

Panel en ligne *Points de vue* :
**Sondage ponctuel auprès des entrepreneurs
canadiens**

Septembre 2009





Faits saillants

Internet et marketing en ligne

- > La grande majorité des **entrepreneurs** du panel *Points de vue* **utilisent l'internet régulièrement** (95 % le font tous les jours ou presque).
- > Les entrepreneurs utilisent l'internet pour des raisons **stratégiques** et **opérationnelles** :

Raisons stratégiques	Raisons opérationnelles
Diverses recherches (96 %)	Opérations bancaires (85 %)
Recherche sur leurs concurrents directs (77 %)	Commandes auprès de fournisseurs (68 %)
Participation à des forums ou à des regroupements d'entrepreneurs (55 %)	Formation en ligne (46 %)

- > Plus des deux tiers des entrepreneurs qui ont répondu au sondage (**68 %**) se perçoivent comme étant de niveau **intermédiaire** ou **débutant** dans le domaine du **marketing en ligne**.
- > Parmi les trois quarts des entrepreneurs qui ont répondu que leur entreprise avait un site Web, **64 %** ont indiqué que le site donnait des **renseignements détaillés** sur leurs produits et services, **mais qu'il ne permettait pas d'effectuer des transactions en ligne**.
- > En règle générale, les entreprises ont tendance à **faire la promotion de leur site Web (78 %)**.
 - Moyens couramment utilisés pour promouvoir le site Web :
 - Affichage de l'adresse du site Web sur les factures, les dépliants ou sur tout autre matériel promotionnel (c'est le cas de 98 % de ceux qui font la promotion de leur site Web)
 - Optimisation de référencement (ou SEO) (64 %)
 - Alliance stratégique (52 %)
 - Marketing par courriel (46 %)
 - Placement média (bannières, annonces, etc.) (41 %)
 - Moins de la moitié de ceux qui font la promotion de leur site Web **mesurent les résultats de leurs efforts de marketing en ligne (46 %)**.
 - Ceux qui les mesurent utilisent généralement un service offert par leur **fournisseur d'accès Internet (53 %)** ou **Google Analytics (51 %)**.



Faits saillants (suite)

Réseau d'affaires

- > La **majorité** des entrepreneurs (59 %) **sont membres d'un réseau** d'affaires ou de réseautage en ligne.
- > Les **réseaux** dont ils sont membres peuvent être divisés en **trois types** :
 - Réseaux **sociaux** : LinkedIn (57 %), Facebook (33 %) et Twitter (25 %).
 - Réseaux **traditionnels** : Chambre de commerce (48 %), FCEI (28 %) et MEC (7 %).
 - Réseaux **d'affinités** : Réseau lié au secteur d'activité de l'entreprise (36 %), réseau de propriétaires de PME (10 %) et réseau de femmes entrepreneures (5 %).

Stress des entrepreneurs

- > **L'AN DERNIER** : Sur une échelle de 1 à 10, trois entrepreneurs sur cinq (42 %) ont déclaré que leur niveau de stress en tant qu'entrepreneurs était **plutôt élevé** ou **élevé** (note d'au moins 7 sur 10). La note moyenne quant à leur perception de leur niveau de stress l'an dernier s'établissait à **5,9 sur 10**.
- > **CETTE ANNÉE** : Les entrepreneurs ont attribué une note moyenne de **6,3 sur 10** à leur niveau de stress en tant qu'entrepreneurs. De plus, 61 % d'entre eux ont jugé cette année que leur niveau de stress correspondait à une note d'au moins 7. Ce pourcentage est **significativement plus élevé** que celui de l'année dernière.
- > Le stress est **lié à de nombreux facteurs**, notamment :
 - De l'insécurité financière (71 %)
 - Développer l'entreprise (52 %)
 - Être la seule personne responsable de l'entreprise (51 %)
 - Se sentir responsable de l'avenir des employés (45 %)
 - Passer de nombreuses heures au travail (38 %)
- > **Afin de gérer leur stress**, les entrepreneurs ont mentionné :
 - S'assurer de passer du temps en famille et avec des amis (64 %)
 - Pratiquer un sport, s'adonner à un loisir ou à une activité relaxante (52 %)
 - Prendre des vacances au moins une fois par année (48 %)
 - Se confier à quelqu'un en qui ils ont confiance (42 %)
 - Veiller à déléguer certaines tâches, afin d'éviter que tout repose sur leurs épaules (38 %)



Faits saillants (suite)

Vacances

- > À la mi-août 2009, environ **70 % des entrepreneurs** qui ont répondu au sondage avaient pris au moins **quelques jours de vacances**.
 - La plupart de ces entrepreneurs avaient pris **entre 5 et 10 jours ouvrables (42 %)** ou entre **11 et 15 jours ouvrables (26 %)** de vacances.
 - Plus des deux tiers (**68 %**) de ceux qui avaient pris des jours de vacances **prévoient s'absenter encore** avant la fin de l'année.
- > Pendant qu'ils étaient en vacances, **la plupart des entrepreneurs pouvaient être joints (90 %)**.
 - Un tiers des entrepreneurs (33 %) pouvaient être joints en cas d'urgence et ont pris leurs messages à quelques reprises, tandis que 31 % d'entre eux pouvaient être joints en tout temps et retournaient leurs appels et leurs messages régulièrement.
- > Plus de la moitié (**56 %**) de ceux qui **n'avaient pas pris** de vacances ont déclaré **qu'ils n'en prendraient pas du tout** cette année.
 - Leurs raisons principales de ne pas prendre de vacances étaient qu'ils avaient trop de travail, qu'ils devraient fermer l'entreprise durant leur absence, qu'ils ne prennent jamais de vacances ou qu'ils avaient des restrictions financières.

Conception du succès

- > Les répondants devaient donner leur propre définition du « succès ». Les trois **définitions** les plus courantes comprenaient les éléments suivants :
 - Une entreprise rentable, en croissance et saine (34 %)
 - L'équilibre entre le travail et la vie familiale pour les propriétaires et les employés (27 %)
 - L'indépendance financière (23 %)
- > Les entrepreneurs devaient ensuite noter leur **propre niveau de succès** (en fonction de leur propre définition). La **note moyenne s'est établie à 6,3** sur 10, ce qui signifie qu'ils jugent qu'ils peuvent de toute évidence faire mieux.

Accès au financement

- > **Les entrepreneurs trouvent encore difficile d'accéder à un financement adéquat pour leur entreprise**. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « très difficile », la note moyenne, lorsqu'il était question d'évaluer leur accès actuel au financement, s'est établie à **4,5 sur 10**. La moitié des entrepreneurs (52 %) ont donné une note entre 1 et 4 pour l'accès au financement de leur entreprise.

