à 5 ans : 31 (33,7 %)		16 à 20 ans : 9 (9,8 %)							
6 à 10 ans : 12 (13,0 %)		Plus de 20 ans : 29 (31,5 %)							
11 à 15 ans : 11 (12,0 %)									
Nombre d'employés (n = 94)									
0 à 10 employés : 54 (57,4 %)		31 à 40 employés : 3 (3,2 %)							
11 à 20 employés : 14 (14,9 %)		41 à 50 employés : 1 (1,1 %)							
21 à 30 employés : 8 (8,5 %)		Plus de 50 employés : 14 (14,9 %)							
Secteur d'activité (n = 92)									
Industrie primaire : 2 (2,2 %)		Communications : 14 (15,2%)			Fabrication construction : 17 (18,5 %)				
Finances&services : 32 (34,8 %)		Commerce, gros et détail : 17 (18,5 %)			Autre : 10 (10,9 %)				
Profil des répondants									
Sexe (n = 94)									
32 femmes (34,0 %), 62 hommes (66,0 %)									
Âge (n = 94)									
18 à 24 ans : 6 (6,4 %)		45 à 54 ans : 23 (24,5 %)							
25 à 34 ans : 19 (20,2 %)		55 à 64 ans : 8 (8,5 %)							
35 à 44 ans : 37 (39,4 %)		65 ans et plus : 1 (1,1 %)							

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
 Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
 Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.

Synthèse des résultats pour les conférences portant sur le thème « cybermarketing » (2 conférences, 14 répondants)¹

		n	moy. ²	σ^3					
1	La conférence vous a permis de mieux connaître les affaires électroniques en général.	14	1,6	0,6					
2	La conférence a généré de l'information et des outils qui vous ont été utiles...	14	1,8	0,8					
3	L'information véhiculée lors de la conférence vous a aidé à trouver des solutions...	14	2,6	1,1					
4	Question thématique...	14	1,6	0,6					
5	La conférence a contribué à stimuler votre réflexion...	14	1,4	0,6					
6	La conférence vous a donné des idées concrètes ou des pistes d'action...	14	1,7	0,7					
7	La conférence a eu un impact positif sur l'implantation des affaires électroniques...	14	2,8	1,0					
9	La conférence vous a permis de mieux connaître les programmes et services d'appui...	14	1,9	0,8					
		n	oui (%)						
8	Depuis la conférence, votre entreprise a-t-elle adopté des démarches concrètes...?	14	2 (14,3)						
8c	Avez-vous l'intention d'entreprendre des démarches concrètes?	12	9 (75,0)						
17	Aimeriez-vous obtenir de l'information concernant les services...?	14	12 (85,7)						
18	Croyez-vous qu'il y a suffisamment d'intervenants et de services dans votre région...?	14	10 (71,4)						
		Connaissance			Pertinence			Recours	
		n	moy.	σ	n	moy.	σ	n	oui (%)
10	Services de la SADC (exemples)	14	1,6	0,9	13	1,2	0,4	13	9 (69,2)
11	Stratégie de comm. électronique (DEC)	14	3,5	0,7	4	1,5	0,6	5	2 (40,0)
12	E-Strat de la BDC	14	4,0	0,0	0	--	--	0	--
13	Étudiants bien branchés	14	3,1	1,1	7	1,9	0,9	8	2 (25,0)
14	Info-entrepreneur	14	3,7	0,5	2	2,0	0,0	4	0 (0,0)
15	Strategis	14	3,4	1,0	3	1,0	0,0	4	3 (75,0)
16	Portail des affaires	14	3,6	0,6	3	1,3	0,6	4	2 (50,0)
Profil des entreprises									
Âge de l'entreprise (n = 14)									
0 à 5 ans : 3 (21,4 %)			16 à 20 ans : 1 (7,1 %)						
6 à 10 ans : 2 (14,3 %)			Plus de 20 ans : 5 (35,7 %)						
11 à 15 ans : 3 (21,4 %)									
Nombre d'employés (n = 14)									
0 à 10 employés : 10 (71,4 %)			31 à 40 employés : 1 (7,1 %)						
11 à 20 employés : 1 (7,1 %)			41 à 50 employés : 1 (7,1 %)						
21 à 30 employés : 1 (7,1 %)			Plus de 50 employés : 0 (0,0 %)						
Secteur d'activité (n = 14)									
Industrie primaire : 0 (0,0 %)			Communications : 3 (21,4 %)			Fabrication construction : 1 (7,1 %)			
Finances&services : 7 (50,0 %)			Commerce, gros et détail : 3 (21,4 %)			Autre : 0 (0,0 %)			
Profil des répondants									
Sexe (n = 14)									
11 femmes (78,6 %), 3 hommes (21,4 %)									
Âge (n = 14)									
18 à 24 ans : 2 (14,3 %)			45 à 54 ans : 0 (0,0 %)						
25 à 34 ans : 4 (28,6 %)			55 à 64 ans : 0 (0,0 %)						
35 à 44 ans : 7 (50,0 %)			65 ans et plus : 1 (7,1 %)						

¹ Les énoncés ont été raccourcis dans un souci d'économie d'espace. Pour le libellé exact des énoncés, se référer au questionnaire (annexe 2).

² Les résultats présentés correspondent à la moyenne des réponses. Ils doivent être interprétés avec l'échelle appropriée :

Questions 1 à 7 et 9 : 1 = tout à fait d'accord, 2 = plutôt d'accord, 3 = plutôt en désaccord, 4 = tout à fait en désaccord
Connaissance des services : 1 = très bien, 2 = bien, 3 = peu, 4 = pas du tout
Pertinence des services : 1 = très pertinent, 2 = moyennement pertinent, 3 = peu pertinent, 4 = pas du tout pertinent

³ L'écart-type (σ) indique la dispersion plus ou moins grande des réponses par rapport à la moyenne.