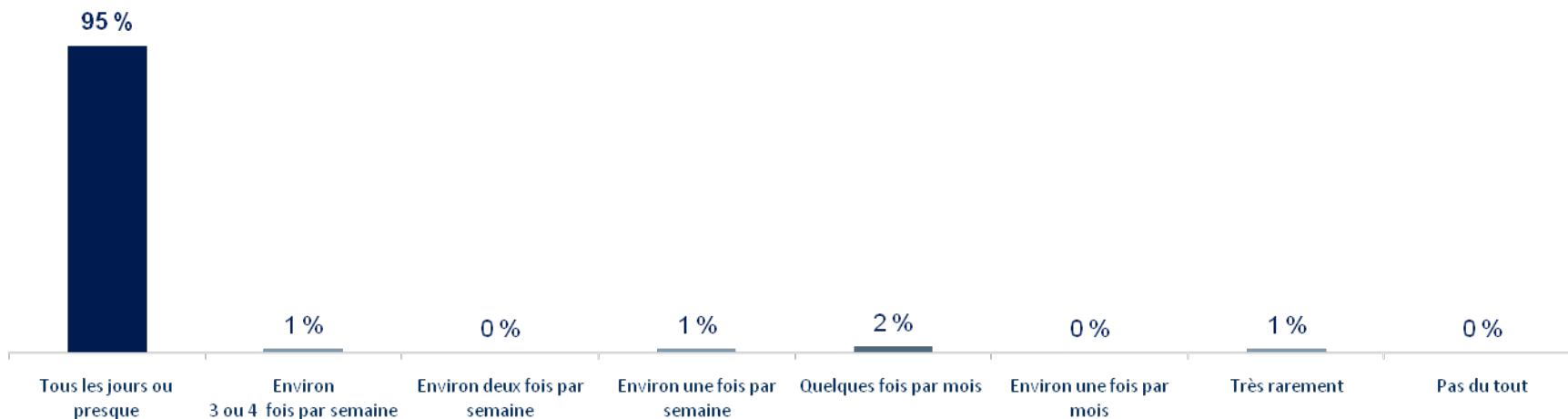
Résultats détaillés




Utilisation de l'internet : fréquence

> À quelle fréquence utilisez-vous l'internet en tant qu'entrepreneur(e)?

n = 140



> La **grande majorité** des entrepreneurs du panel *Points de vue* utilisent l'internet pour leurs besoins d'affaires tous les jours ou presque (95 %).

 Il est important de se rappeler que les répondants sont membres du panel en ligne de BDC. Ainsi, ils ont une prédisposition à utiliser l'internet. Si le sondage avait été mené par téléphone, les résultats auraient indiqué une tendance moins forte quant à l'utilisation quotidienne de l'internet. Selon les résultats obtenus par le Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO), qui a effectué un sondage téléphonique en 2009, 85 % des PME du Québec utilisent l'internet.

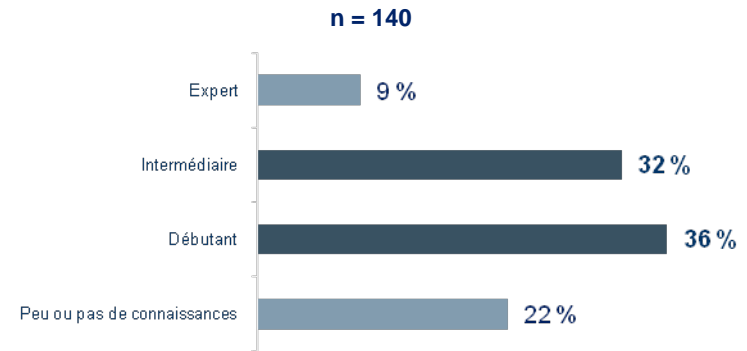


Utilisations de l'internet et connaissance du marketing en ligne

> À part la messagerie électronique (courriels), quel(s) usage(s) faites-vous de l'internet?



> Comment évaluez-vous vos connaissances dans le domaine du marketing en ligne?



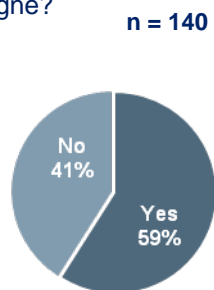
Base : Tous les entrepreneurs.

- > Les répondants utilisent **l'internet pour des raisons stratégiques**, et leurs trois activités principales sont les suivantes :
 - Effectuer des recherches diverses pour leur entreprise (96 %)
 - Effectuer de la recherche sur leurs concurrents directs (77 %)
 - Participer à des forums ou à des regroupements d'entrepreneurs (55 %)
- > Ils utilisent aussi **l'internet pour des raisons opérationnelles** :
 - Opérations bancaires (85 %)
 - Commandes auprès de fournisseurs (68 %)
 - Formation en ligne (46 %)
- > En règle générale, seulement 1 répondant sur 10 se juge de niveau *expert* (9 %) dans le domaine du marketing en ligne.
- > Environ les deux tiers d'entre eux (68 %) se perçoivent comme étant de niveau *intermédiaire* (32 %) ou *débutant* (36 %), tandis qu'un panéliste sur cinq (22 %) estime avoir peu ou pas de connaissances liées au marketing en ligne.



Réseau d'affaires et réseautage en ligne

> Êtes-vous membre d'un réseau d'affaires ou de réseautage en ligne?

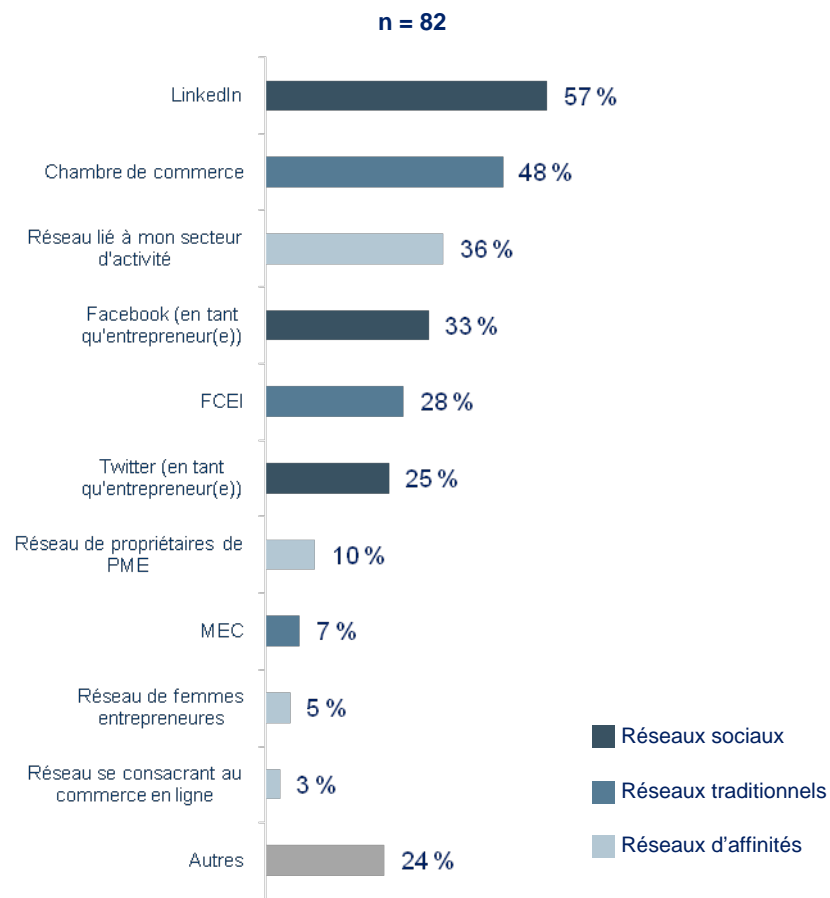


Base : Tous les entrepreneurs.

> **Trois entrepreneurs sur cinq** sont membres d'un réseau d'affaires ou de réseautage en ligne (59 %).

- **RÉSEAUX SOCIAUX** : Leur popularité s'est accrue durant les dernières années et les entrepreneurs les ont, eux aussi, adoptés. Parmi nos panélistes qui appartiennent à un réseau, plus de la moitié ont déclaré être membres de **LinkedIn (57 %)**, un tiers ont dit être membres de **Facebook (33 %)** en tant qu'entrepreneurs et un quart, de **Twitter (25 %)** en tant qu'entrepreneurs.
- **RÉSEAUX TRADITIONNELS** : Les réseaux plus traditionnels comme la **Chambre de commerce (48 %)** et la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (**FCEI : 28 %**) attirent un nombre considérable d'entrepreneurs. Une proportion beaucoup moins grande de panélistes sont membres des Manufacturiers et Exportateurs du Canada (**MEC : 7 %**).
- **RÉSEAUX D'AFFINITÉS** : Un peu plus d'un tiers des répondants qui ont déclaré être membres d'un réseau ont affirmé qu'il était lié à leur **secteur d'activité (36 %)**, **10 %** ont joint un réseau **de propriétaires de PME**, **5 %** font partie d'un réseau de **femmes entrepreneurs** et une petite proportion (3%) prend part à un réseau se consacrant au **commerce en ligne**.

De quel(s) réseau(x) êtes-vous membre?

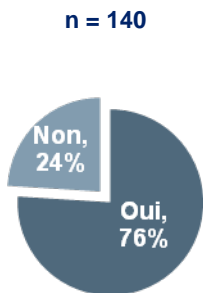


Base : Les entrepreneurs qui sont membres d'un réseau. Comme les répondants pouvaient donner plusieurs réponses, le total est supérieur à 100 %.



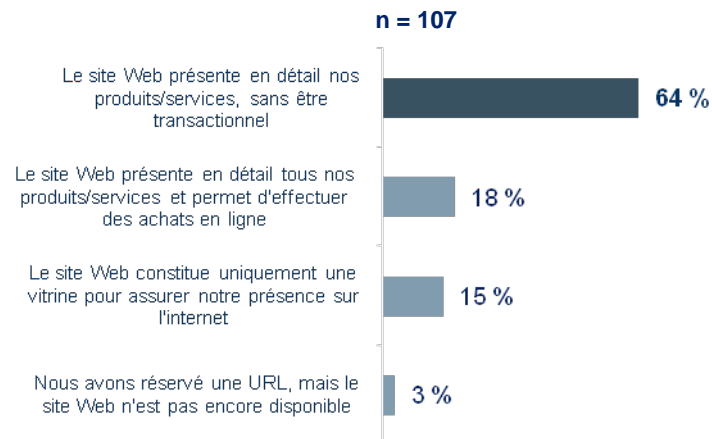
Avoir un site Web

> Votre entreprise a-t-elle son propre site Web?



Base : Tous les entrepreneurs.

Quel énoncé décrit le mieux le site Web de votre entreprise?



Base : Les entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web.

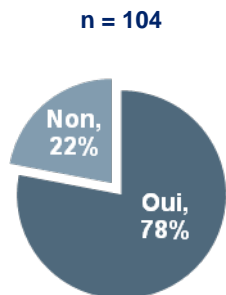
> Les trois quarts des entrepreneurs du panel (**76 %**) ont déclaré que leur entreprise avait **un site Web**.

- Parmi les entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web, la majorité (**64 %**) indique que le site Web de l'entreprise présente des **renseignements détaillés sur leurs produits et services**, mais qu'il n'est pas transactionnel.
- Un répondant sur cinq (**18 %**) dispose d'un **site transactionnel**, tandis que **15 % d'entre eux ont un site Web qui constitue une vitrine** pour assurer leur présence sur l'internet.
- Tous les entrepreneurs qui ont **réservé une URL** (3 % des entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web) prévoient que leur site sera en ligne au cours de la prochaine année.

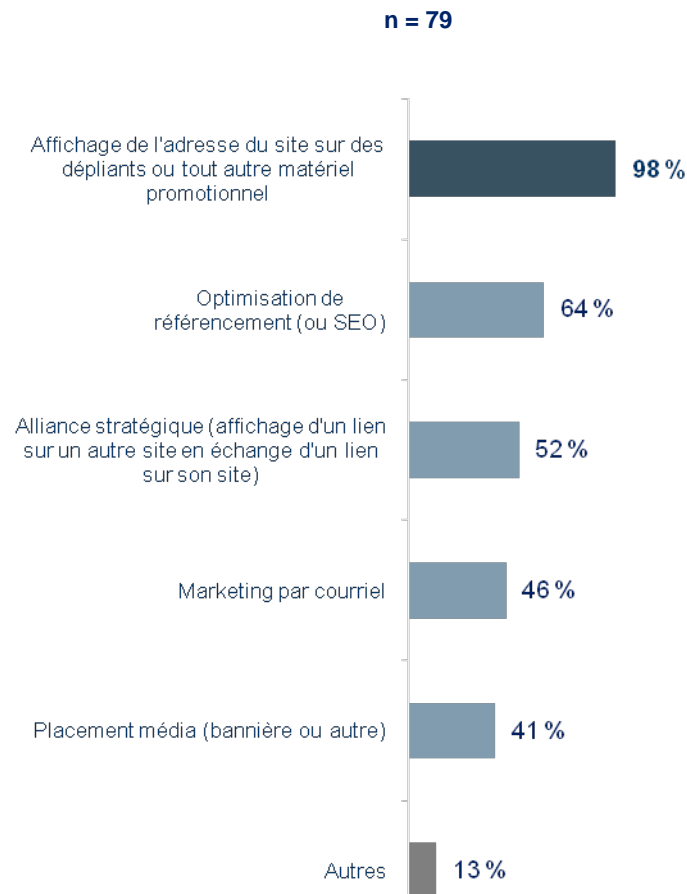


Promotion du site Web

> Faites-vous la promotion de votre site Web?



Comment faites-vous la promotion de votre site Web?



Base : Les entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web.

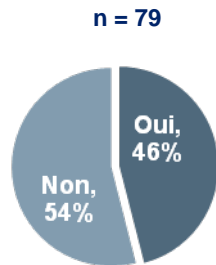
> Près de quatre entreprises sur cinq (78 %) **font la promotion** de leur site Web.

- Presque tous les entrepreneurs (98 %) dont l'entreprise a un site Web ont mis **l'adresse de leur site sur des dépliants ou tout autre matériel promotionnel**.
- Les deux tiers d'entre eux (64 %) utilisent **l'optimisation de référencement (ou SEO)**.
- La moitié de ces entrepreneurs (52 %) **ont conclu une alliance stratégique**.
- Deux répondants sur cinq font la promotion de leur site Web au moyen du **marketing par courriel (46 %)** ou du **placement média (41 %)**.

Base : Les entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web, et qui font la promotion de leur site Web. Veuillez noter que, comme les répondants pouvaient donner plusieurs réponses, le total est supérieur à 100 %.

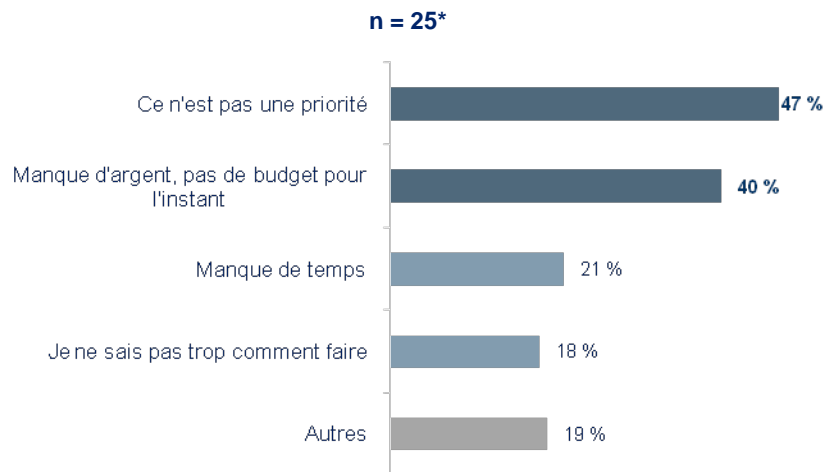
Mesure des efforts de marketing sur le Web

> Mesurez-vous les résultats de vos efforts de marketing en ligne?



Base : Les entrepreneurs dont l'entreprise a un site Web, et qui font la promotion de leur site.

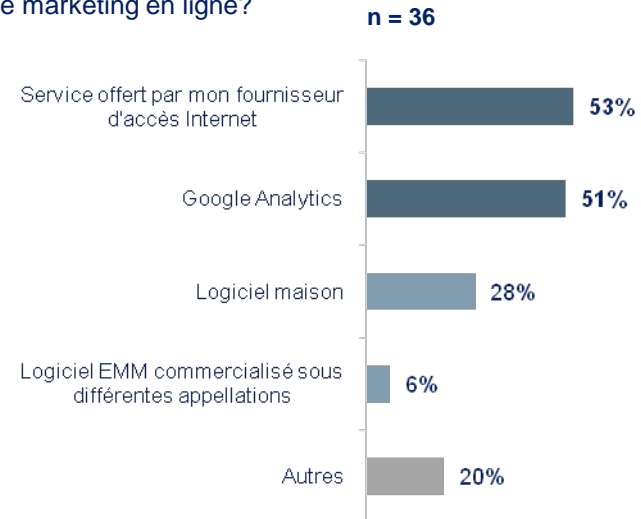
> Pourquoi ne faites-vous pas la promotion de votre site Web?



Base : Les entrepreneurs qui ne font pas la promotion de leur site Web.

* Les résultats sont présentés à titre informatif seulement. Les données ne sont pas statistiquement significatives en raison de la taille insuffisante de l'échantillon (n < 30); les résultats doivent donc être interprétés avec prudence.

> Quel(s) outil(s) utilisez-vous pour mesurer les résultats de vos efforts de marketing en ligne?



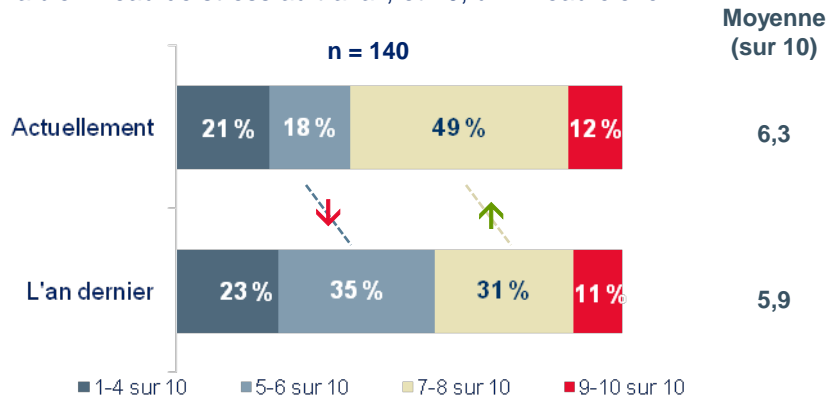
Base : Les entrepreneurs qui mesurent leurs efforts de marketing.

- > Un peu moins de la moitié (**46 %**) des entrepreneurs dont l'entreprise fait la promotion de son site Web **mesurent les résultats de leurs efforts de marketing en ligne**.
- > Les deux **outils les plus populaires** utilisés par les entrepreneurs pour mesurer les résultats de leurs efforts de marketing en ligne sont les suivants :
 - Un service offert par leur fournisseur d'accès Internet (53 %)
 - *Google Analytics* (51 %)
- > Les entrepreneurs ont principalement indiqué qu'ils ne font pas la promotion de leur site Web pour les raisons suivantes : **ce n'est pas une priorité pour eux**, leur **budget actuel** ne le leur permet pas et **ils manquent de temps**.



Niveau de stress des entrepreneurs

- > Veuillez évaluer votre propre niveau de stress en tant qu'entrepreneur(e) sur une échelle de 1 à 10 où 1 représente un faible niveau de stress au travail, et 10, un niveau élevé :



Base : Tous les entrepreneurs.

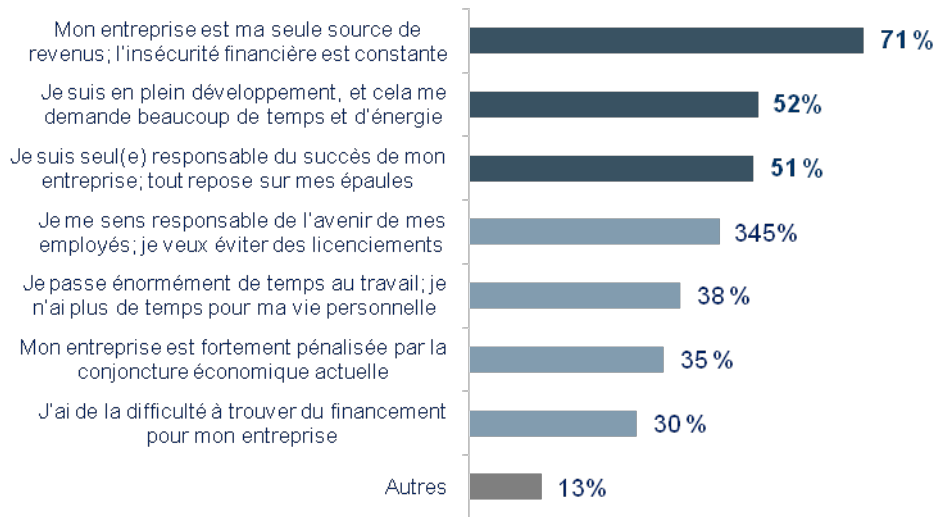
- > En moyenne, les entrepreneurs ont attribué une note de **6,3 sur 10 à leur niveau de stress au travail cette année**, comparativement à **5,9 l'an dernier**.
 - Même si cette hausse du niveau de stress n'est pas significative d'un point de vue statistique, le pourcentage d'entrepreneurs qui lui ont donné une note de 5 ou de 6 cette année est **significativement inférieur** à l'an dernier (il était de 35 %; il est actuellement de 18 %).
 - À l'inverse, la proportion de répondants qui a donné une note d'au moins 7 (elle était de 42 %; elle est de 61 %) et une note de 7 ou de 8 (elle était de 31 %; elle est de 49 %) à leur niveau de stress au travail s'est **accru de façon significative** par rapport à l'an dernier.
 - La proportion d'entrepreneurs se situant aux deux extrémités de l'échelle **est restée pratiquement la même** pour 2008 et 2009.
 - En règle générale, les niveaux de stress ont tendance à être **plus élevés** parmi les répondants de l'**Ontario** et de l'**Ouest canadien**.



Ce à quoi le stress est attribué et moyens de gestion du stress utilisés par les entrepreneurs

> À quoi attribuez-vous les stress que vous vivez en tant qu'entrepreneur(e)?

n = 125



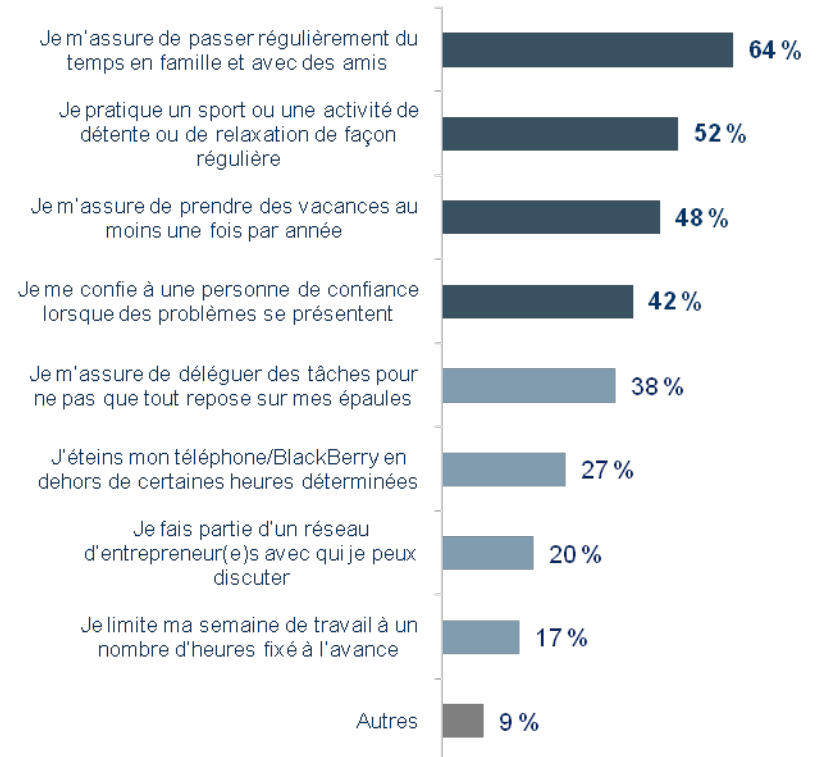
Base : Les entrepreneurs qui ont évalué leur niveau de stress à au moins 3 sur 10. Veuillez noter que, comme les répondants pouvaient donner plusieurs réponses, le total est supérieur à 100 %.

> **L'insécurité financière (71%)**, le **temps et l'énergie** requis pour le développement de leur entreprise (**52 %**) et le fait que les entrepreneurs se sentent comme les **seules personnes responsables du succès** de leur entreprise (**51 %**) sont les principales **sources de stress** des entrepreneurs. Presque la moitié (45 %) d'entre eux se sentent aussi responsables de l'avenir de leurs employés.

> Afin de **réduire leur stress**, les deux tiers des entrepreneurs qui ont répondu au sondage (64 %) s'assurent de **passer régulièrement du temps en famille ou avec des amis**. L'activité physique (52 %), les vacances (48 %) et le fait de se confier à quelqu'un (42 %) sont aussi des moyens couramment utilisés par les répondants pour réduire leur niveau de stress.

> Quels moyens de gestion du stress utilisez-vous en tant qu'entrepreneur(e)?

n = 140

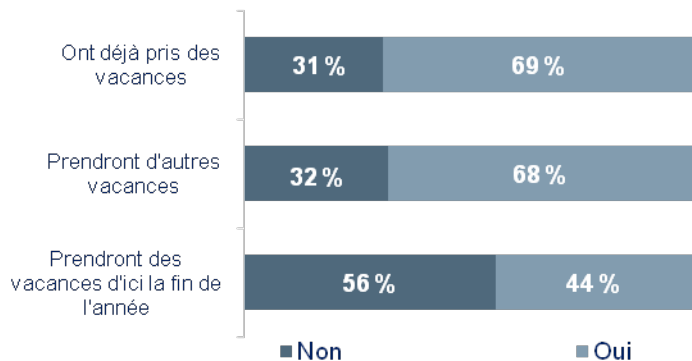


Base : Tous les entrepreneurs. Veuillez noter que, comme les répondants pouvaient donner plusieurs réponses, le total est supérieur à 100 %.



Vacances prises par les entrepreneurs

> Avez-vous pris des vacances depuis le début de l'année?
Avez-vous l'intention de prendre d'autres vacances d'ici la fin de l'année?



Bases :

Pour ceux qui ont pris des vacances depuis le début de l'année : tous les entrepreneurs (n = 140). Pour ceux qui prévoient prendre d'autres vacances : les entrepreneurs qui ont déjà pris des vacances (n = 95). Pour ceux qui prévoient prendre des vacances : les entrepreneurs qui n'ont pas encore pris de vacances (n = 45).

> Jusqu'au milieu d'août, 69 % des entrepreneurs ayant répondu au sondage avaient pris des vacances depuis le début de l'année. La majorité d'entre eux avait pris de **5 à 10 jours ouvrables (42 %)**, tandis que le quart avaient pris de **11 à 15 jours ouvrables (26 %)**.

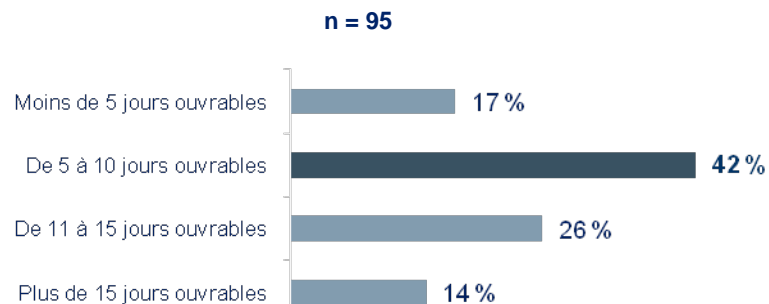
– La proportion de répondants qui avaient pris des vacances est presque identique à celle des répondants qui prévoient **prendre d'autres vacances d'ici la fin de l'année (68 %)**.

– Pour la plupart, les entrepreneurs en vacances **pouvaient être joints (90 %)**. Certains ont **pris leurs messages à quelques reprises (33 %)**, tandis que d'autres l'ont fait plus **régulièrement (31 %)**.

> À la mi-août 2009, un tiers de tous les entrepreneurs (31 %) qui avaient répondu au sondage **n'avaient pas encore pris de vacances**.

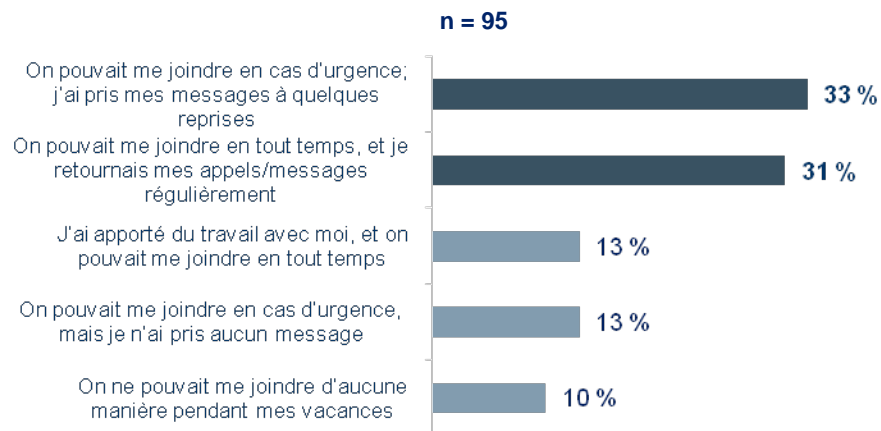
– Parmi ces entrepreneurs, plus de la moitié (56 %) **ne prendront pas** de vacances d'ici la fin de l'année.

Combien de jours de vacances avez-vous pris depuis le début de l'année?



Base : Les entrepreneurs qui avaient déjà pris des vacances cette année.

> Dans quelle mesure avez-vous travaillé pendant vos vacances?

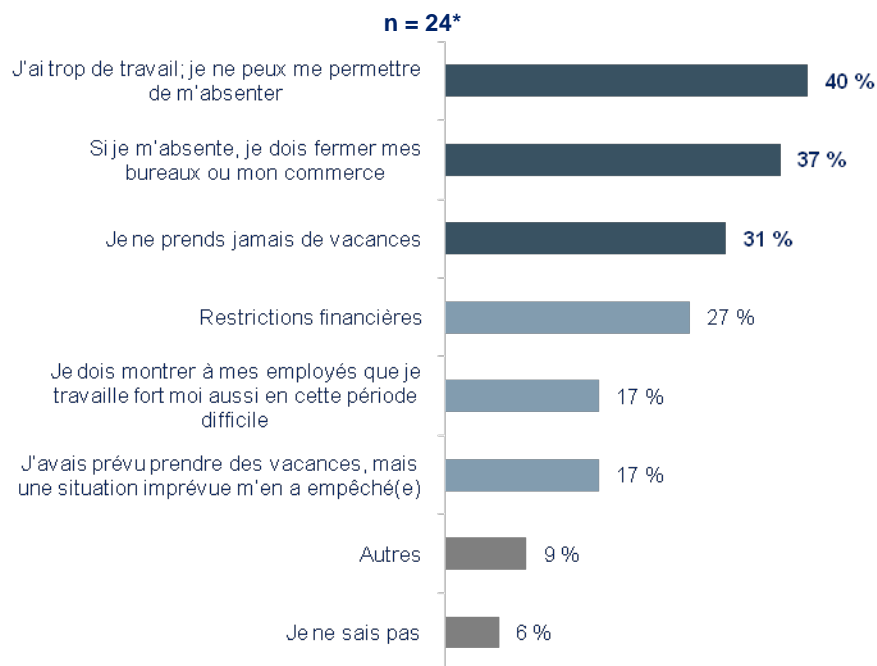


Base : Les entrepreneurs qui avaient déjà pris des vacances cette année.



Raisons de ne pas prendre de vacances

> Pourquoi ne prenez-vous pas de vacances cette année?



Base : Les entrepreneurs qui n'ont pas encore pris de vacances et qui n'ont pas l'intention d'en prendre cette année.

* Les résultats sont présentés à titre informatif seulement. Les données ne sont pas statistiquement significatives en raison de la taille insuffisante de l'échantillon (n < 30); les résultats doivent donc être interprétés avec prudence.

> Les entrepreneurs qui, à la mi-août 2009, n'avaient pas encore pris de vacances et qui ne prévoyaient pas en prendre avant la fin de l'année ont donné la plupart du temps les raisons suivantes afin d'expliquer leur décision :

- Ils ont **trop de travail pour partir en vacances** (40 %).
- S'ils s'absentent, **ils devront fermer leurs bureaux ou leur commerce durant cette période** (37 %).
- Ils ne prennent **tout simplement pas de vacances** (31 %).



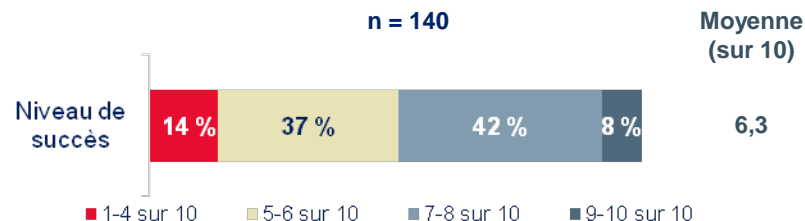
Les entrepreneurs et le succès

- > Quelle est votre définition du succès en tant qu'entrepreneur(e)?
À quoi la notion de succès fait-elle référence pour vous?

n = 140



- > Selon votre définition du succès, dans quelle mesure trouvez-vous que vous avez du succès en tant qu'entrepreneur(e)?



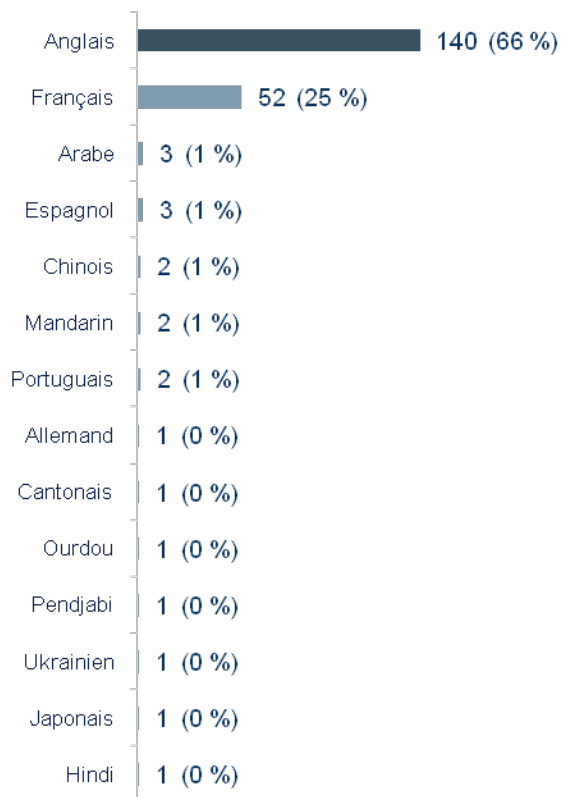
- > Les définitions du succès les plus courantes comprennent les éléments suivants :
 - Une entreprise **rentable, en croissance et saine** (34 %).
 - **L'équilibre entre le travail et la vie familiale** pour les propriétaires et les employés (27 %).
 - **L'indépendance financière** (23 %).
- > En fonction de leur définition du succès, les entrepreneurs se sont évalués. La note moyenne s'est établie à **6,3 sur 10 pour leur propre niveau de succès**, ce qui signifie qu'ils jugent qu'ils pourraient de toute évidence faire mieux.
 - Il est intéressant de noter que la moitié des entrepreneurs s'est attribué une note d'au moins 7, tandis que l'autre moitié s'est donné une note de 6 ou moins.
 - Que les entrepreneurs se soient perçus comme ayant du succès ou non, les trois principales définitions du succès étaient les mêmes.



Langue des discussions d'affaires

- > Dans quelle langue vous sentez-vous le plus à l'aise pour discuter des affaires de votre entreprise? Y a-t-il d'autres langues dans lesquelles vous aimeriez pouvoir être servi(e) par votre institution financière?

Nombre de réponses = 211

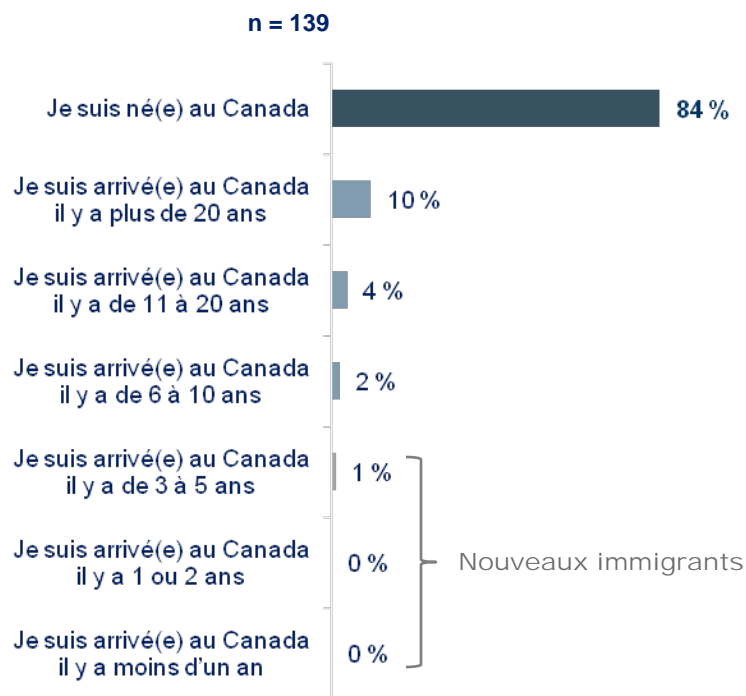


- > Il y a eu un total de 211 réponses en ce qui concerne la langue de choix et les langues supplémentaires dans lesquelles les panélistes aimeraient pouvoir être servis par leur institution financière.
- > Pour la majorité des membres du panel, **l'anglais** est la langue dans laquelle ils se **sentent le plus à l'aise de discuter** avec leur institution financière. Vient ensuite le **français**, dans une proportion un peu moins grande.
- > Voici d'autres langues mentionnées par quelques panélistes :
 - Espagnol et portugais (5 réponses)
 - Chinois, mandarin et cantonais (5 réponses)
 - Arabe (3 réponses)
 - Langues de l'Asie du Sud : ourdou, pendjabi et hindi (3 réponses)
 - Allemand (1 réponse)
 - Ukrainien (1 réponse)
 - Japonais (1 réponse)



Les entrepreneurs canadiens par rapport aux entrepreneurs immigrants

> Depuis combien de temps vivez-vous au Canada?



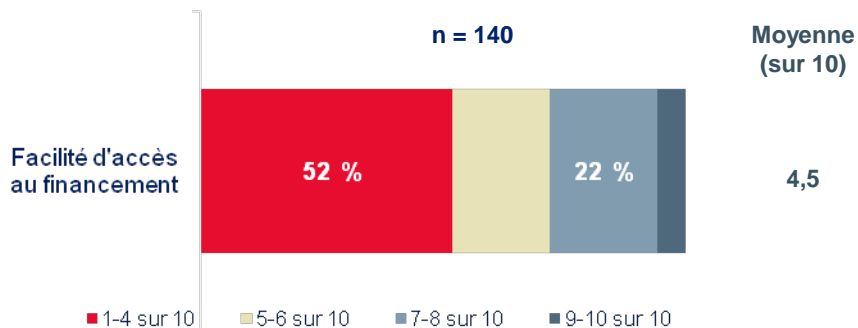
- > Au total, **84 %** des entrepreneurs qui ont répondu au sondage étaient nés **au Canada**.
- > Un répondant sur 10 est arrivé au Canada **il y a plus de 20 ans (10 %)**.
- > **Moins de 10 %** des répondants **sont arrivés au Canada au cours des 20 dernières années**.

Base : Tous les entrepreneurs sauf ceux qui préféreraient ne pas répondre.



Accès au financement

- > De manière générale, comment évaluez-vous l'accès au financement pour votre entreprise?



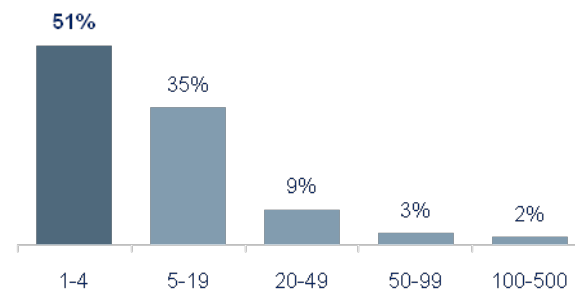
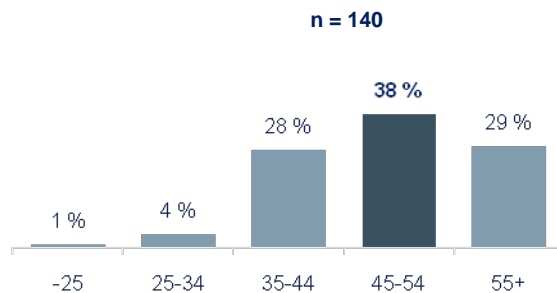
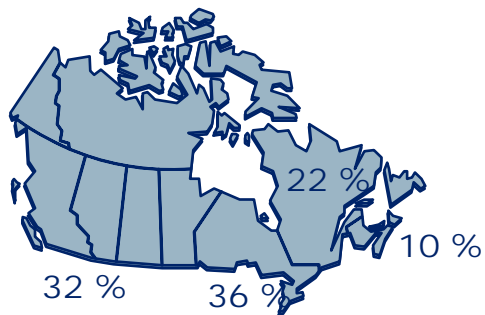
Base : Tous les entrepreneurs.

- > Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « très difficile » et 10 « très facile », les entrepreneurs ont donné une note **moyenne de 4,5 sur 10** en ce qui concerne la capacité de leur entreprise d'**accéder à du financement**.
- > Cela reste un problème important pour de nombreux entrepreneurs. En fait, la moitié d'entre eux ont donné **une note entre 1 et 4 quant à la capacité de leur entreprise d'accéder à du financement (52 %)**.
- > Un peu plus d'un quart des entrepreneurs qui ont répondu au sondage **(28 %) sont d'avis qu'ils peuvent avoir aisément accès à du financement pour leur entreprise** (notes d'au moins 7 sur 10).
- > Enfin, un répondant sur cinq **(20 %) est relativement ambivalent** en ce qui concerne la capacité de son entreprise d'accéder à du financement (notes de 5 et de 6 sur 10).

Profil des répondants



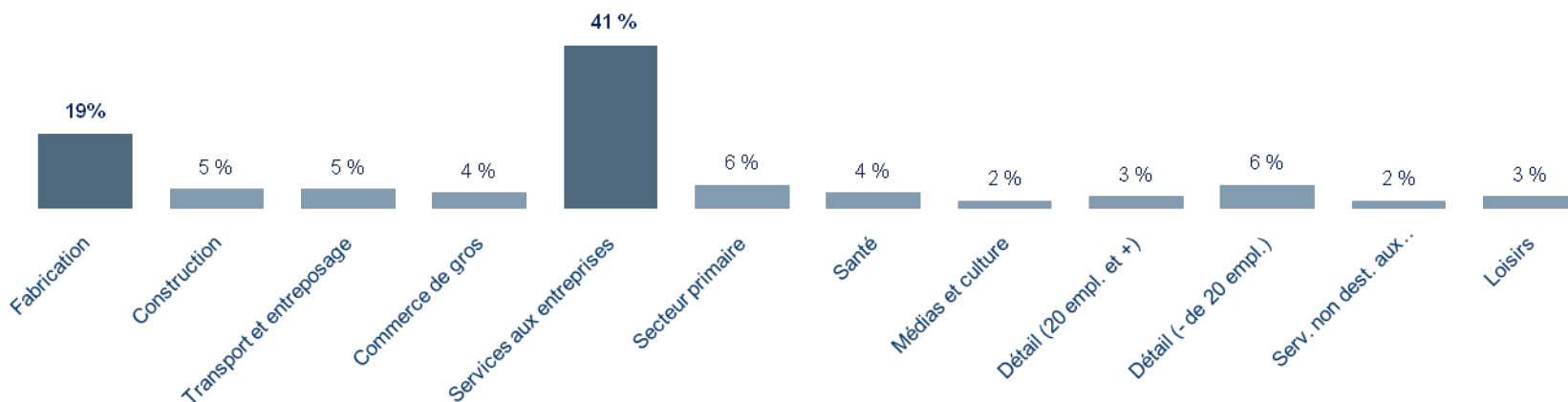
Profil des répondants



Région

Âge

Nombre d'employés

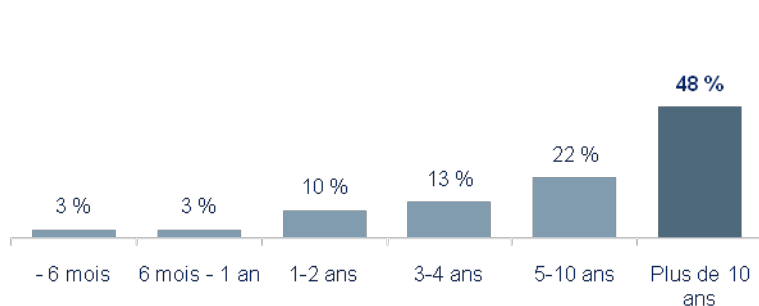


Secteur/industrie

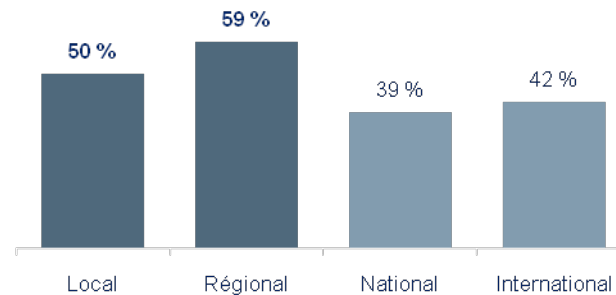
Base : Tous les entrepreneurs. Il convient de noter que les résultats ont été pondérés en fonction de la taille des entreprises et de leur région, en vue d'arriver à des résultats représentatifs des PME canadiennes.



Profil des répondants (suite)

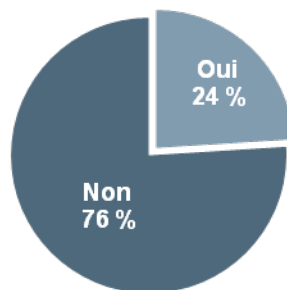


**Nombre
d'années
en affaires**



**Marché de
l'entreprise**

Remarque : Les répondants pouvaient cocher plusieurs réponses. Cette question donne lieu à de l'interprétation, puisque le marché pouvait être perçu comme existant ou potentiel.



Client BDC

Méthode de sondage



Méthode de sondage

Méthode de sondage

- > Nous avons effectué ce sondage auprès d'**entrepreneurs** membres du panel *Points de vue* au 18 août 2009, sur **invitation transmise par courriel**. Le **sondage en ligne** s'est déroulé entre le **18 et le 28 août 2009**.
- > Les résultats du sondage ont été **analysés à l'interne** par l'équipe Recherche marketing de la BDC.
- > En tout, **140 entrepreneurs** ont répondu au sondage. Les détails sur leur profil sont fournis dans la dernière section de ce rapport.
- > Les résultats ont été **pondérés** en fonction de la **taille des entreprises** et de leur **région**, en vue d'arriver à des résultats représentatifs des PME canadiennes.

Note : À l'heure actuelle, l'ARIM recommande à ses membres de ne pas associer de marge d'erreur aux sondages en ligne. Selon l'association, les sondages en ligne ne constituent pas un échantillon probabiliste. Dans un plan de sondage probabiliste, chaque unité de la population a une chance (supérieure à zéro) d'être sélectionnée dans l'échantillon du sondage, et cette probabilité peut être calculée de façon précise, ce qui n'est pas le cas – selon l'ARIM – avec un sondage en ligne.

Recherche marketing à la BDC

Banque de développement du Canada

recherchemarketing@bdc.ca

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

